FGA | FONDO DE GARANTÍAS



2027: ¿SIN CERTIDUMBRE?

Adaptación al nuevo viejo mundo

camiloherrera@raddar.net

RADDVR Consumer Knowledge Group

FGA | FONDO DE GARANTÍAS



2027: ¿SIN CERTIDUMBRE?

Adaptación al nuevo viejo mundo

camiloherrera@raddar.net

RADDVR Consumer Knowledge Group

LA VISIÓN Y AMBICIÓN DE MUSK

SpaceX es la nueva Compañía de las Indias Orientales

Estamos frente a una empresa que opera fuera del alcance de cualquier entidad soberana y que ya acumuló un poder inmenso

Disturbios en Francia: gobierno pone el foco en la "ultraizquierda"

Se mantiene toque de queda parcial en algunas ciudades, confirmó el primer ministro Lecornu. Condenados varios de los detenidos.

Exprocurador Ordóñez reemplazará a Rodrigo Lara como ministro del Interior

El gobierno del presidente Abelardo de la Espriella confirmó la salida del funcionario gubernamental a través de un mensaje en redes sociales

RADDVR Consumer Knowledge Group



EL SIGLO XXI QUE HEMOS VIVIDO

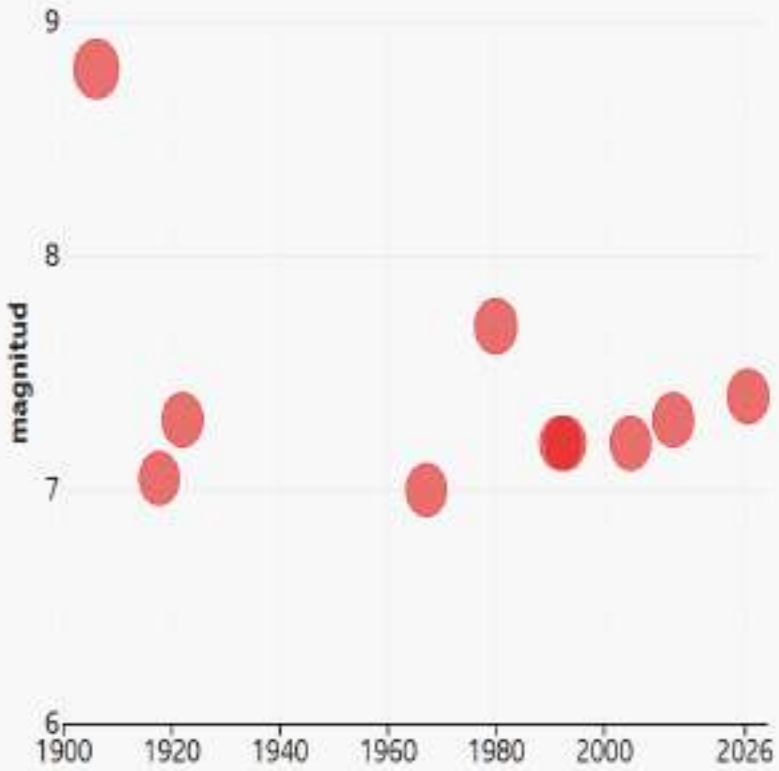
2000 - Los Errores Informáticos Y2K.
2001 – Terrorismo y El Ántrax.
2002 - El Virus del oeste del Nilo.
2003 - El SARS.
2004 – Tsunami en Asia.
2005 - La Gripe Aviar.
2006 - El Cólera.
2007 – Reelección de Putín.
2008 – Recesión mundial.
2009 - La Gripe Porcina.
2010 - El mayor derrame de Petróleo en México.
2011 – Primavera Árabe.
2012 - El Calendario Maya.
2013 - Corea del Norte.
2014 - El Virus del Ébola.
2015 – ISIS.
2016 - El Virus del Zika.
2017 - #MeToo
2018 – Récord en temperaturas e incendios
2019 - El Cambio Climático.
2020 – Coronavirus
2021 – Se bloquea el Canal de Suez
2022 – Rusia invade Ucrania
2023 – Hamas Ataca a Israel
2024 – Inundaciones en España
2025 – Guerra arancelaria

camiloherrera@raddar.net
@consumiendo

RADDAR

Los 10 terremotos más fuertes en Colombia

Sismos con magnitud 7 o más, desde 1900



Cifras

Cada una con su fuente y su corte

MAGNITUD	FALLECIDOS	HERIDOS	DESAPARECIDOS	RESCATADOS	PUNTOS AFECTADOS
7,4	329	4.592	234	364	3.793
SGC · 10 ago 07:34 · San José del Palmar	UNGRD · corte 24 ago · 06:30	UNGRD · corte 24 ago · 06:30	UNGRD · corte 24 ago · 06:30	UNGRD · corte 24 ago · 06:30	Este registro · 367 municipios



RADDVR Consumer Knowledge Group













RADDVR Consumer Knowledge Group

Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE)
Serie original y serie ajustada por efecto estacional y calendario
Tasas de crecimiento anuales, mensual y año corrido (%) en volumen

Junio 2026pr

ISE
Indicador de Seguimiento a la Economía

Serie original

Anual
3,5
Jun 2026pr / Jun 2025pr

Año corrido
2,9
2026pr / 2025pr

Serie ajustada por efecto estacional y calendario

Anual
3,6
Jun 2026pr / Jun 2025pr

Mensual
-0,9
Jun 2026pr / May 2026pr

pr preliminar
Fuente: DANE, ISE

RADDAR Consumer Knowledge Group

Producto Interno Bruto (PIB)
Enfoque del gasto
Tasas de crecimiento anual (%) en volumen[1]

2025[pr] – 2026[pr] (segundo trimestre)



Demanda final interna[2]

4,9%

	Tasas de crecimiento anual	Contribución* a la variación anual del PIB
Gasto de consumo final	4,4%	4,0 p.p.
Formación bruta de capital[4]	7,1%	1,2 p.p.
Exportaciones	-1,0%	-0,1 p.p.
Importaciones	7,5%	-1,6 p.p.

	Tasas de crecimiento anual
Gasto de consumo de los hogares[3]	2,8%
Gasto de consumo final del gobierno general	12,2%
Formación bruta de capital fijo	7,0%

Balance neto de comercio exterior[5]

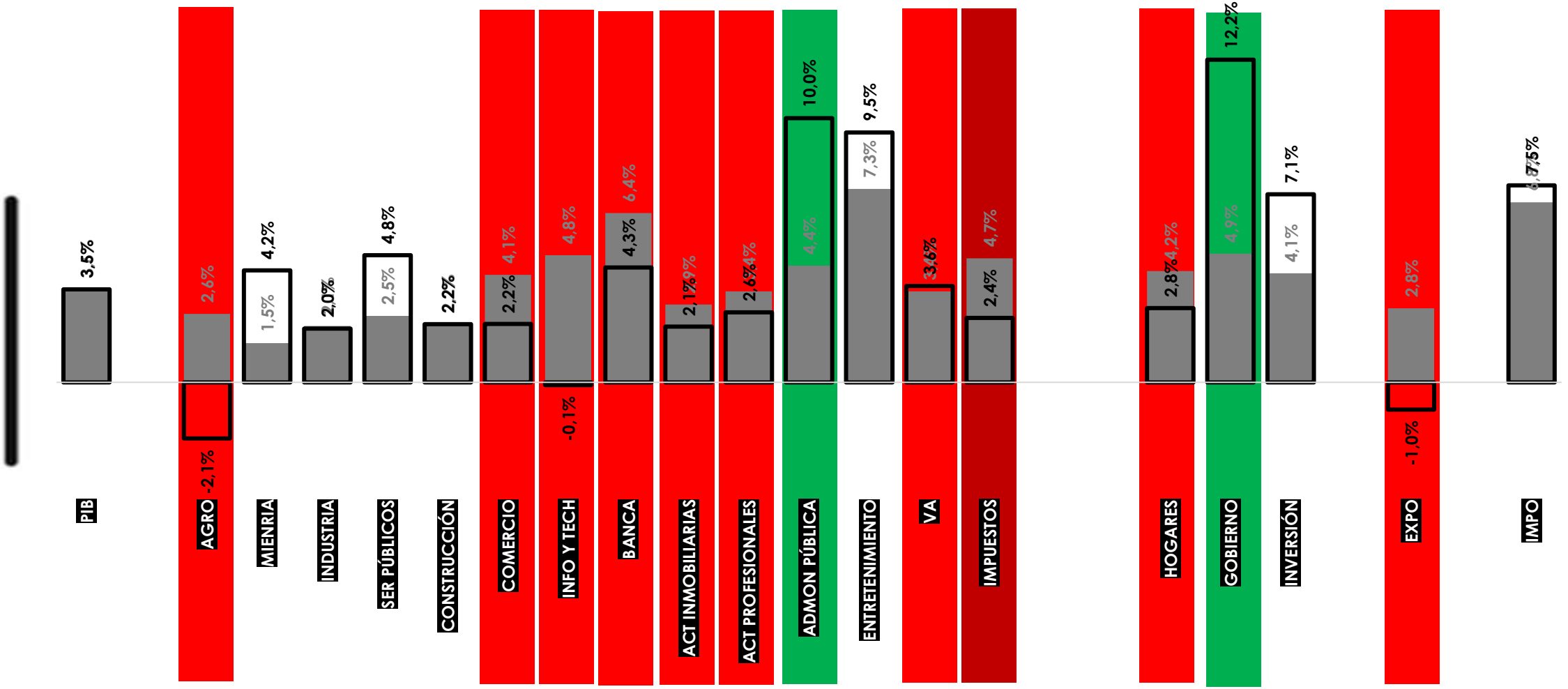


Valores a precios corrientes en miles de millones de pesos

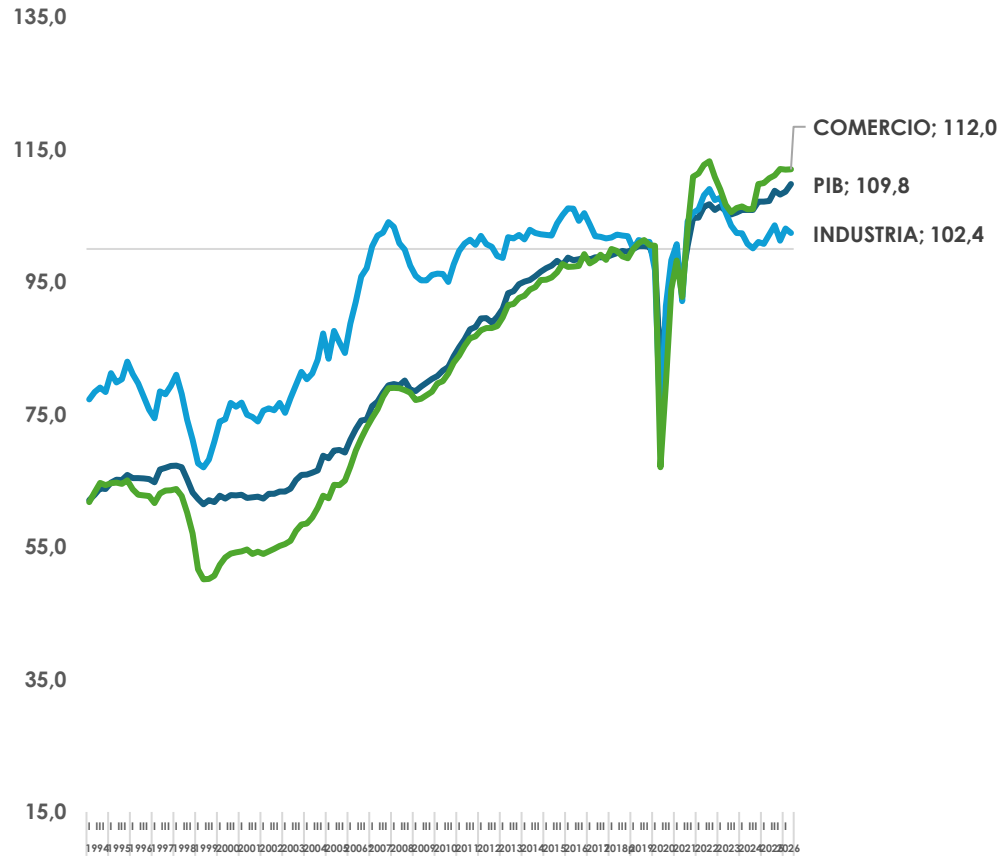
[1]Series originales encadenadas de volumen con año de referencia 2015.
[2]Incluye el gasto de consumo final y la formación bruta de capital.
[3]Incluye el gasto de consumo final individual de los hogares y gasto de consumo final de las instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares.
[4]Incluye la formación bruta de capital fijo, la variación de existencias y la adquisición menos disposición de objetos valiosos.
[5]Corresponde al saldo neto de las exportaciones menos las importaciones.
*Por efecto del redondeo, la suma de las contribuciones puede no coincidir con el PIB.
[pr]preliminar
p.p.: puntos porcentuales
Fuente: DANE, PIB_T

RADDAR Consumer Knowledge Group

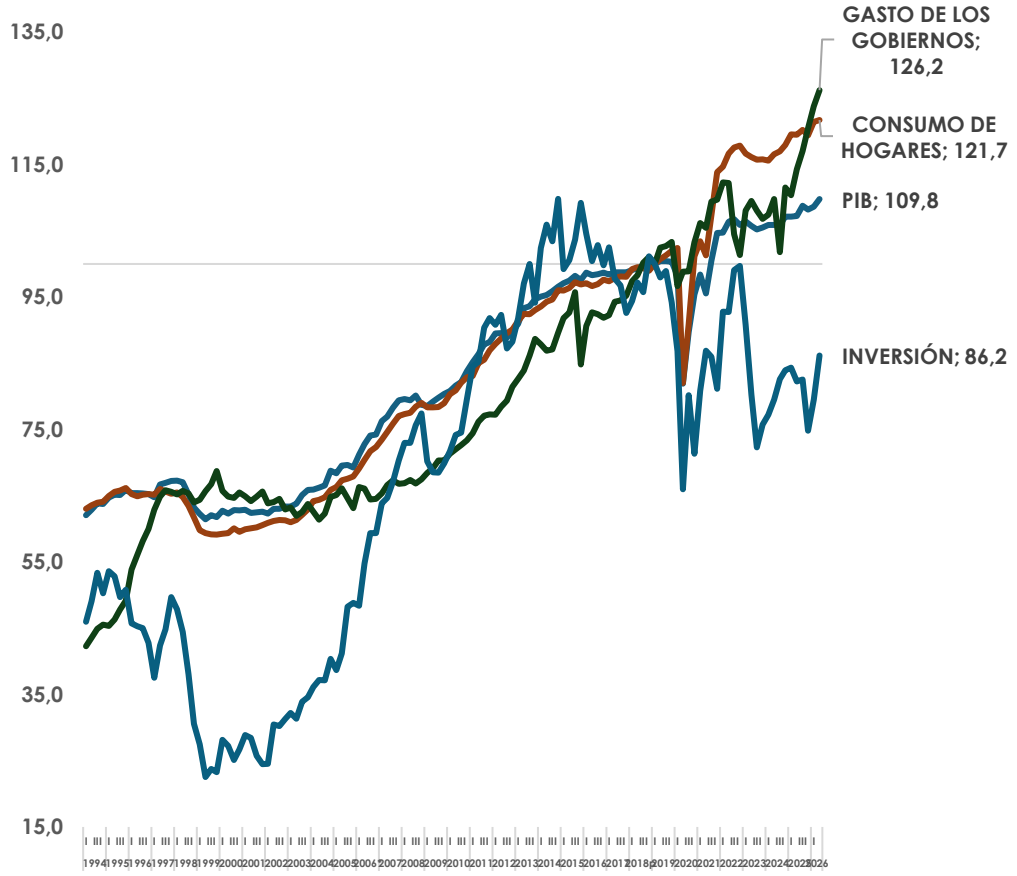
REVISIÓN COMPARADA DEL PIB A IQ DE 2026



TAMAÑO DE LA ECONOMÍA COLOMBIA POR PERSONA, SI EN 2019 ERA 100

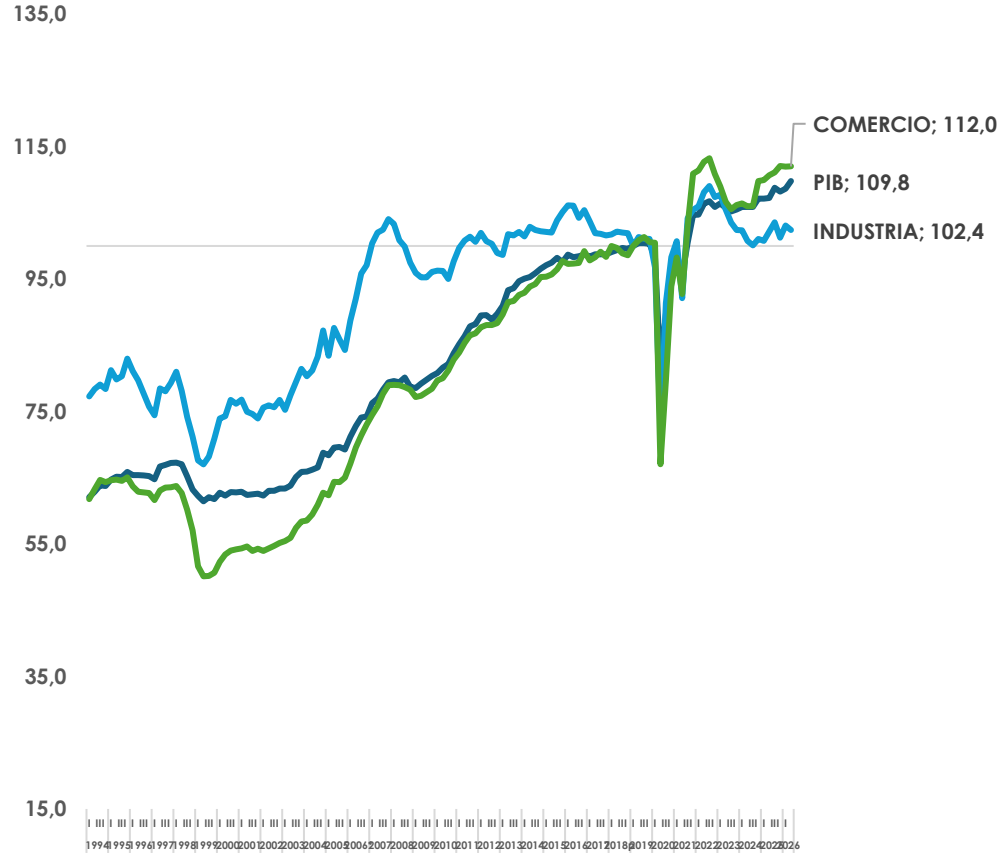


TAMAÑO DE LA ECONOMÍA COLOMBIA POR PERSONA, SI EN 2019 ERA 100

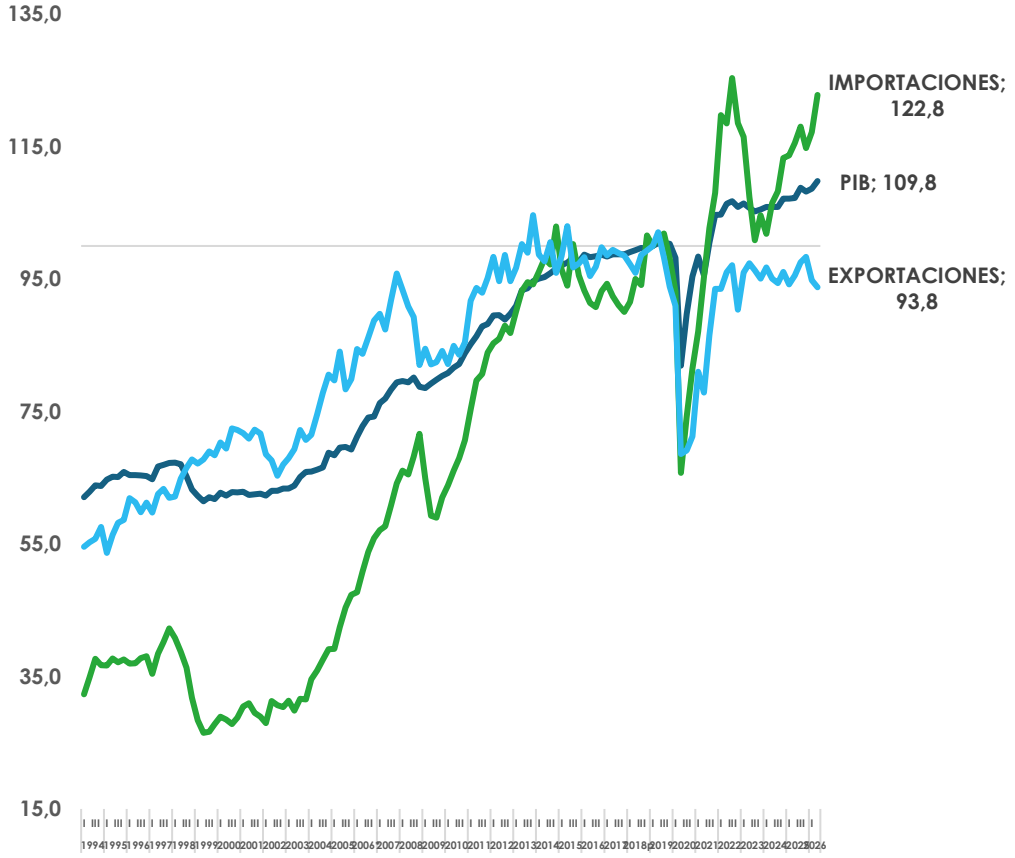


RADDVR Consumer Knowledge Group

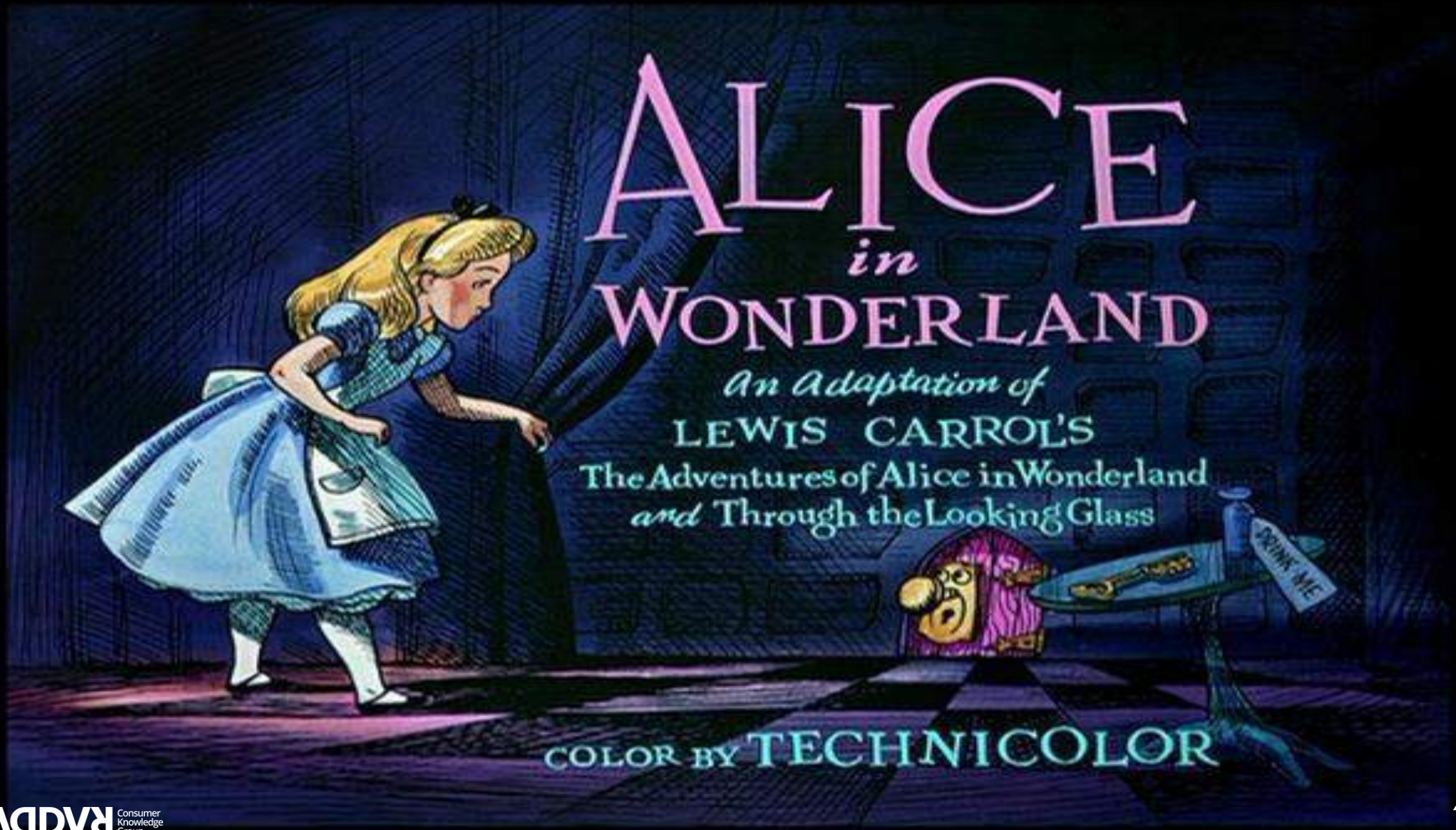
TAMAÑO DE LA ECONOMÍA COLOMBIA POR PERSONA, SI EN 2019 ERA 100



TAMAÑO DE LA ECONOMÍA COLOMBIA POR PERSONA, SI EN 2019 ERA 100



RADDVR Consumer Knowledge Group


ALICE
in
WONDERLAND
An Adaptation of
LEWIS CARROL'S
The Adventures of Alice in Wonderland
and Through the Looking Glass
DRINK ME
COLOR BY TECHNICOLOR



RADDVR Consumer Knowledge Group

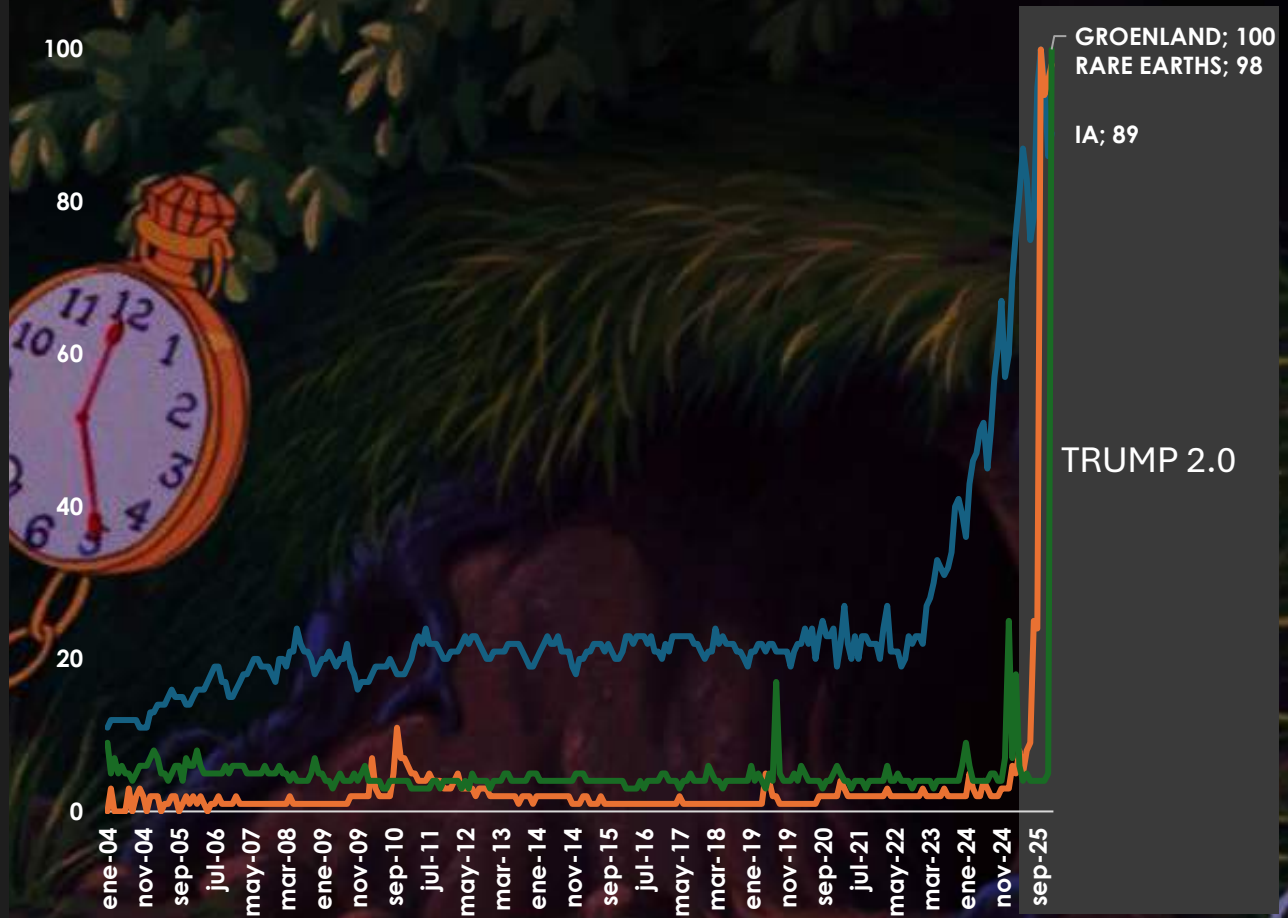


La inteligencia artificial (IA) depende de minerales críticos para sus centros de datos, servidores y componentes electrónicos, destacando **el cobre** (conectividad eléctrica), **litio, níquel y cobalto** (baterías y almacenamiento), y **tierras raras** (imanes y motores). El **silicio** y el **grafito** son esenciales para la fabricación de microchips de alto rendimiento.

- **Cobre:** Considerado la columna vertebral, esencial para redes eléctricas de centros de datos y semiconductores. Su demanda por IA se espera que sea altísima.
- **Litio y Níquel:** Fundamentales para baterías de almacenamiento de energía en infraestructura de IA.
- **Tierras Raras:** Elementos como neodimio y disprosio, cruciales para componentes electrónicos y motores, con alto dominio productivo de China.
- **Minerales para Semiconductores (Chips):** Silicio, galio, germanio y grafito para procesadores de alto rendimiento.
- **Otros:** Cobalto, tungsteno, plata (conductividad) y aluminio.

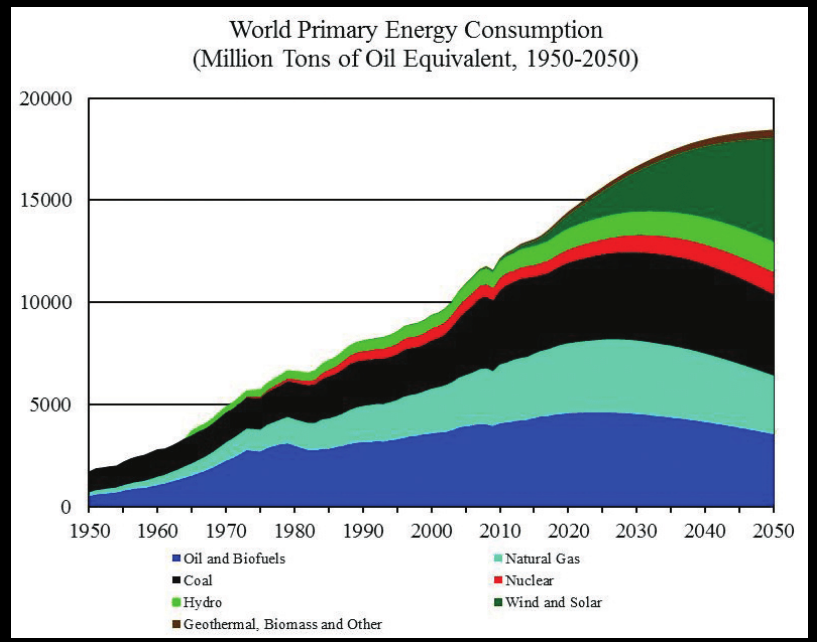
Esta dependencia sitúa a la minería en América Latina y a proveedores como China, Australia y Rusia como claves en la cadena de suministro tecnológica.

BÚSQUEDAS EN GOOGLE DE TÉRMINOS A NIVEL MUNDIAL

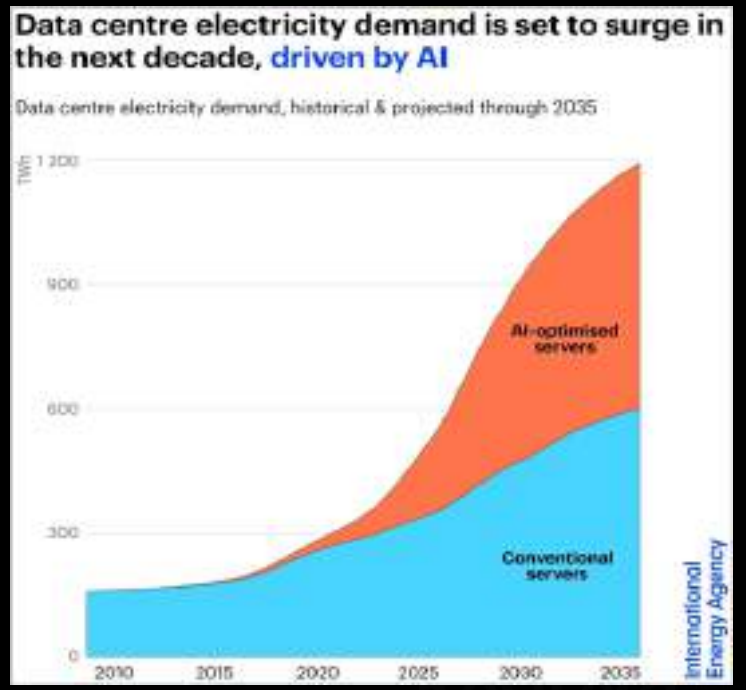




¿Para dónde va la energía?







¿Para dónde va la energía?







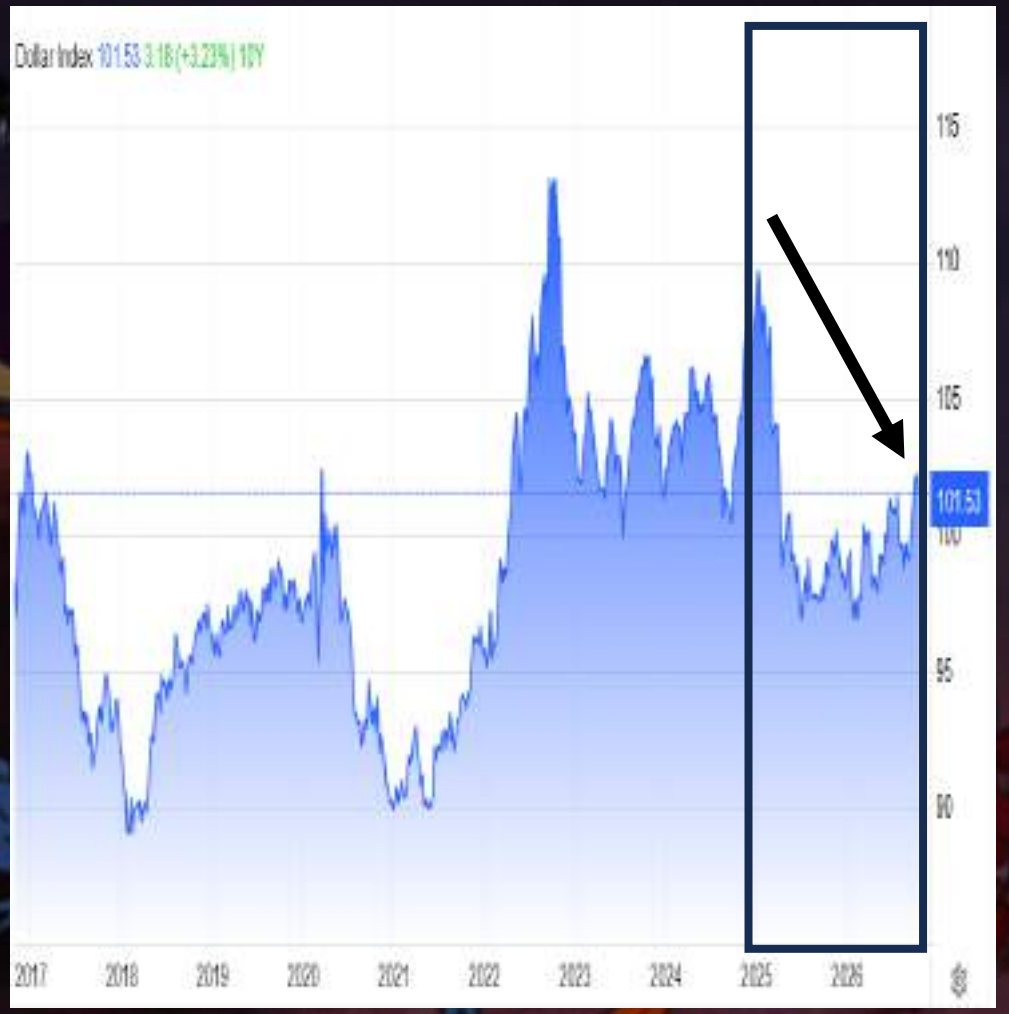



DRINK ME



¿Para dónde va el mundo?









¿Para dónde va el mundo?








UP
THIS WAY
DOWN
THAT WAY
UP
DOWN

¿Para dónde va el mundo?



EXPANSION!
The western patrol's long stretch.



¿Para dónde va el mundo?

2 de Febrero de 2025

Marco Rubio advierte a Panamá que EE.UU. "tomará las medidas necesarias" si no reduce de forma inmediata la supuesta influencia de China en el Canal



¿Para dónde va el mundo?

3 de Enero de 2026



¿Para dónde va el mundo?

3 de Enero de 2026



¿Para dónde va el mundo?

3 de Enero de 2026



¿Para dónde va el mundo?

ALBÚM
PAGANINNI

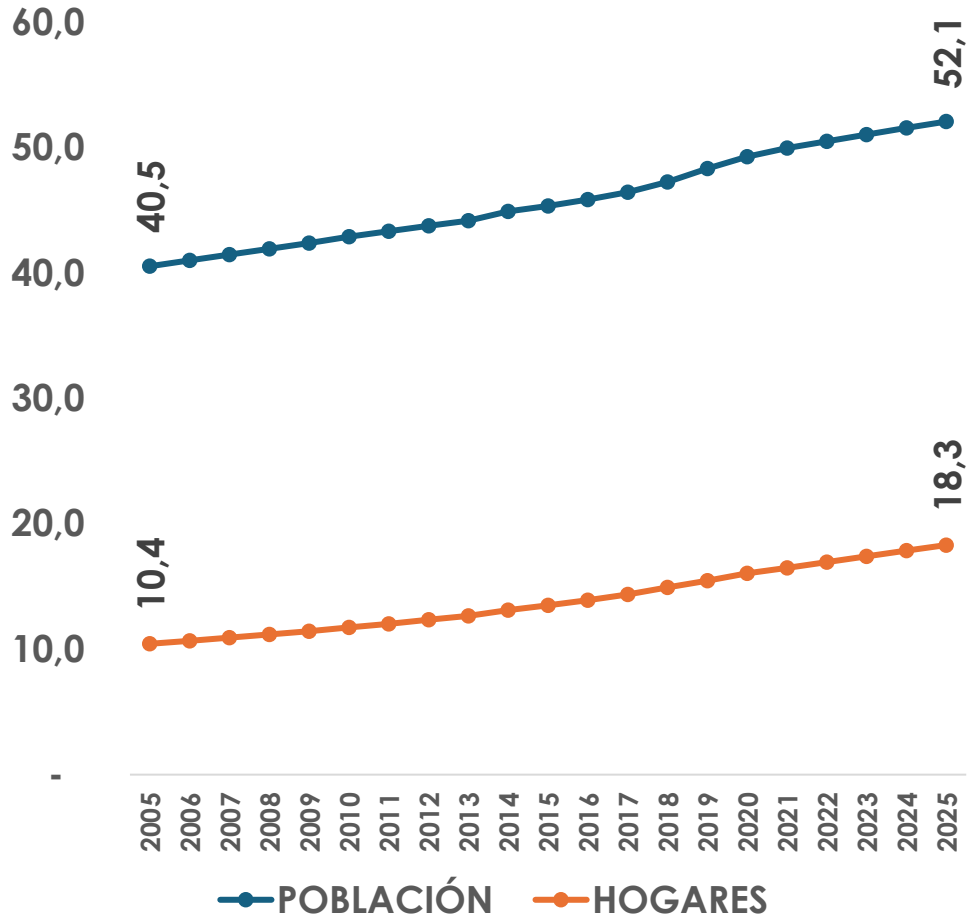
January	February	March
		
April	**May**	**June**
		
July	**August**	**September**
		
October	**November**	**December**

¿Para dónde va el mundo?

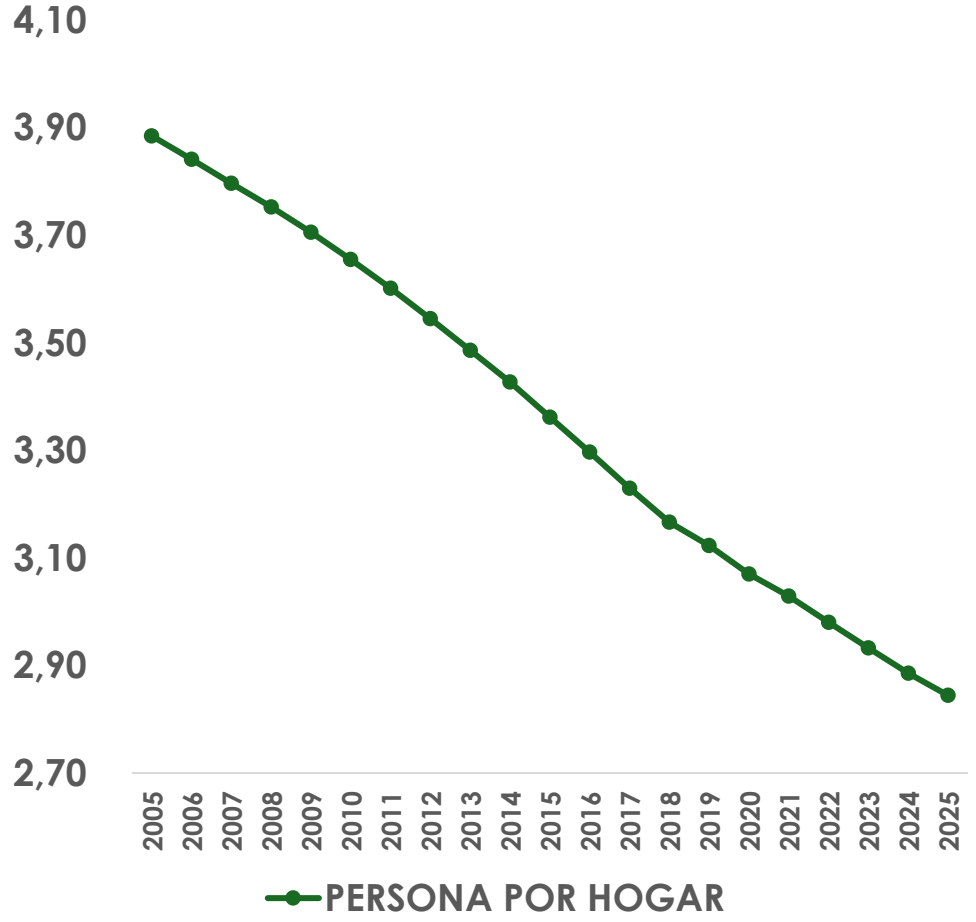



¿QUIÉN ERES TÚ?

¿CUÁNTOS SOMOS?

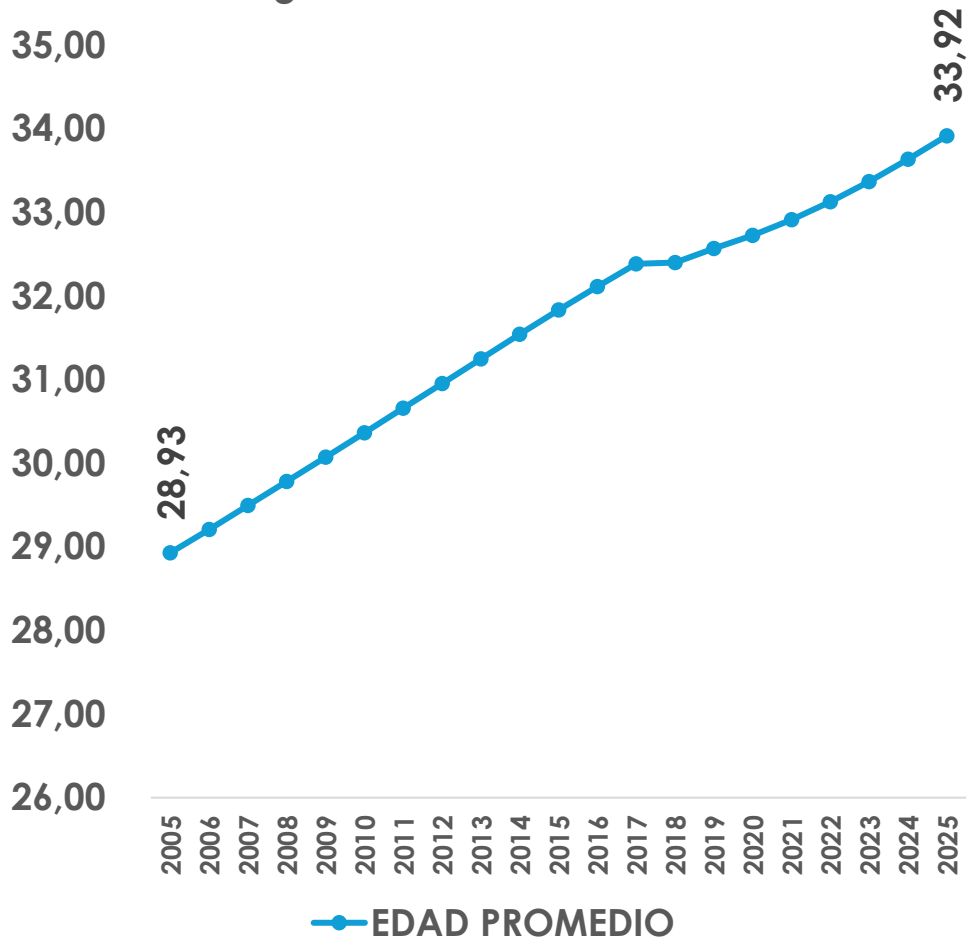


¿CUÁNTOS SOMOS?

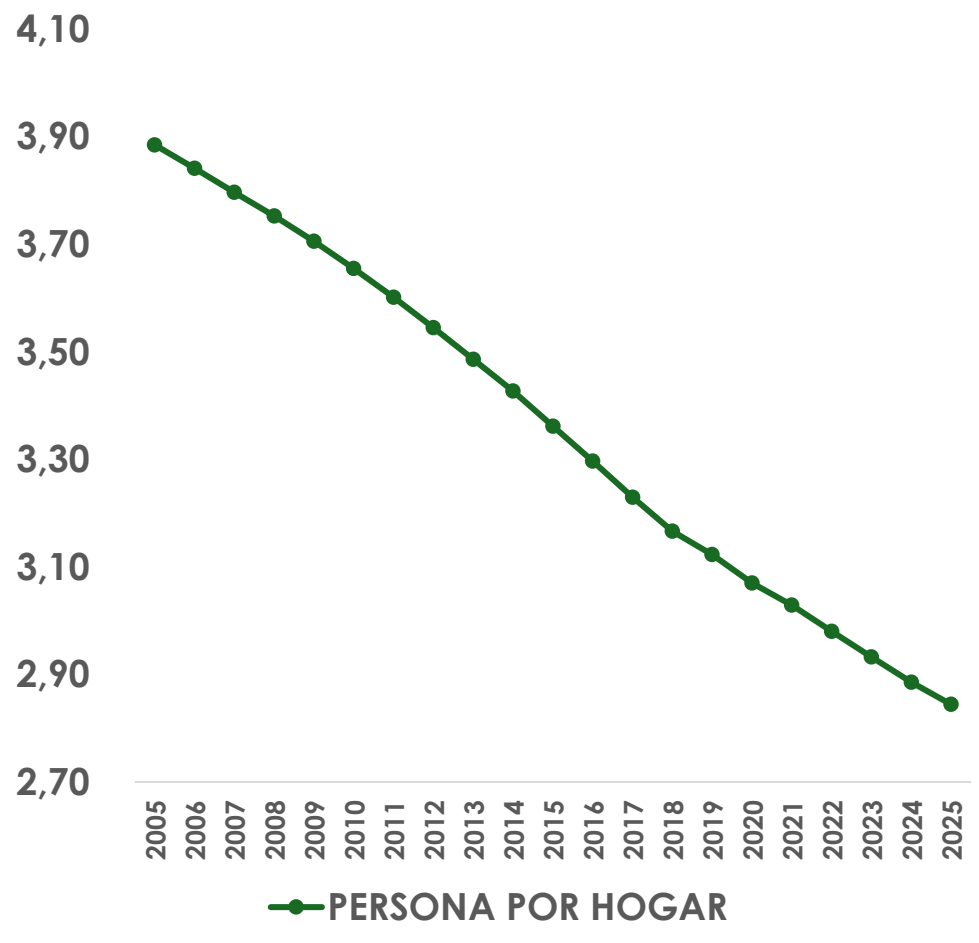


Fuente: DANE, RADDAR

¿CUÁNTOS SOMOS?

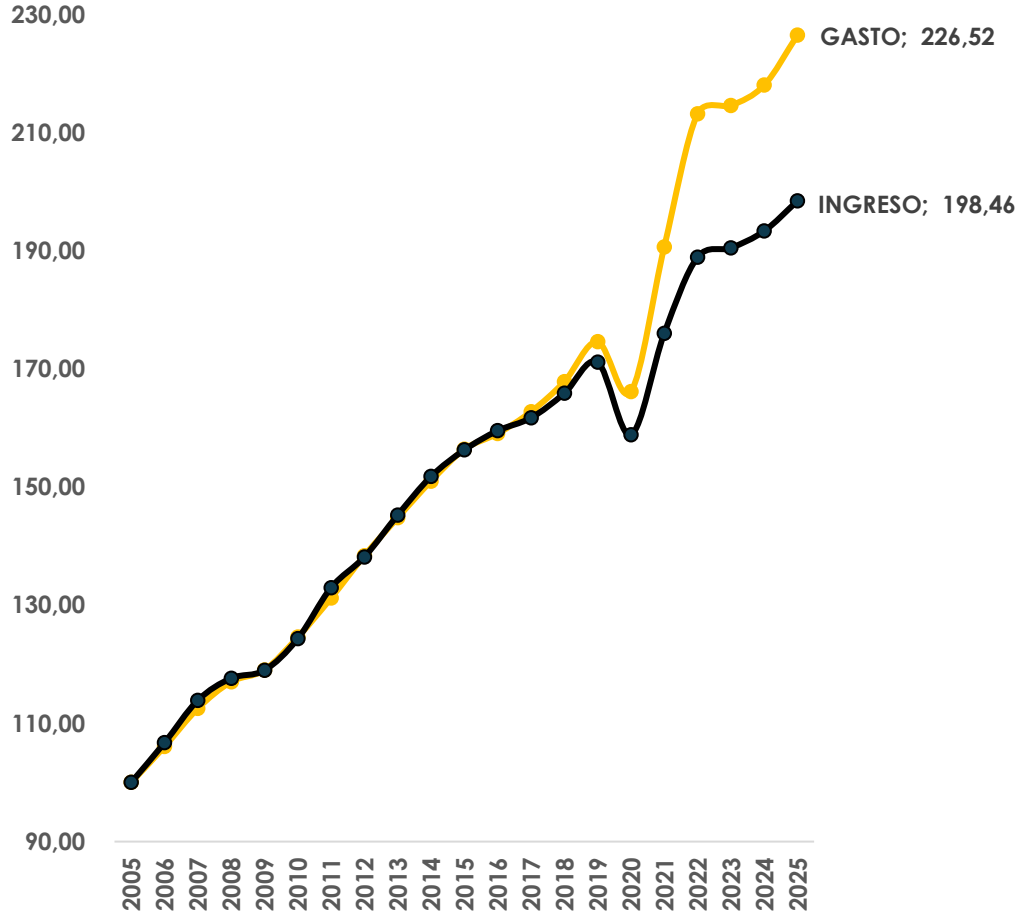


¿CUÁNTOS SOMOS?

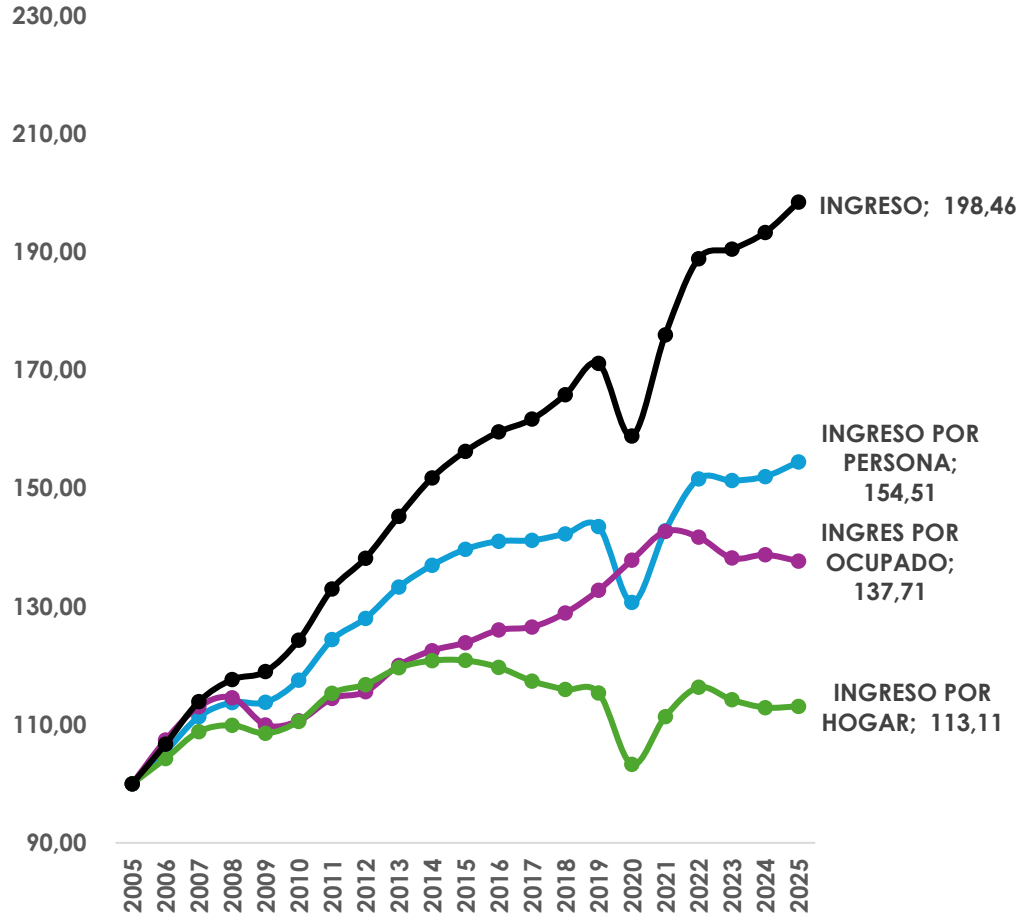


Fuente: DANE, RADDAR

CAMBIOS DESDE 2025 HASTA 2025, SI ERA 100 EN 2025

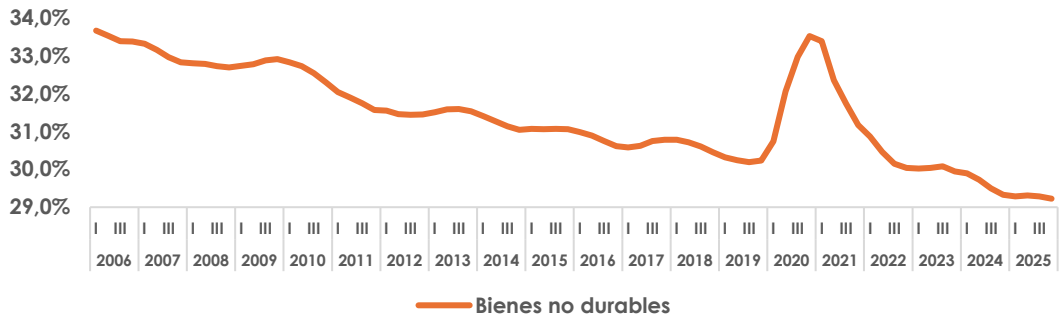


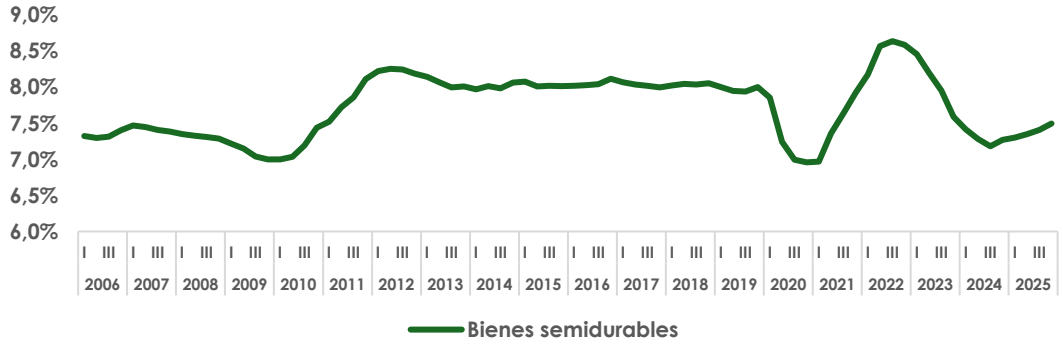
CAMBIOS DESDE 2025 HASTA 2025, SI ERA 100 EN 2025

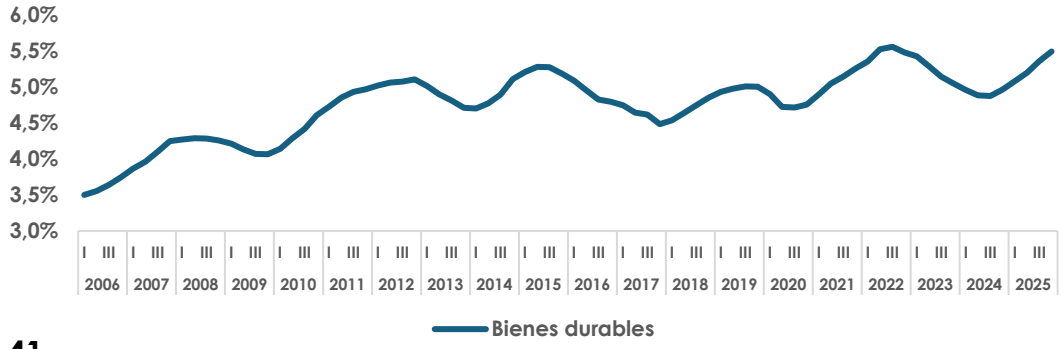


Fuente: DANE, RADDAR

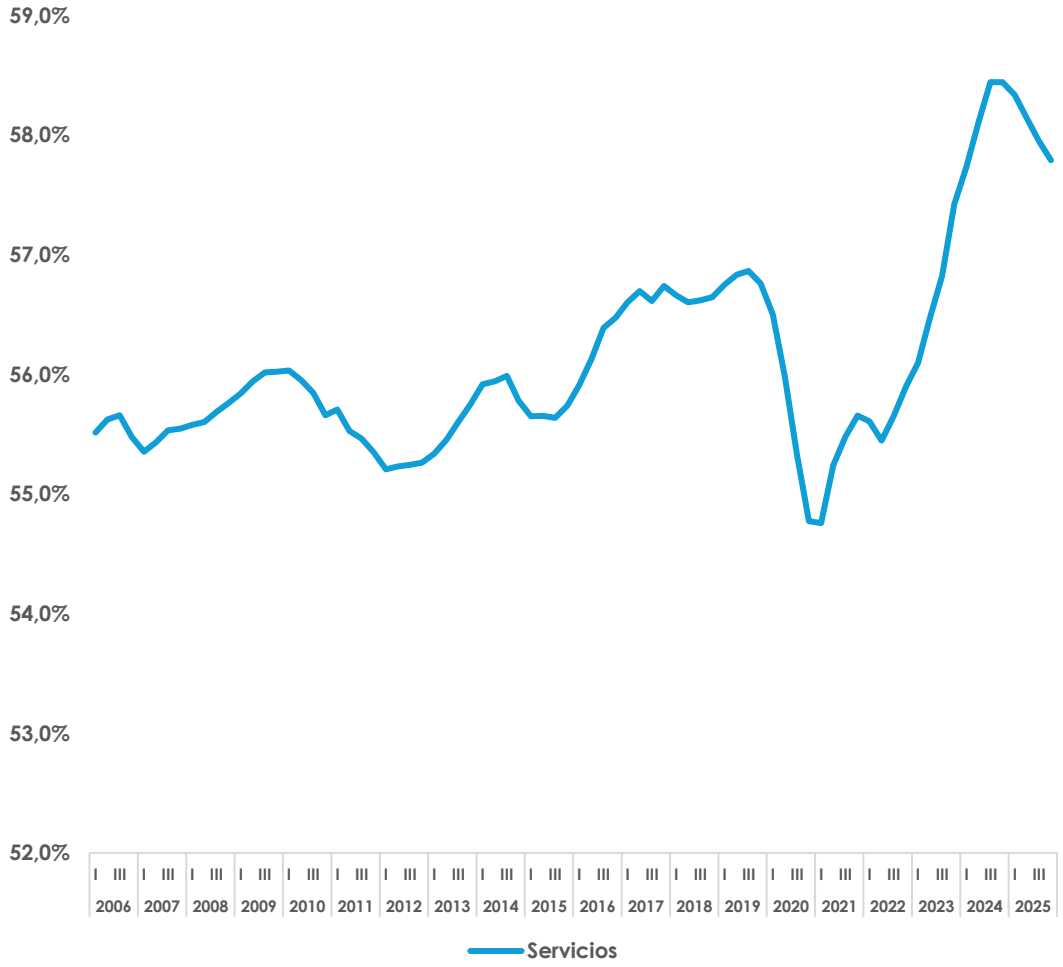
¿CAMBIAMOS NUESTRO BOLSILLO?, ¿DE CADA 100 COSAS, EN QUÉ COMPRAMOS?
REVISIÓN DATOS DANE DE GASTO DE CONSUMO DE HOGARES





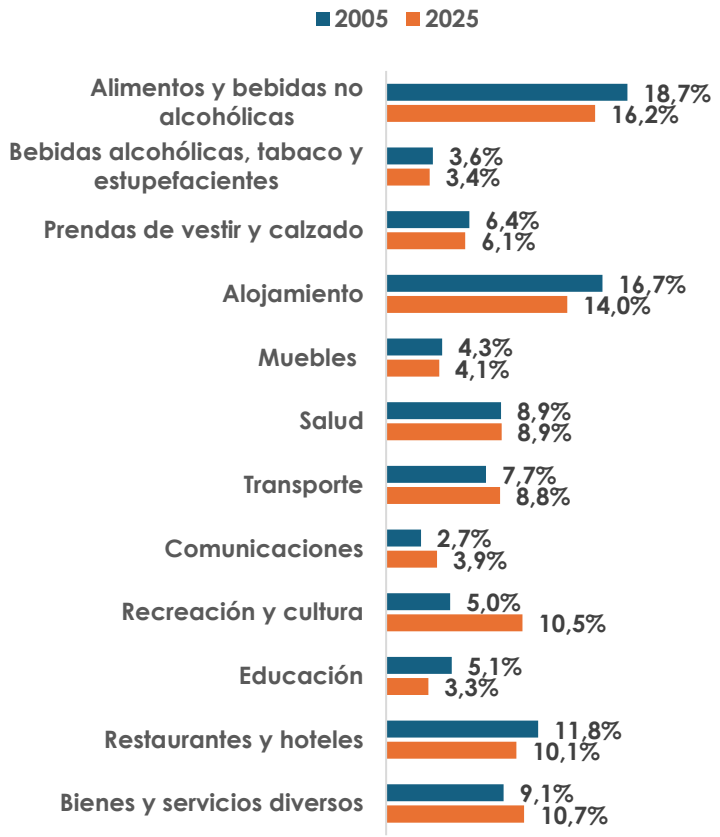


¿CAMBIAMOS NUESTRO BOLSILLO?, ¿DE CADA 100 COSAS, EN QUÉ COMPRAMOS?
REVISIÓN DATOS DANE DE GASTO DE CONSUMO DE HOGARES

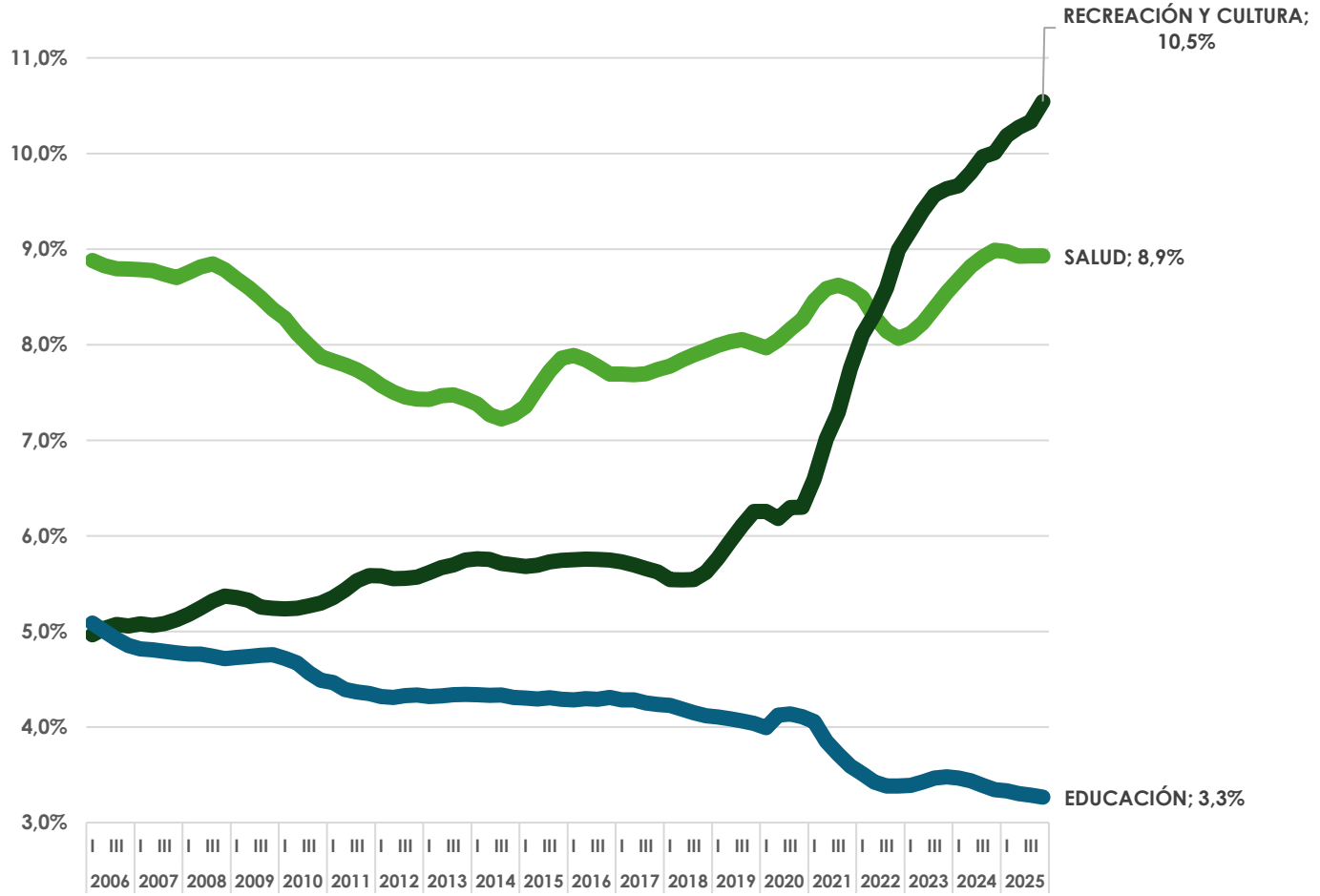


Fuente: DANE, RADDAR

ESTRUCTURA DEL BOLSILLOS DE LOS HOGARES SEGÚN DANE

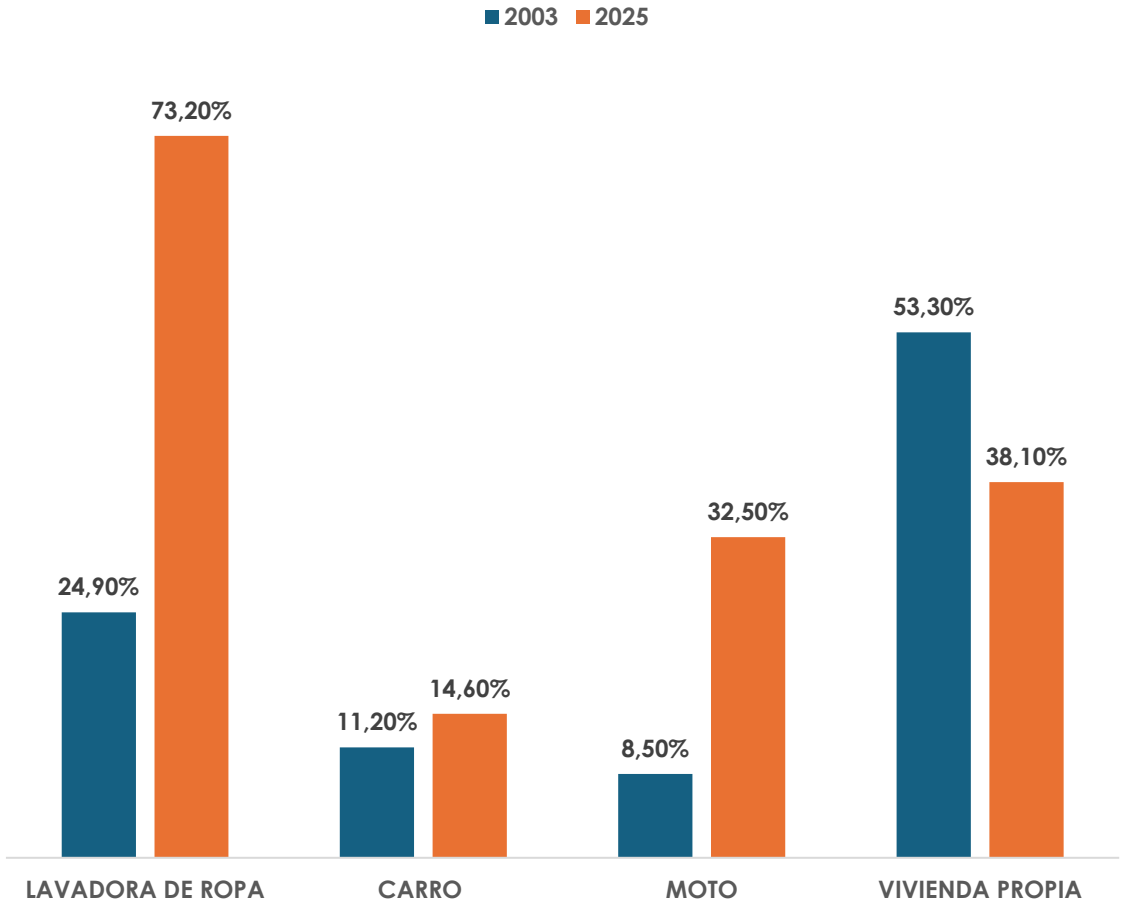


¿CAMBIAMOS NUESTRO BOLSILLO?, ¿DE CADA 100 COSAS, EN QUÉ COMPRAMOS?
REVISIÓN DATOS DANE DE GASTO DE CONSUMO DE HOGARES

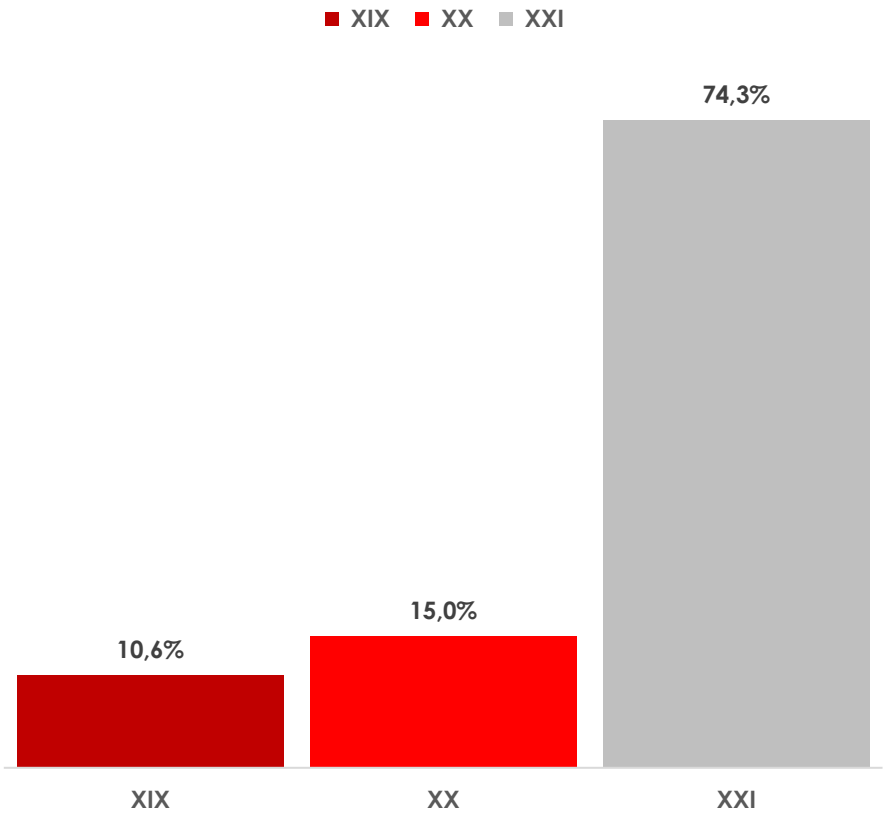


Fuente: DANE, RADDAR

TENENCIA DE ALGUNOS ACTIVOS - ENCUESTA DE CALIDAD DE VIDA DEL DANE

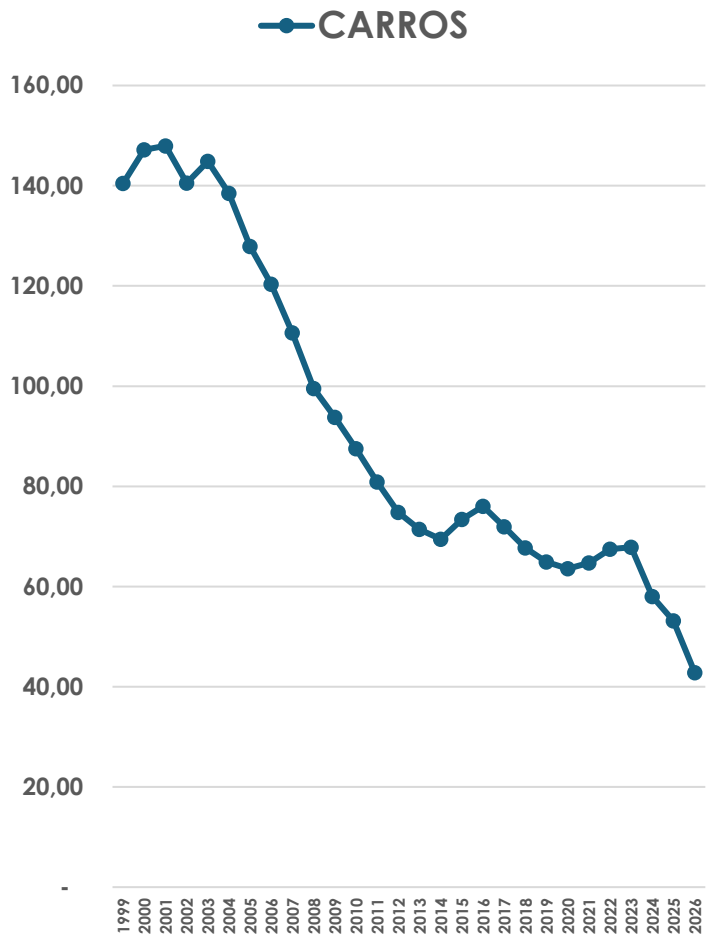


¿CUÁNTOS COLOMBIANOS VIVEN MATERIALMENTE EN EL SIGLO XXI? - CÁLCULOS APARTIR DE LA ECV DEL DANE 2024

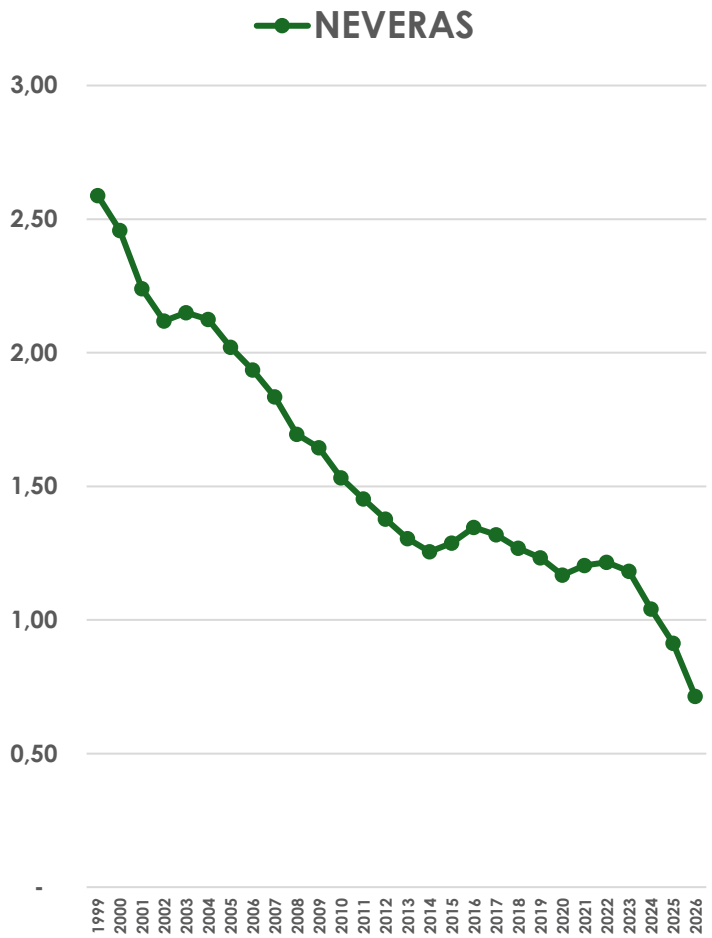


Fuente: DANE, RADDAR

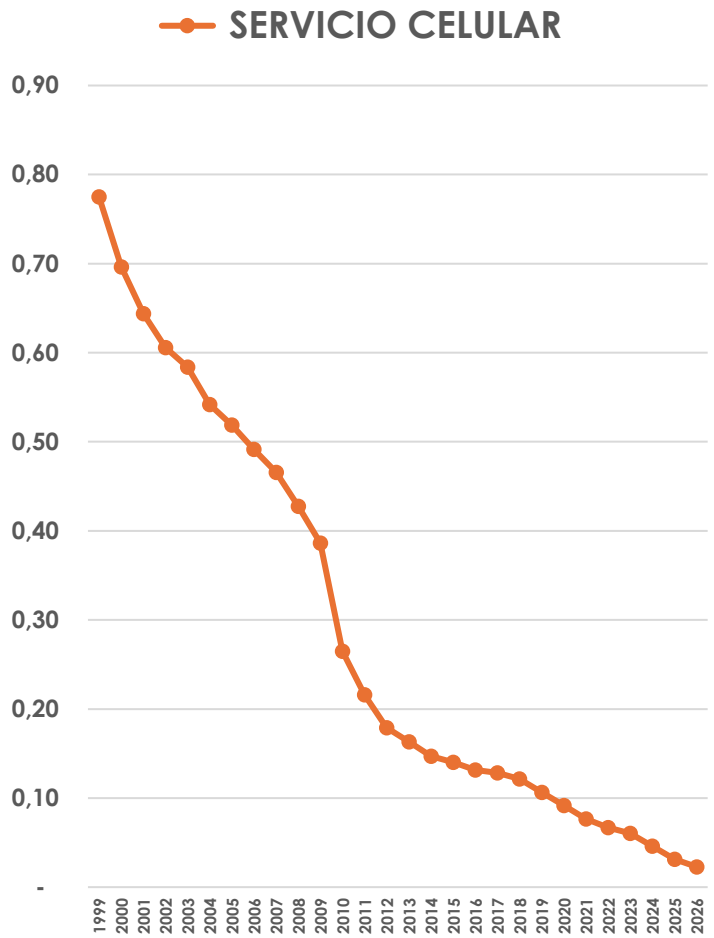
¿CUÁNTOS SMLV SE NECESITAN PARA COMPRAR...?



¿CUÁNTOS SMLV SE NECESITAN PARA COMPRAR...?



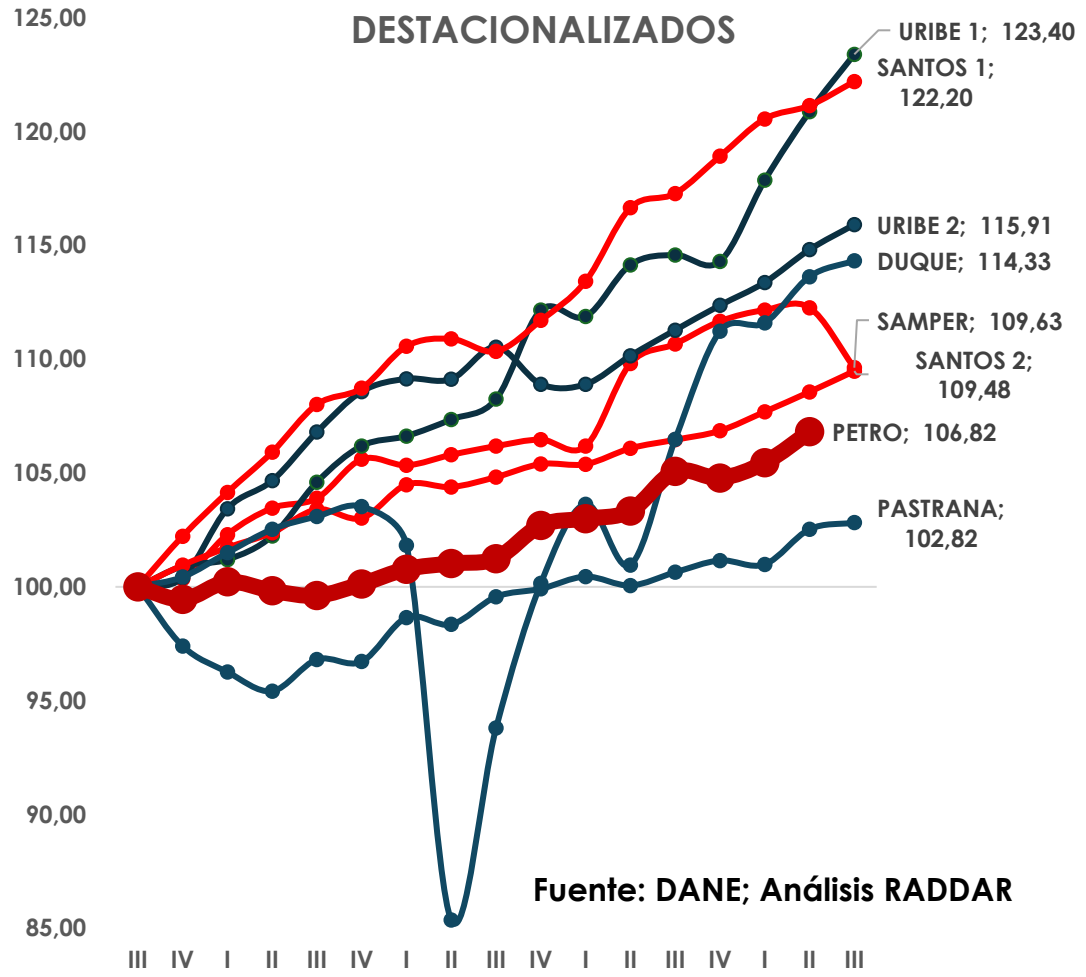
¿CUÁNTOS SMLV SE NECESITAN PARA COMPRAR...?



Fuente: DANE, RADDAR

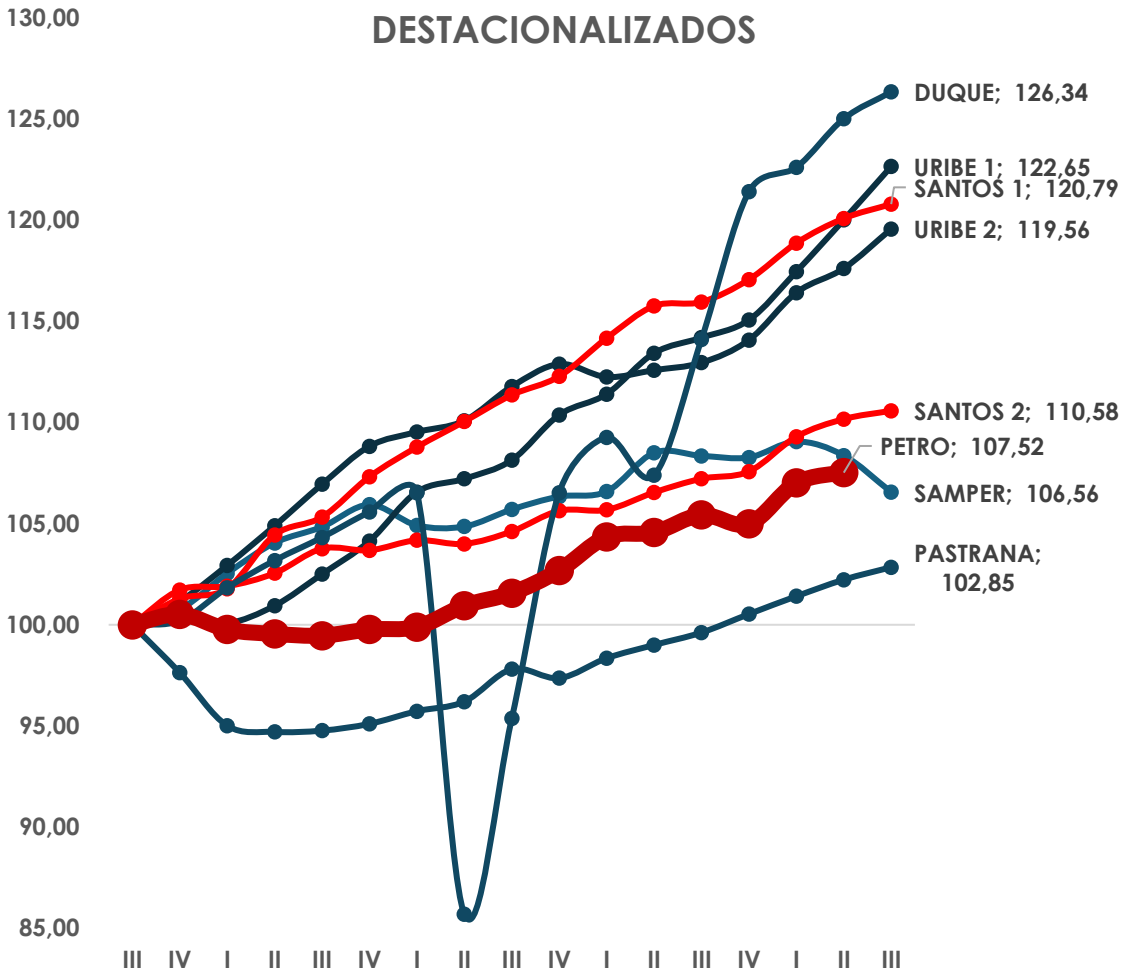
RADDAR Consumer Knowledge Group

PIB POR PERIODO PRESIDENCIAL - DATOS DESTACIONALIZADOS

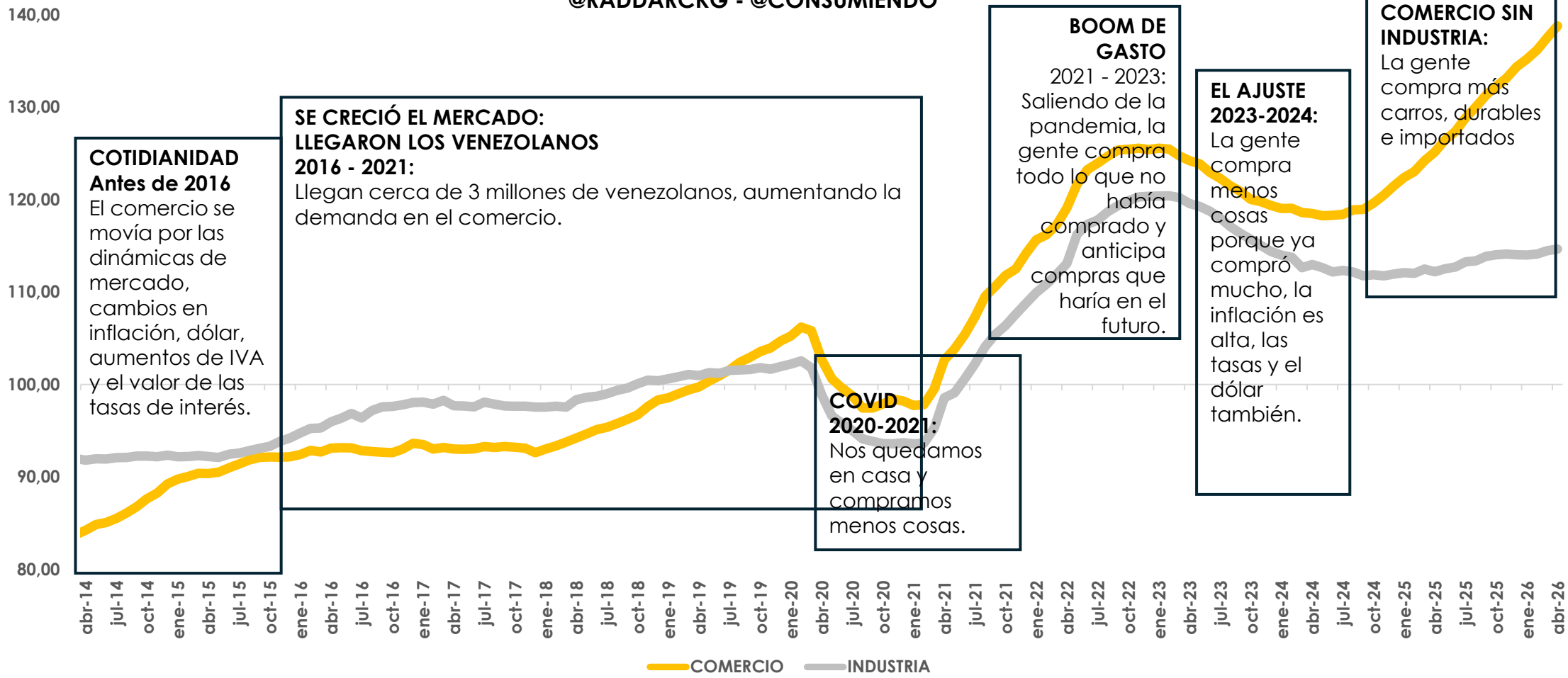


Fuente: DANE; Análisis RADDAR

CONSUMO POR PERIODO PRESIDENCIAL - DATOS DESTACIONALIZADOS



EL AJUSTE - TAMAÑO REAL DEL COMERCIO Y LA INDUSTRIA
ÍNDICE 12 MESES AMULADOS - DANE
@RADDARCKG - @CONSUMIENDO



COTIDIANIDAD
Antes de 2016
El comercio se movía por las dinámicas de mercado, cambios en inflación, dólar, aumentos de IVA y el valor de las tasas de interés.

SE CRECIÓ EL MERCADO: LLEGARON LOS VENEZOLANOS
2016 - 2021:
Llegan cerca de 3 millones de venezolanos, aumentando la demanda en el comercio.

COVID
2020-2021:
Nos quedamos en casa y compramos menos cosas.

BOOM DE GASTO
2021 - 2023: Saliendo de la pandemia, la gente compra todo lo que no había comprado y anticipa compras que haría en el futuro.

EL AJUSTE
2023-2024:
La gente compra menos cosas porque ya compró mucho, la inflación es alta, las tasas y el dólar también.

COMERCIO SIN INDUSTRIA:
La gente compra más carros, durables e importados

RADDAR Consumer Knowledge Group

Carros nuevos

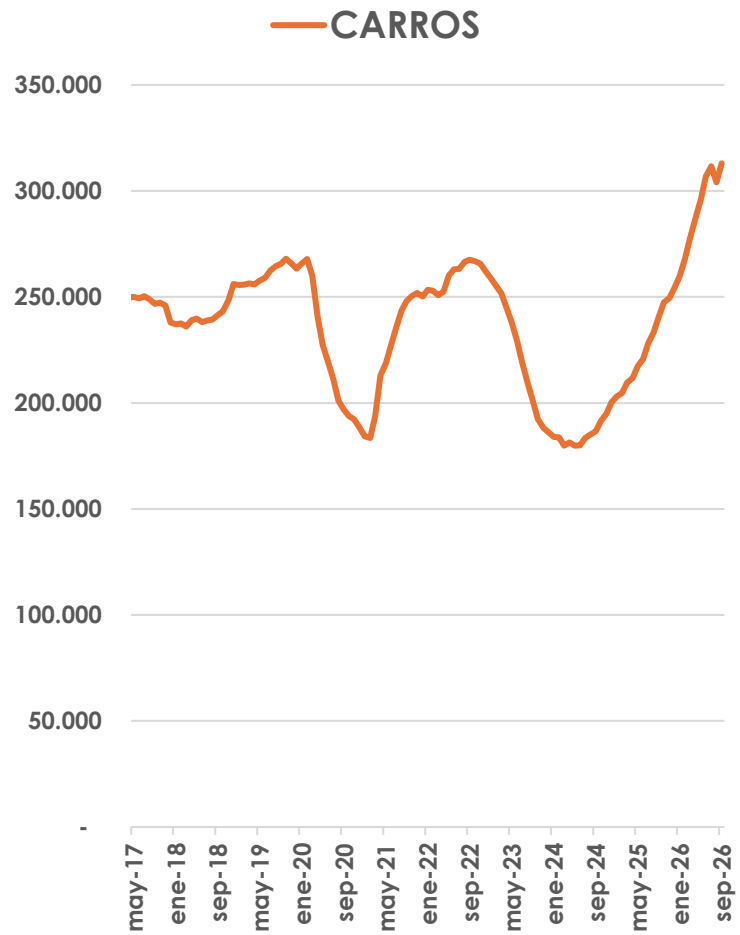
313

Mil unidades/09/26

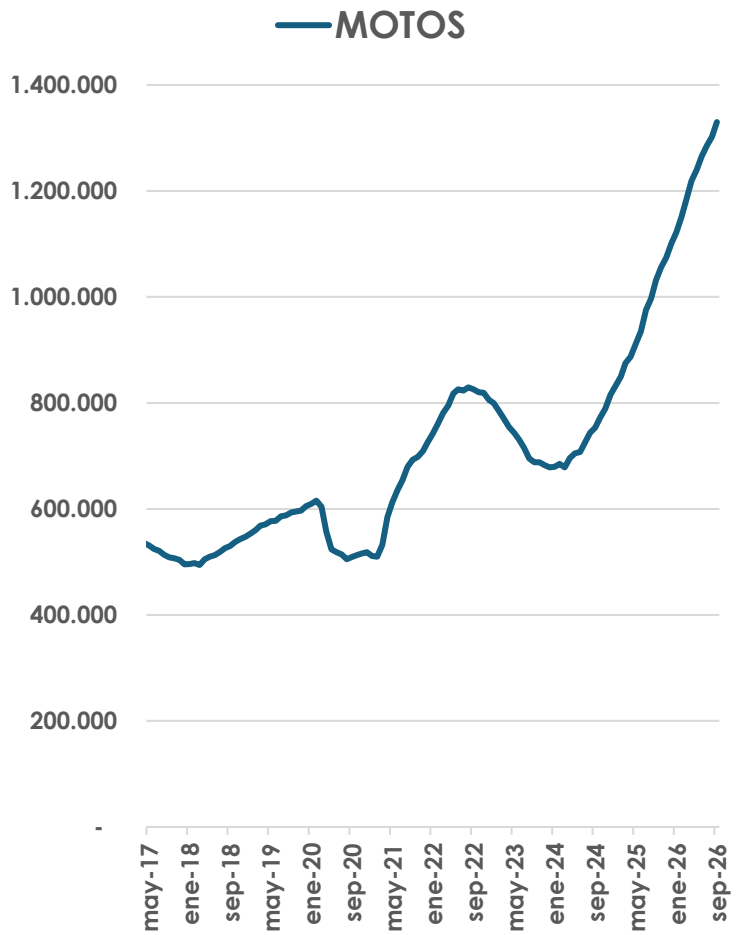
Con un crecimiento anual de 33%

Fuente: DANE, RADDAR

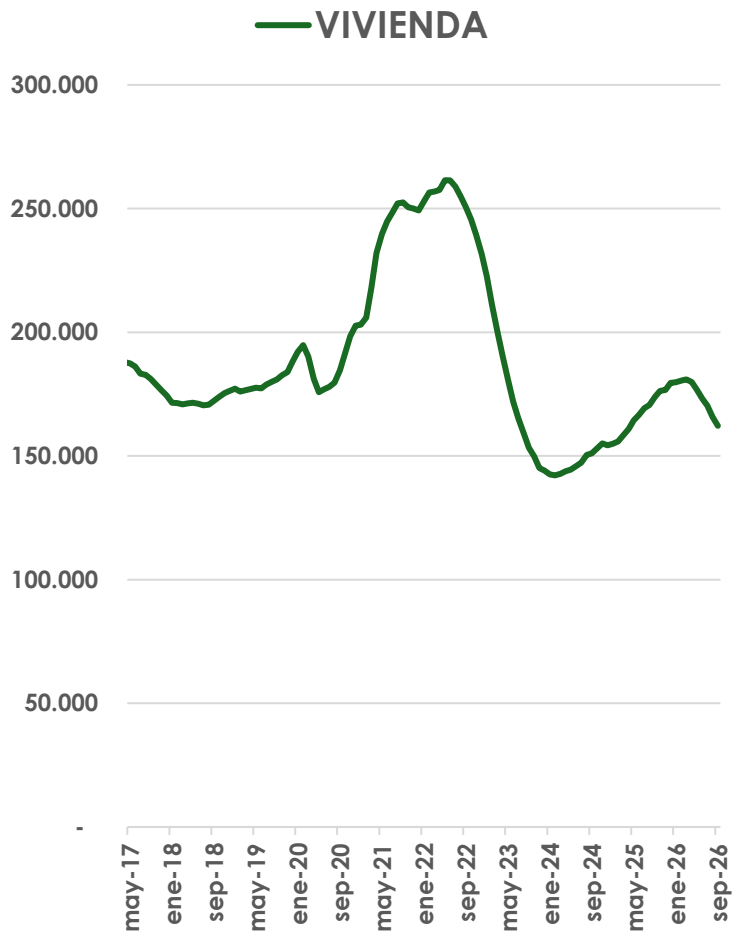
VENTAS DE ACTIVOS NUEVOS 12 MESES



VENTAS DE ACTIVOS NUEVOS 12 MESES



VENTAS DE ACTIVOS NUEVOS 12 MESES



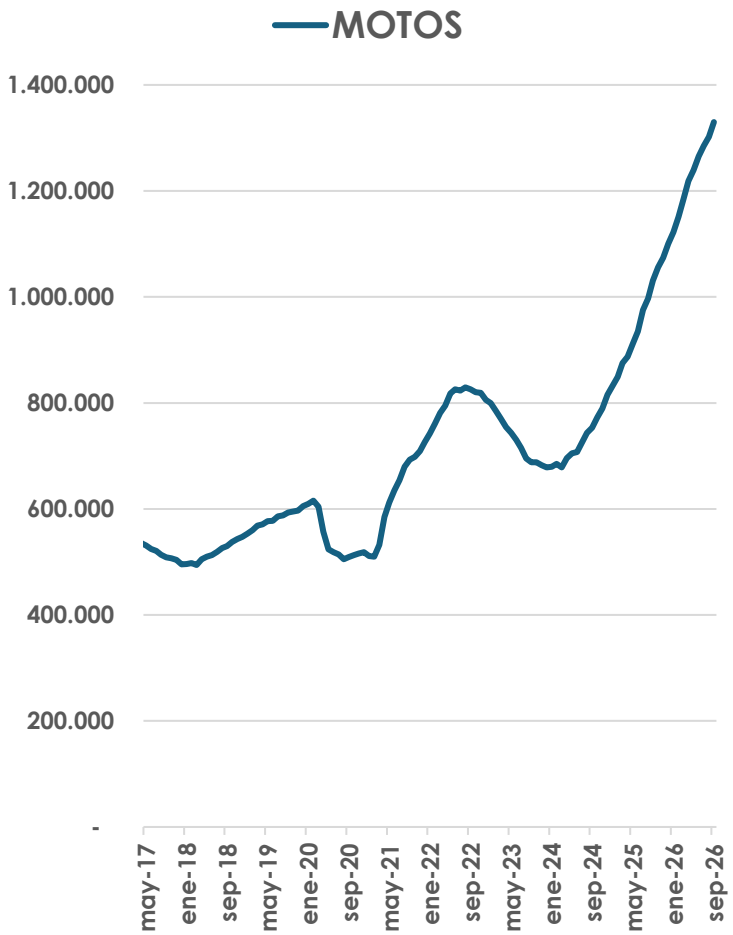
Fuente: RUNT, ANID, FENALCO, CAMACOL

RADDAR Consumer Knowledge Group

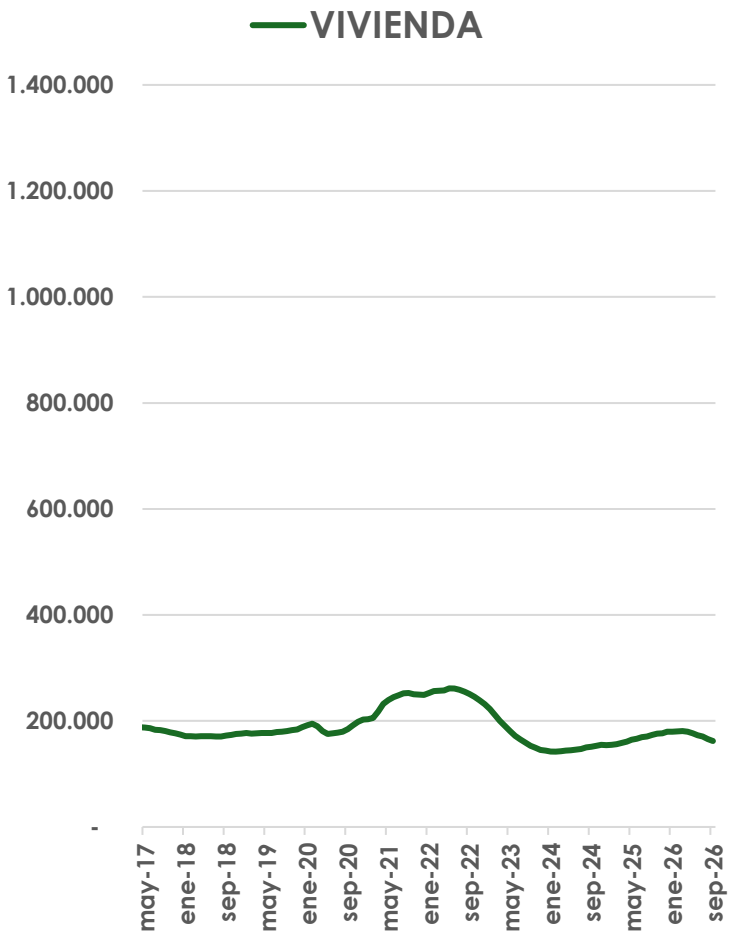
VENTAS DE ACTIVOS NUEVOS 12 MESES



VENTAS DE ACTIVOS NUEVOS 12 MESES



VENTAS DE ACTIVOS NUEVOS 12 MESES



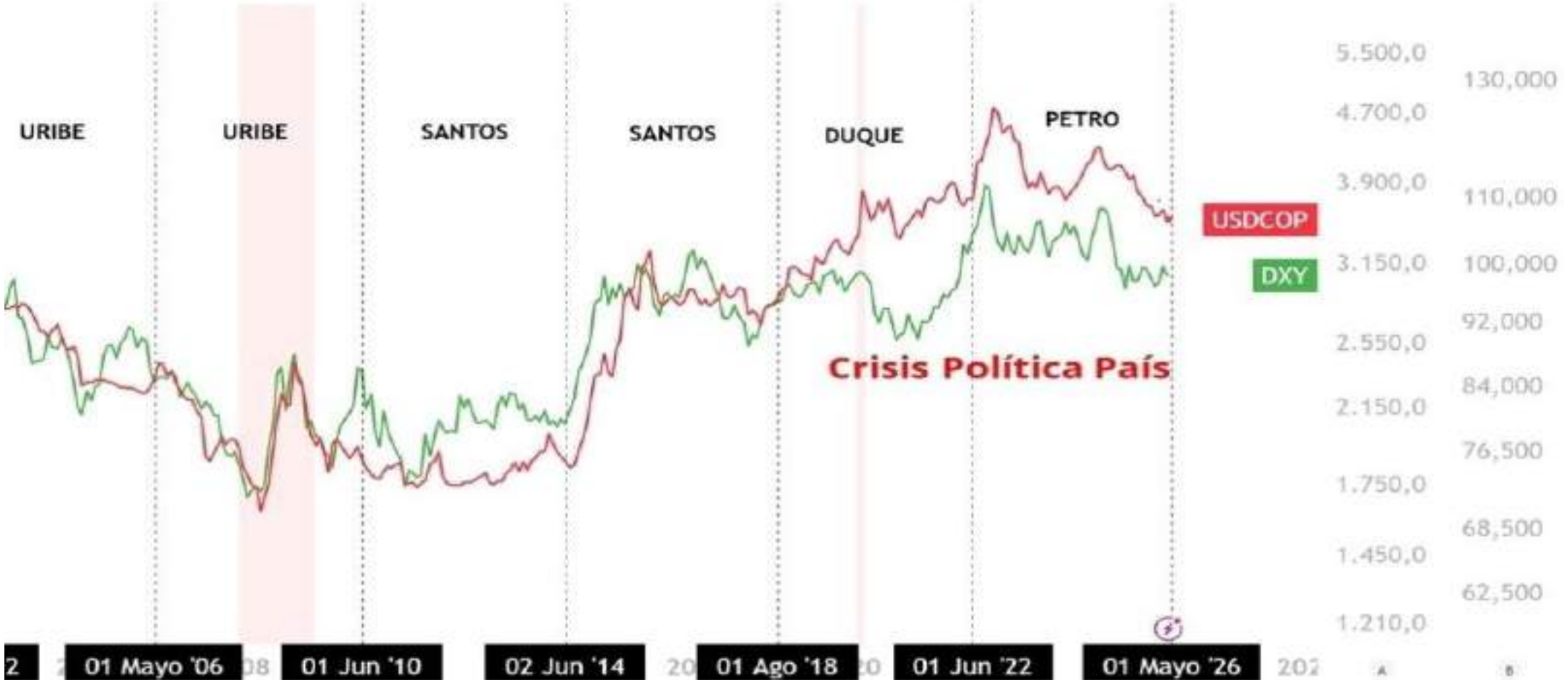
Fuente: RUNT, ANID, FENALCO, CAMACOL

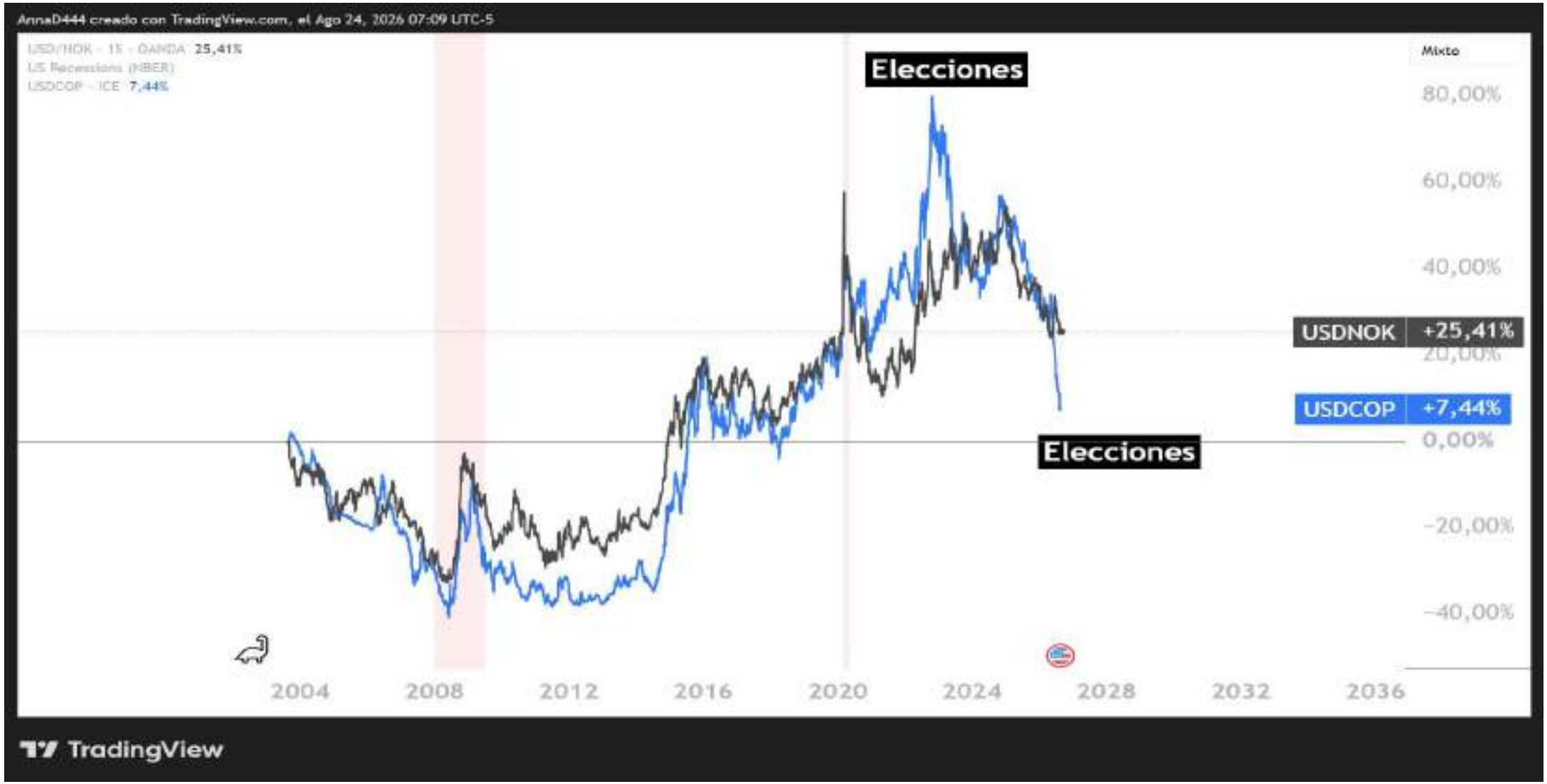
RADDVR Consumer Knowledge Group

El día que el dólar perdió correlación con el petróleo



El dólar nunca perdió correlación con el dólar mundial



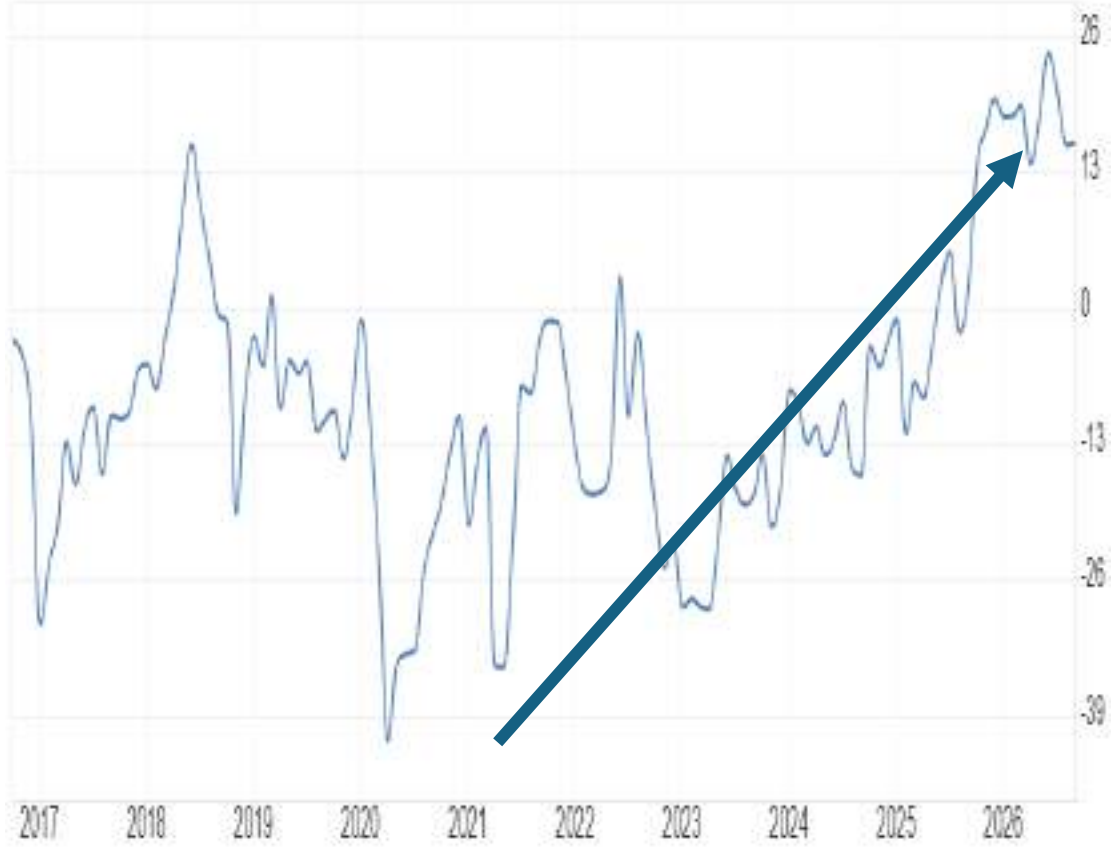


RADDVR Consumer Knowledge Group

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR - EEUU

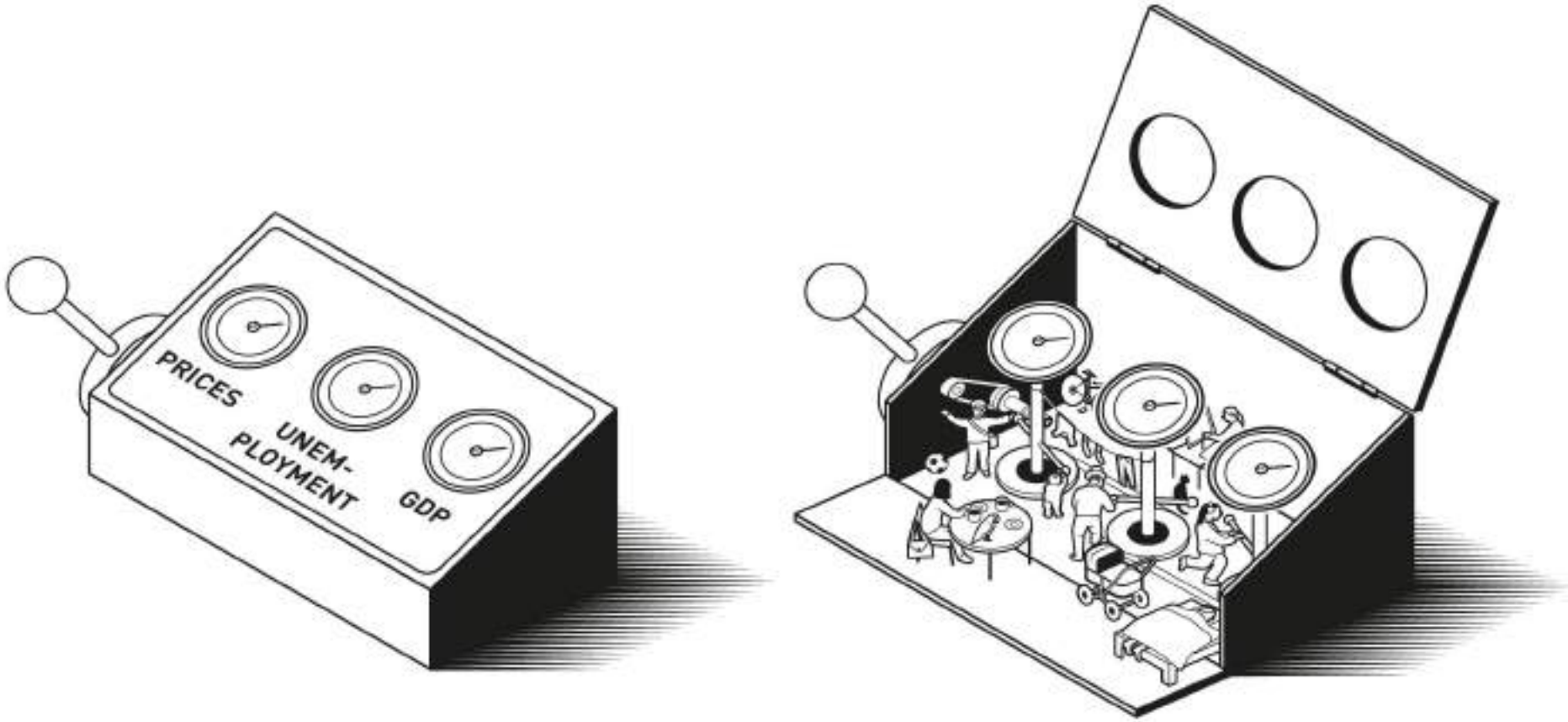


CONFIANZA DEL CONSUMIDOR - COL



RADDVR Consumer Knowledge Group

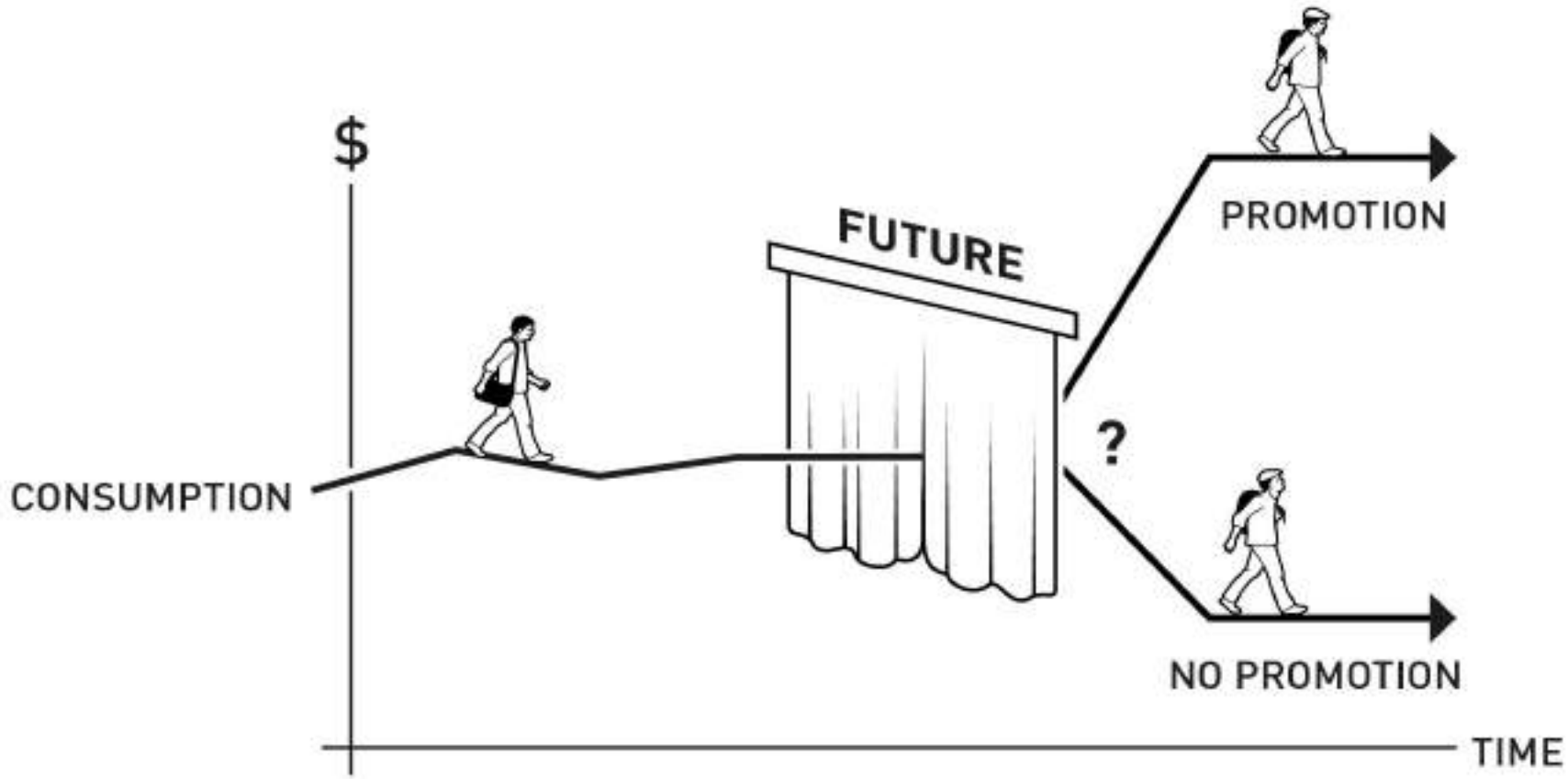
¿QUEREMOS…. COMPRAR?



©Johan Jarnestad/The Royal Swedish Academy of Sciences

RADDVR Consumer Knowledge Group

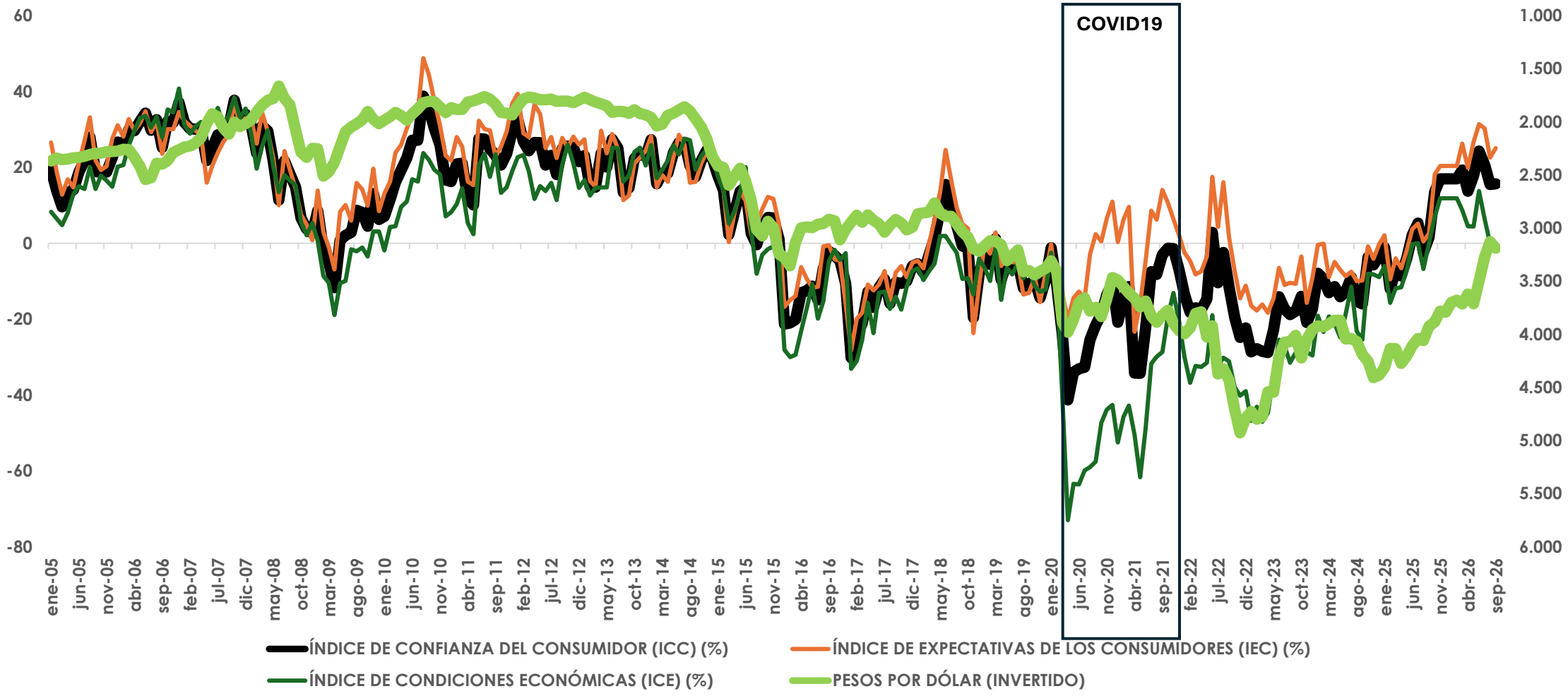
¿QUEREMOS…. COMPRAR?



©Johan Jarnestad/The Royal Swedish Academy of Sciences

RADDVR Consumer Knowledge Group

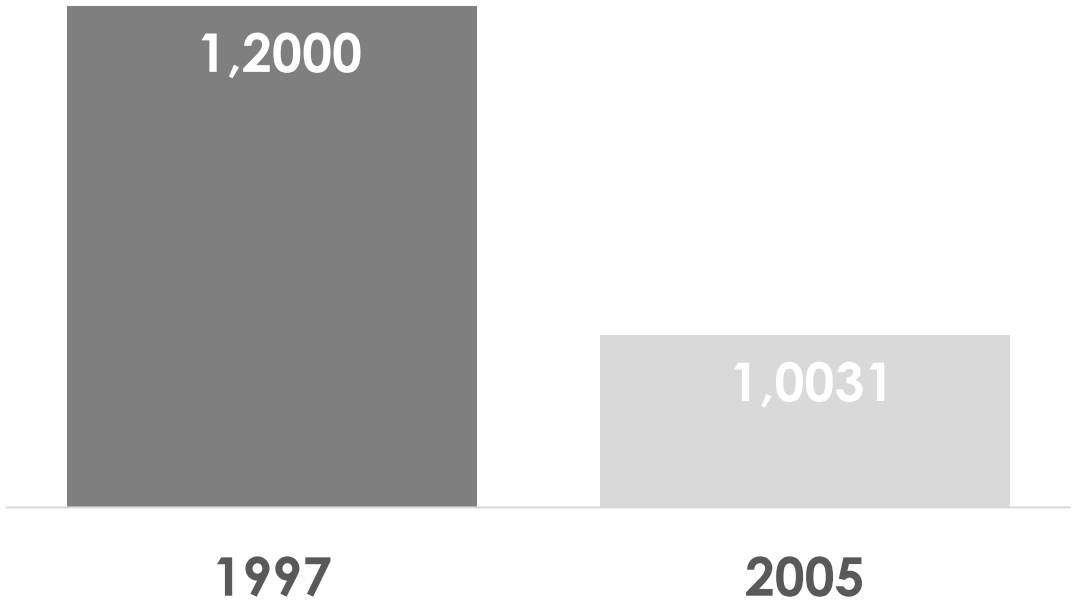
CONFIANA DEL CONSUMIDOR DE FEDESARROLLO Y TIPO DE CAMBIO...



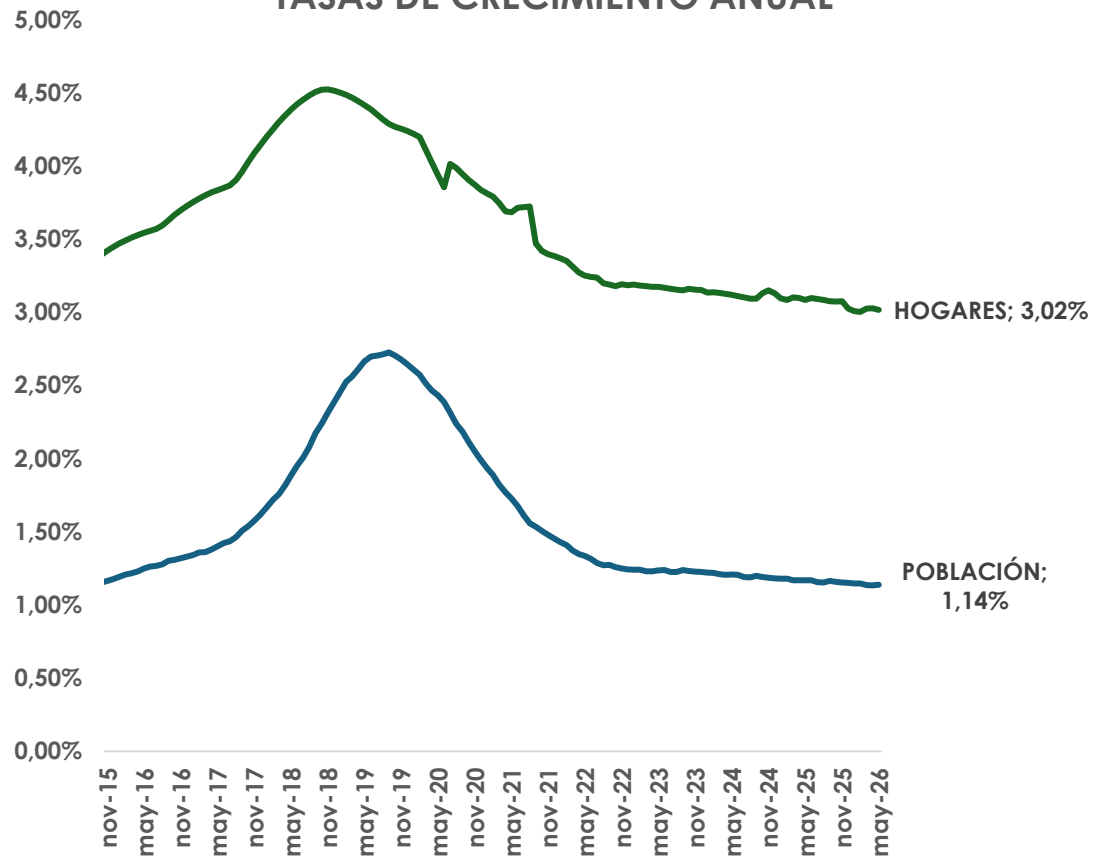
RADDVR Consumer Knowledge Group

¿QUEREMOS VIVIENDA?

HOGARES POR VIVIENDA
DANE - ECV



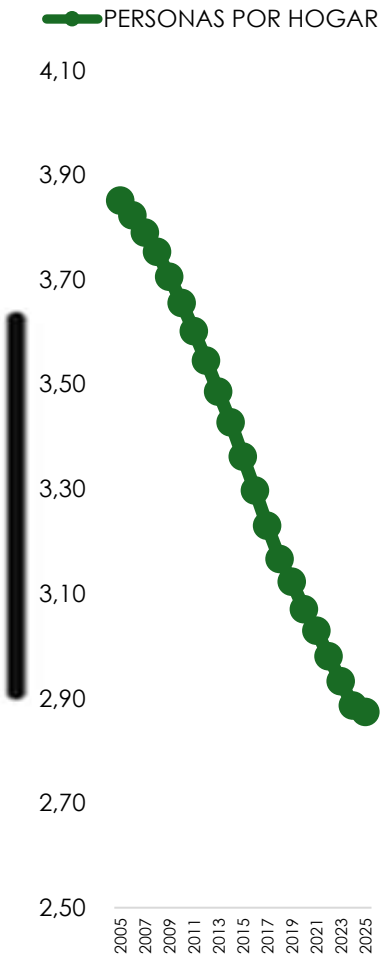
TASAS DE CRECIMIENTO ANUAL

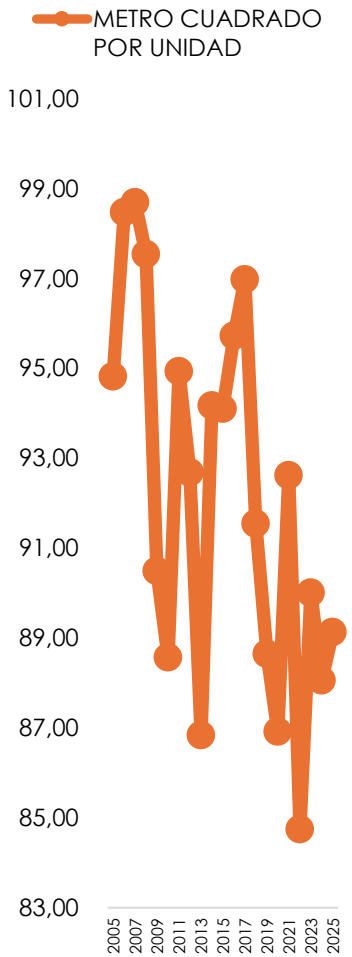


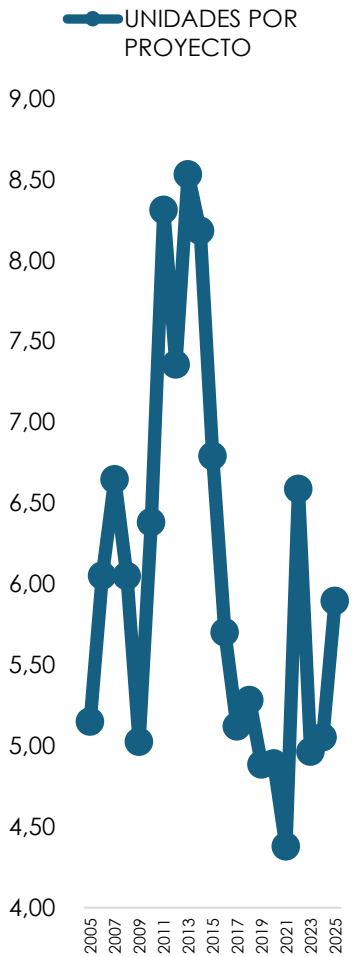
Fuente: Observatorio de Remodelación, RADDAR

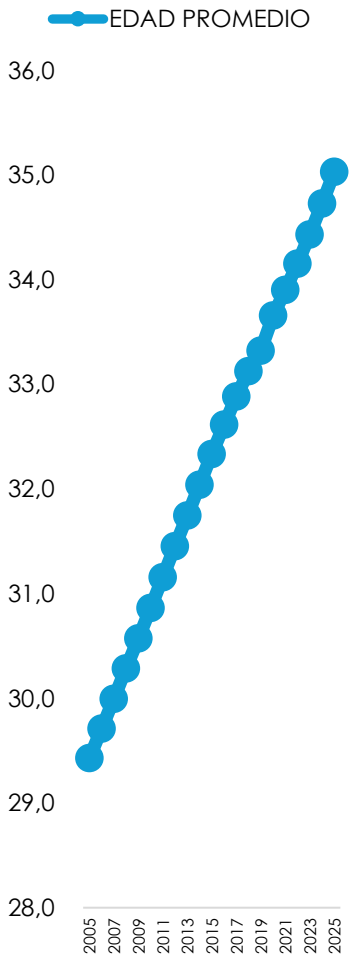
RADDAR Consumer Knowledge Group

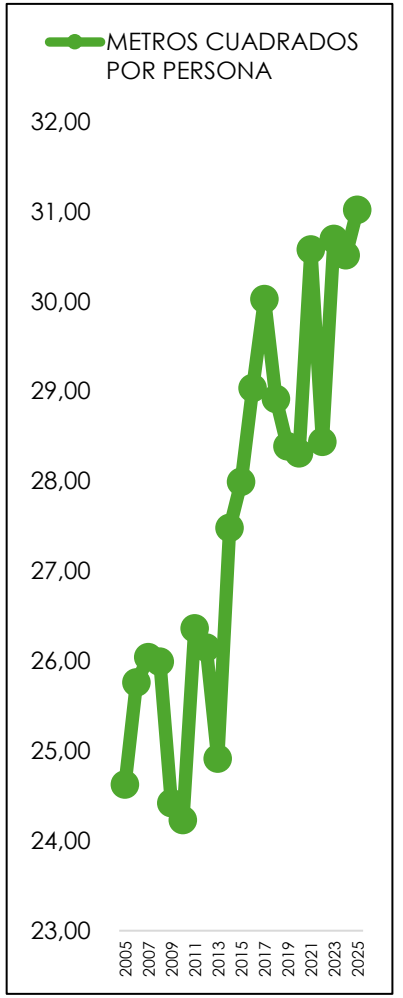
¿QUEREMOS VIVIENDA?







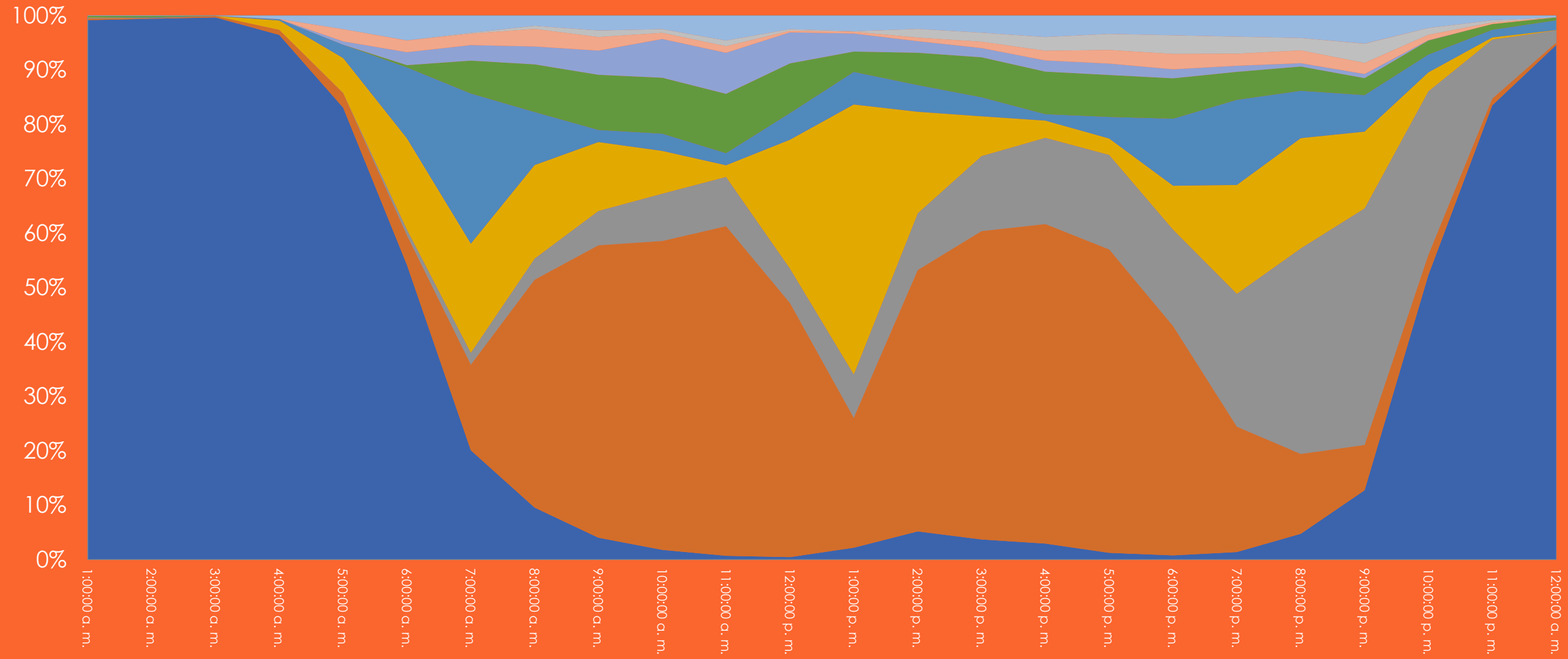




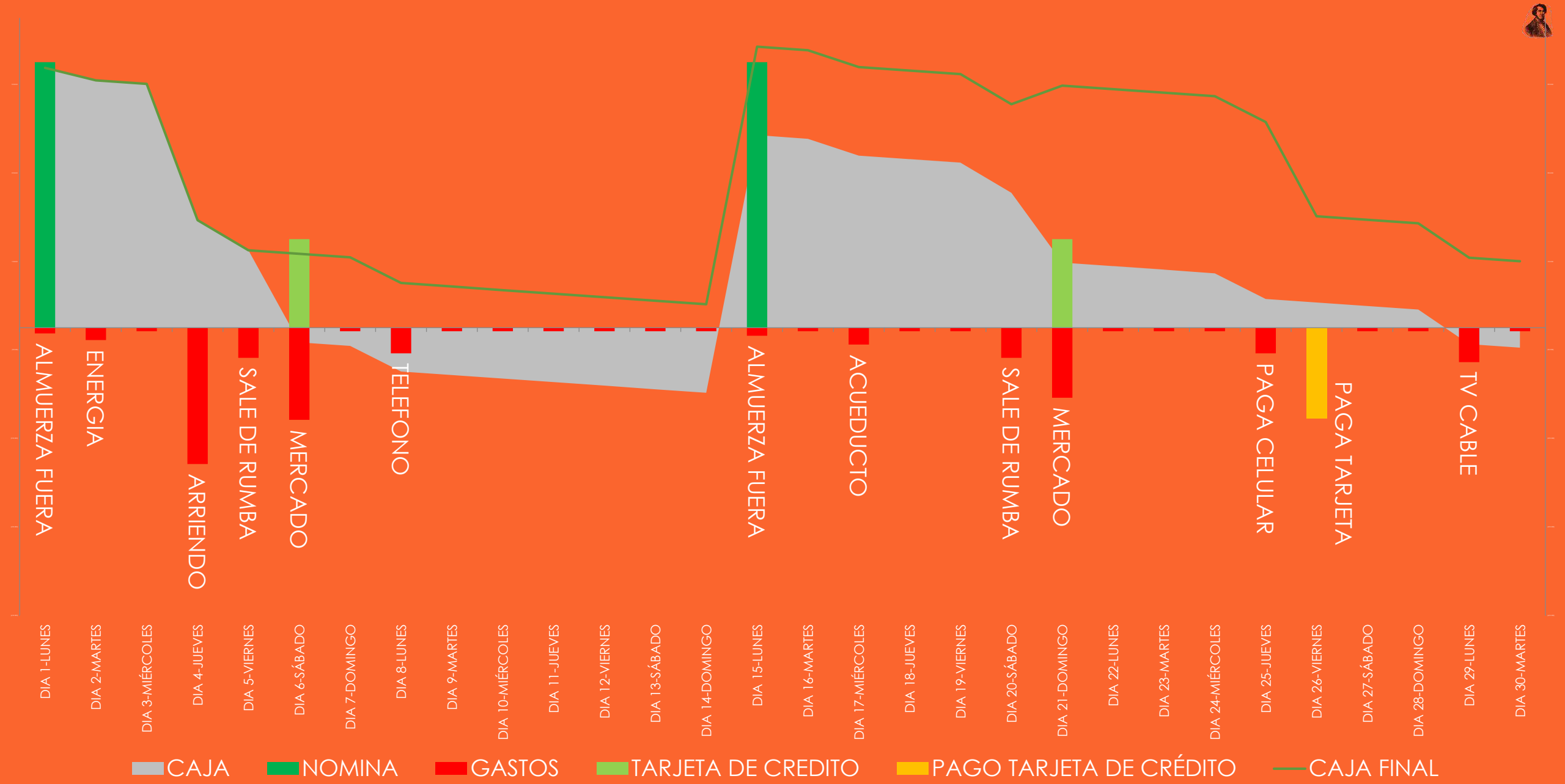
Fuente: Observatorio de Remodelación, RADDAR

RADDAR Consumer Knowledge Group

¿QUÉ HACEMOS EN EL DIA?

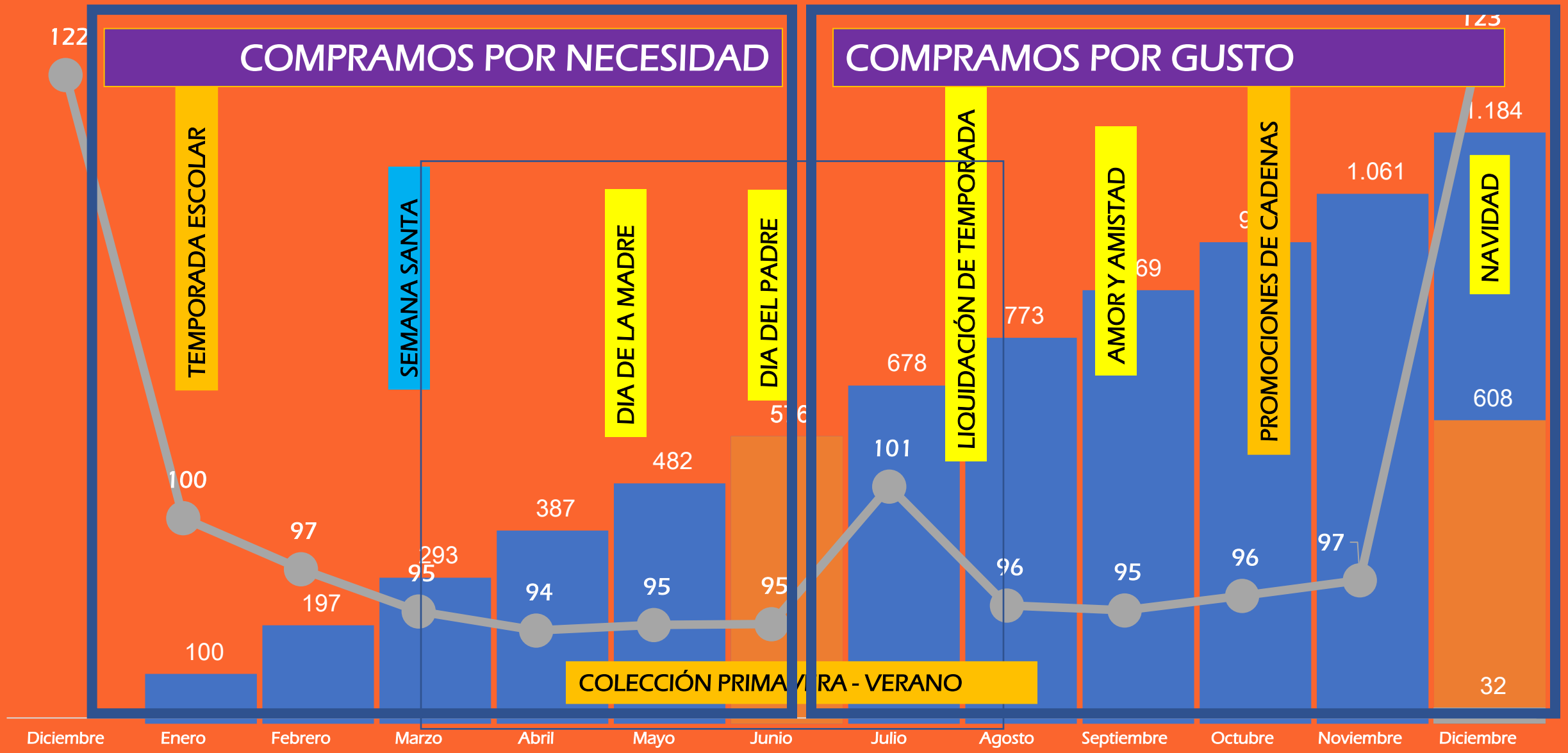


RADDVR Consumer Knowledge Group



RADDVR Consumer Knowledge Group

¿CÓMO GASTAMOS EN UN AÑO LOS COLOMBIANOS, SI EN ENERO COMPRAMOS 100 COSAS? – Data RADDAR



ALMANAQUE "MERCADOLEZCO" RADDAR



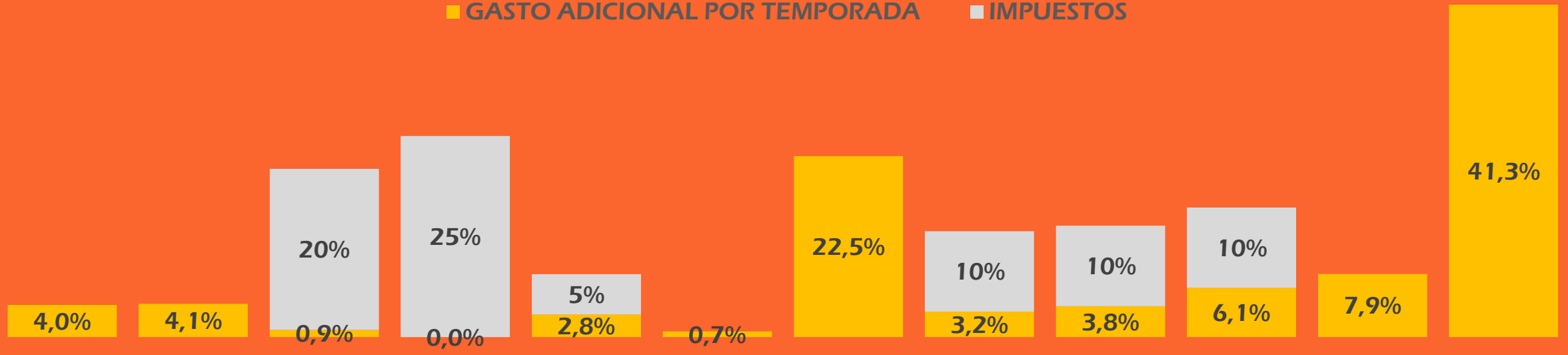
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
DIAS	31 días	28/29 días	31 DÍAS	30 DÍAS
FESTIVOS	2	0	1 O 3	0 O 2
TEMPORADA	Escolar	Escolar; San Valentín	Semana Santa, Día de la Mujer	Semana Santa, 9 de abril
VACACIONES	A, B y Universidades	A y Universidades	Puede haber Semana Santa	Puede haber Semana Santa
CLIMA	Heladas	Heladas	Primavera	Lluvias Mil
INGRESOS	Aumento de Sueldos	Iguales	Iguales	Iguales
PRECIOS	35% de la inflación	20% de la inflación	10% de la inflación	5% de la inflación
IMPUESTOS	IVA Semestral, ICA.	ICA	ICA, Renta Empresas, Predial	ICA, Renta Empresas, Predial, Vehículos
OTROS	Último ingreso 22 de diciembre	Carnaval de Barranquilla	Trimestre/Elecciones/Asambleas	

	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
DIAS	3O días	31 días	30 días	31 días
FESTIVOS	2	1, 2 O 3	1, 2 O 3	2
TEMPORADA	Madre, Día del Trabajo.	Padre	Prima	Descuentos del Comercio
VACACIONES	No	A, B y Universidades	B y Universidades	B
CLIMA	Primavera	Primavera	Primavera	Vientos
INGRESOS	Iguales	Comienza Prima	Prima	Iguales
PRECIOS	5% de la inflación	5% de la inflación	5% de la inflación	5% de la inflación
IMPUESTOS	ICA, Vehículos	ICA.	ICA, IVA Semestral	ICA, Renta Personas
OTROS	Elecciones	Mundial de Fútbol - Matriculas	Mundial de Fútbol	Puede comenzar Gobierno

	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
DIAS	30 días	31 días	30 días	31 días
FESTIVOS	0	1	2	2
TEMPORADA	Amor y Amistad	Halloween	Navidad – Black Friday	Navidad
VACACIONES	No	Semana de Receso	No	A, B y Universidades
CLIMA	Vientos	Lluvias	Lluvias	Soleado
INGRESOS	Iguales	Iguales	Iguales	Prima
PRECIOS	5% de la inflación	5% de la inflación	5% de la inflación	5% de la inflación
IMPUESTOS	ICA, Renta Personas	ICA, Renta Personas	ICA	ICA
OTROS		Trimestre		Matrículas

RADDAR Consumer Knowledge Group

¿CUÁNTO GASTA DE MAS UN HOGAR AL MES, POR ENCIMA DE LO RECURRENTE Y GUSTOS?



	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
DIAS	31 días	28/29 días	31 DÍAS	30 DÍAS	3O días	31 días	30 días	31 días	30 días	31 días	30 días	31 días
FESTIVOS	2	0	1 O 3	0 O 2	2	1, 2 O 3	1, 2 O 3	2	0	1	2	2
TEMPORADA	**Escolar**	**Escolar; San Valentín**	**Semana Santa, Día de la Mujer**	**Semana Santa, 9 de abril**	**Madre, Día del Trabajo.**	**Padre**	**Prima**	**Descuentos del Comercio**	**Amor y Amistad**	**Halloween**	**Navidad – Black Friday**	**Navidad**
VACACIONES	A, B y Universidades	A y Universidades	Puede haber Semana Santa	Puede haber Semana Santa	No	A, B y Universidades	B y Universidades	B	No	Semana de Receso	No	A, B y Universidades
CLIMA	Heladas	Heladas	Primavera	Lluvias Mil	Primavera	Primavera	Primavera	Vientos	Vientos	Lluvias	Lluvias	Soleado
INGRESOS	Aumento de Sueldos	Iguales	Iguales	Iguales	Iguales	Comienza Prima	Prima	Iguales	Iguales	Iguales	Iguales	Prima
PRECIOS	**35% de la inflación**	**20% de la inflación**	**10% de la inflación**	**5% de la inflación**	**5% de la inflación**	**5% de la inflación**	**5% de la inflación**	**5% de la inflación**	**5% de la inflación**	**5% de la inflación**	**5% de la inflación**	**5% de la inflación**
IMPUESTOS	**IVA Semestral, ICA.**	**ICA**	**ICA, Renta Empresas, Predial**	**ICA, Renta Empresas, Predial, Vehículos**	**ICA, Vehículos**	**ICA.**	**ICA, IVA Semestral**	**ICA, Renta Personas**	**ICA, Renta Personas**	**ICA, Renta Personas**	**ICA**	**ICA**
OTROS	Último ingreso 22 de diciembre	Carnaval de Barranquilla	Trimestre/Elecciones/Asambleas	-	Elecciones	Mundial de Fútbol - Matriculas	Mundial de Fútbol	Puede comenzar Gobierno	-	Trimestre	-	Matrículas

RADDVR Consumer Knowledge Group

¿CUÁNDO COMPRAMOS LOS COLOMBIANOS?

DIARIO

LA GENTE NO COMPRA EN LA MAÑANA

LA GENTE COMPRA EN LA TARDE NOCHE

MENSUAL

LA GENTE HACE MERCADO, PAGA ARRIENDO Y DEUDAS EN LA PRIMERA SEMANA DEL MES

LA GENTE GASTA A FIN DE MES Y PAGA A CRÉDITO

ANUAL

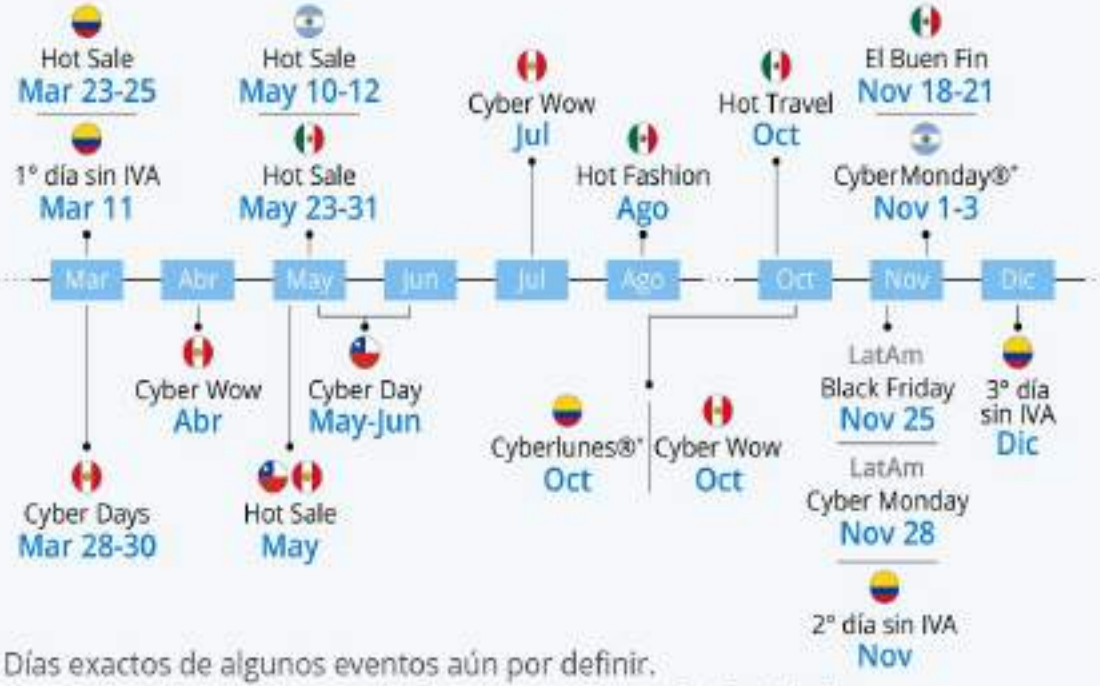
LOS CUATRO PRIMEROS MESES COMPRAMOS POCO

EN EL ÚTLIMO TRIMESTRE SE HACE CASI EL 50% DEL GASTO

RADDVR Consumer Knowledge Group

El calendario del e-commerce en América Latina

Principales eventos de comercio electrónico en los mayores mercados de Latinoamérica en 2022



Días exactos de algunos eventos aún por definir.
* Iniciativas de las Cámaras Nacionales de Comercio Electrónico.
Fuente: Investigación Statista

statista

Las razones de los españoles para comprar online

¿Cuál de estas consideras que son buenas razones para comprar un artículo en línea? (España, 2021)



2.050 encuestados (18-64 años) de octubre a diciembre de 2021. Respuesta múltiple.
Fuente: Statista Global Consumer Survey

statista

¿POR QUÉ NO COMPRAMOS EN ECOMMERCE LOS COLOMBIANOS?

1. POR DESCONOCIMIENTO
2. POR MIEDO
3. POR FALTA DE PORTALES
4. FALTA DE PLANEACIÓN

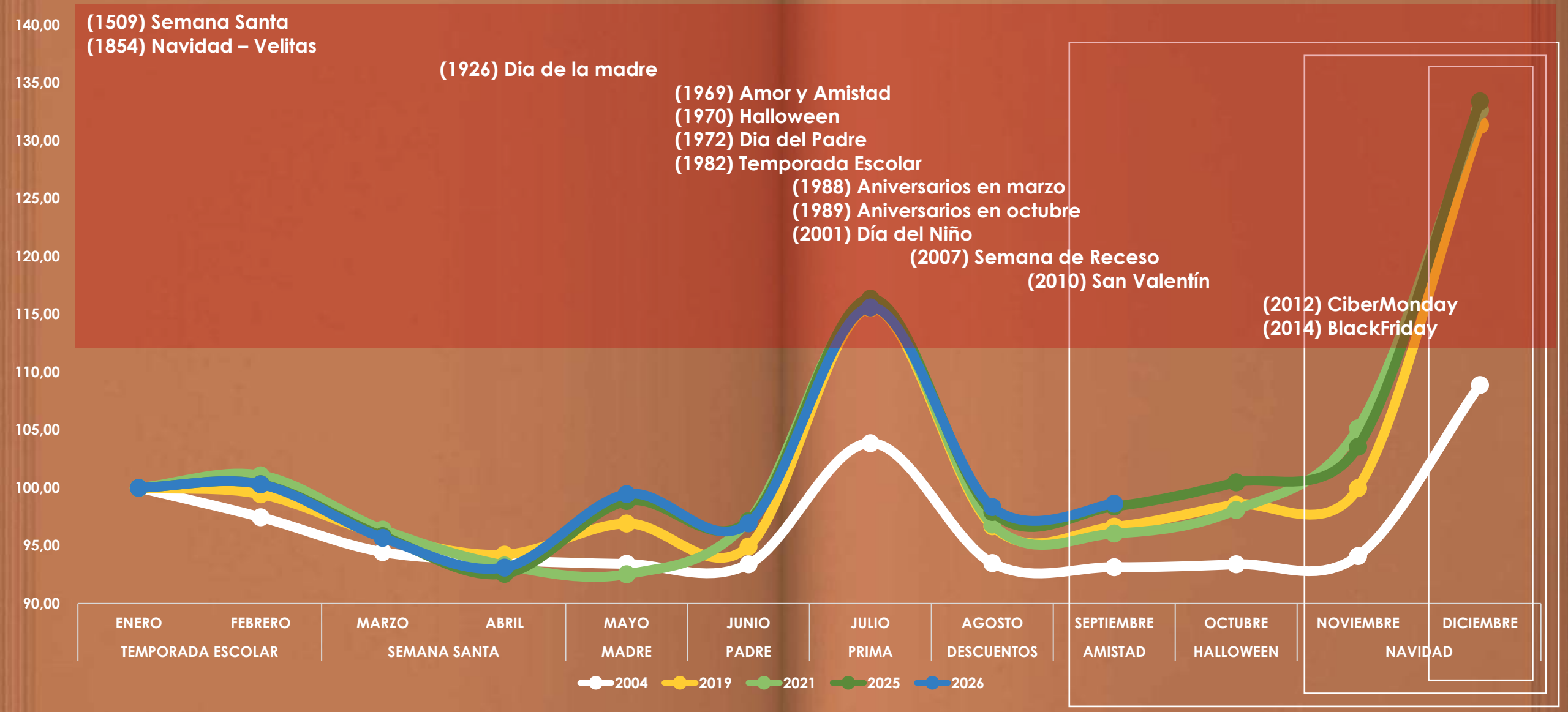
RADDVR Consumer Knowledge Group



Fuente: RADDAR Y CORPORACIÓN BIENESTAR, Minhacienda, MinInterior, Otros.
Realizado el 20 de enero de 2024; puede tener cambios en el tiempo.

CRONOGRAMA DE HECHOS ESPERADOS Y CONOCIDOS PARA COLOMBIA EN 2026, A LO BRISTOL, POR RADDAR Y BIENESTAR

CANTIDAD DE COSAS COMPRADAS POR PERSONA

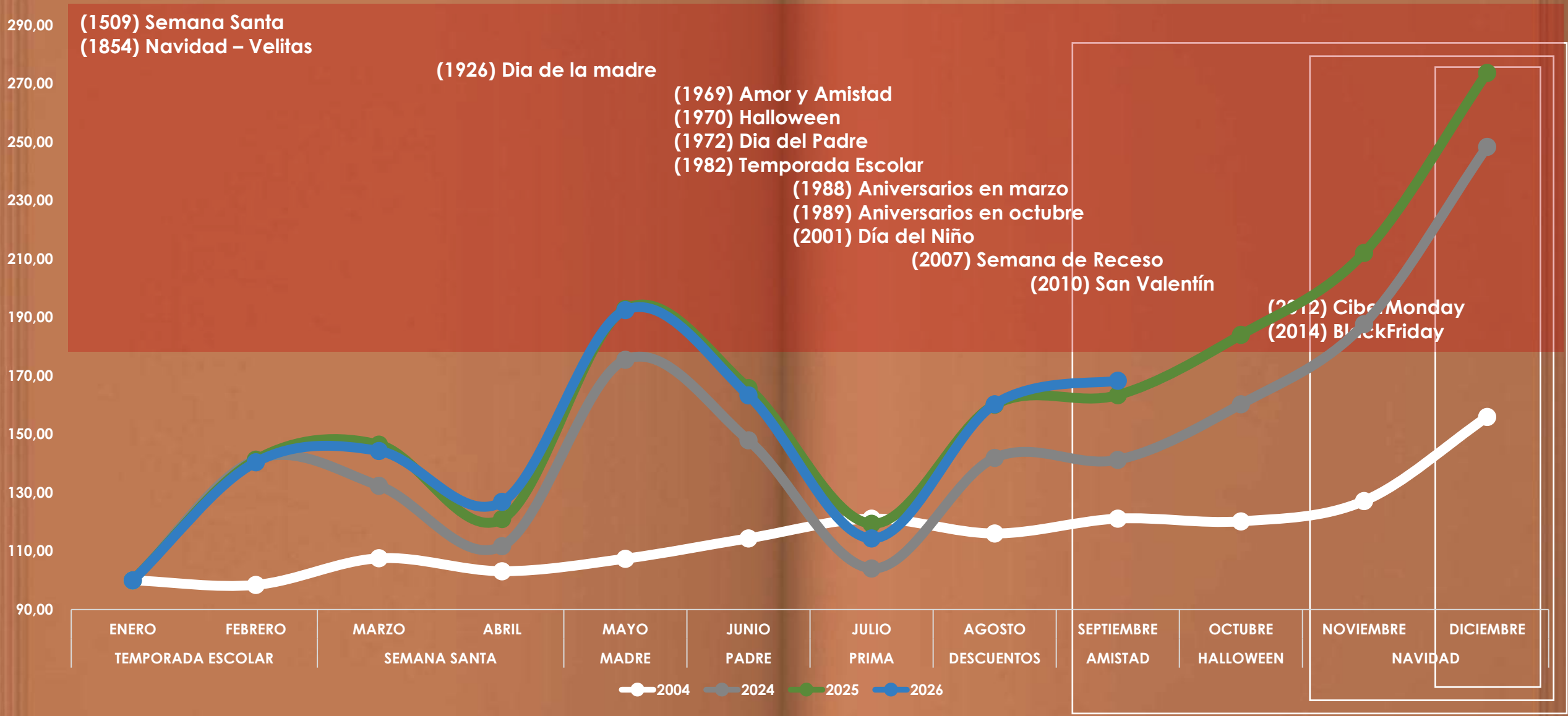


Fuente: RADDAR Y CORPORACIÓN BIENESTAR, Minhacienda, MinInterior, Otros.
Realizado el 20 de enero de 2024; puede tener cambios en el tiempo.

RADDAR Consumer Knowledge Group

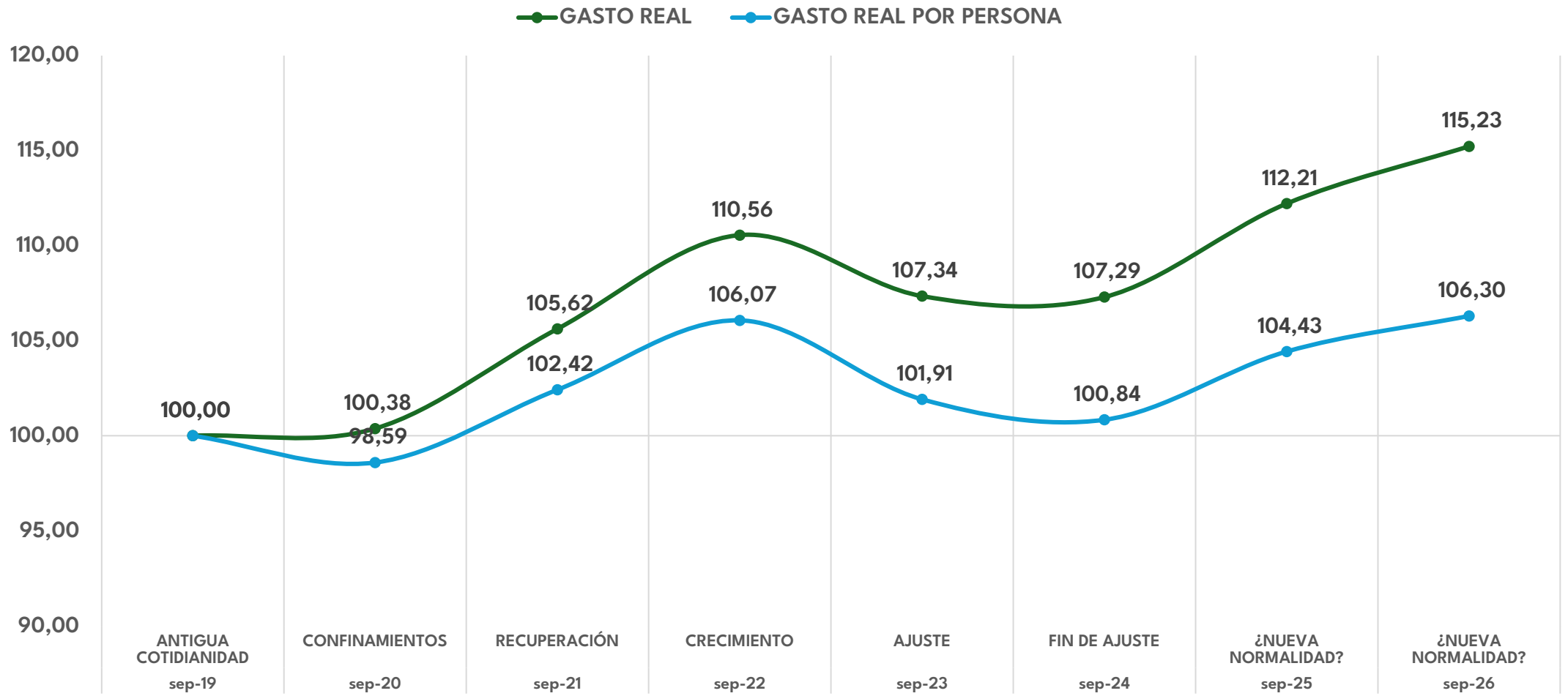
CRONOGRAMA DE HECHOS ESPERADOS Y CONOCIDOS PARA COLOMBIA EN 2026, A LO BRISTOL, POR RADDAR Y BIENESTAR

USO DE TARJETA DE CRÉDITO EN GASTO DE HOGARES



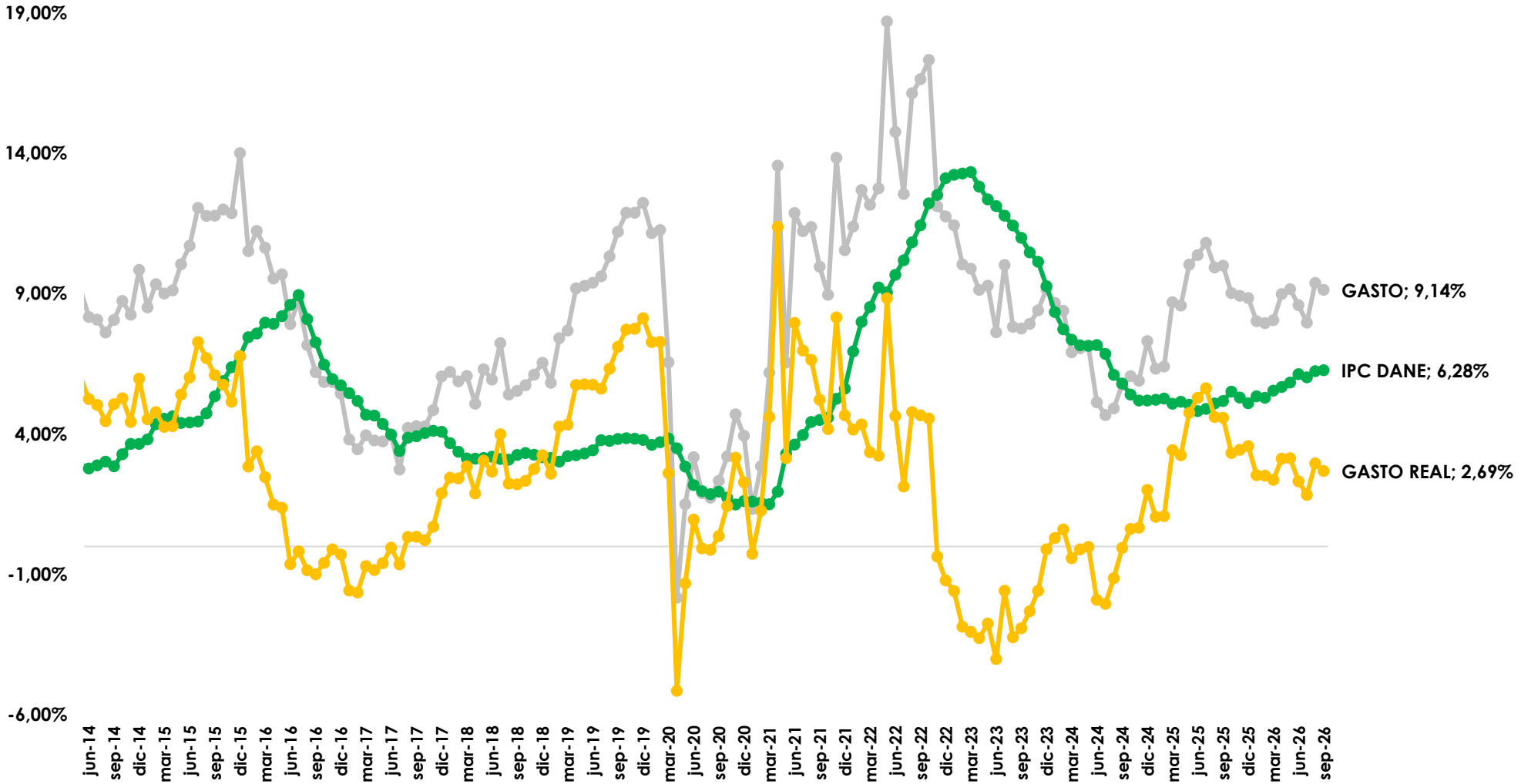
Fuente: RADDAR Y CORPORACIÓN BIENESTAR, Minhacienda, MinInterior, Otros.
Realizado el 20 de enero de 2024; puede tener cambios en el tiempo.

¿QUÉ HA PASADO DESDE 2019 EN EL GASTO DE HOGARES?



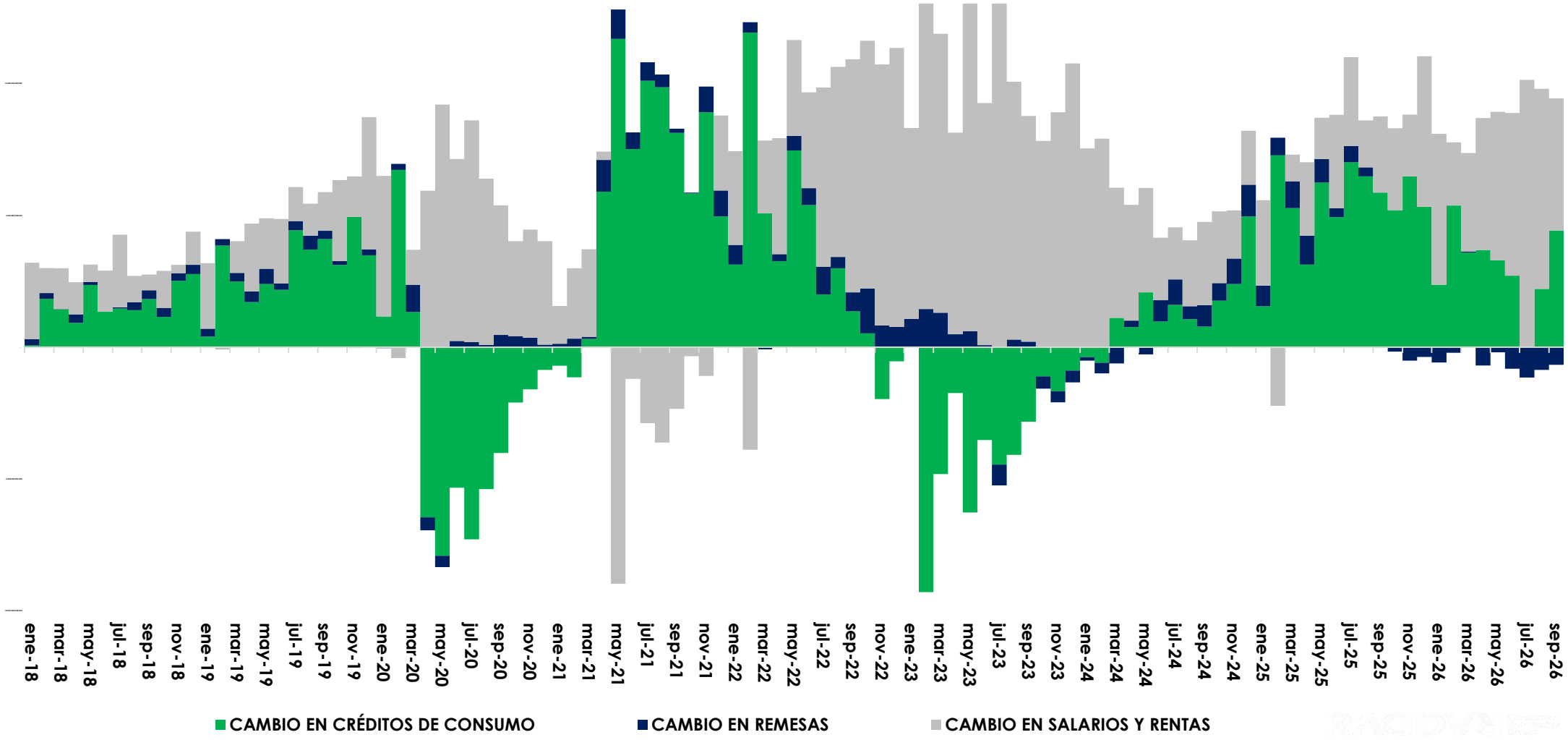
RADDAR Consumer Knowledge Group

DINÁMICA DEL GASTO DE HOGARES



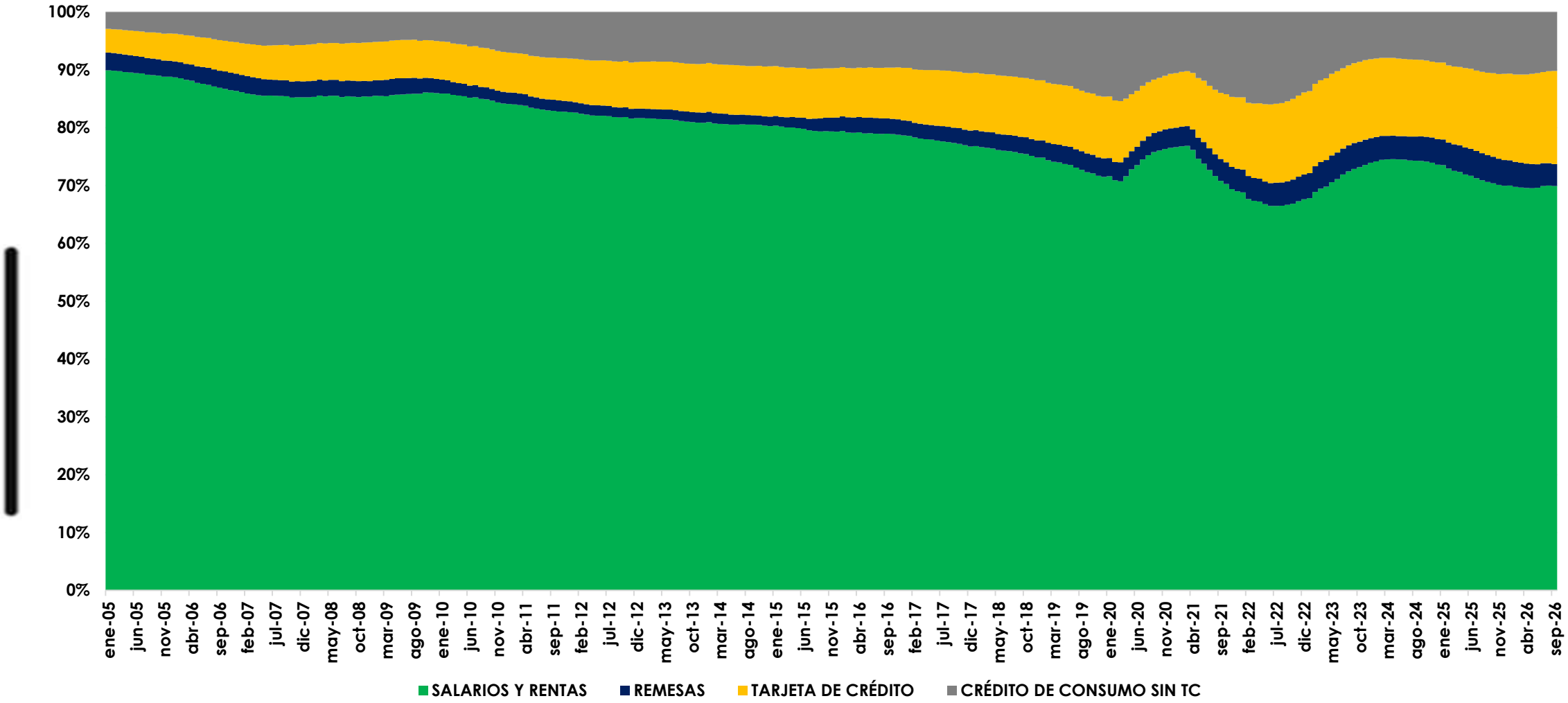
RADDVR Consumer Knowledge Group

APORTES AL CAMBIO EN EL GASTO



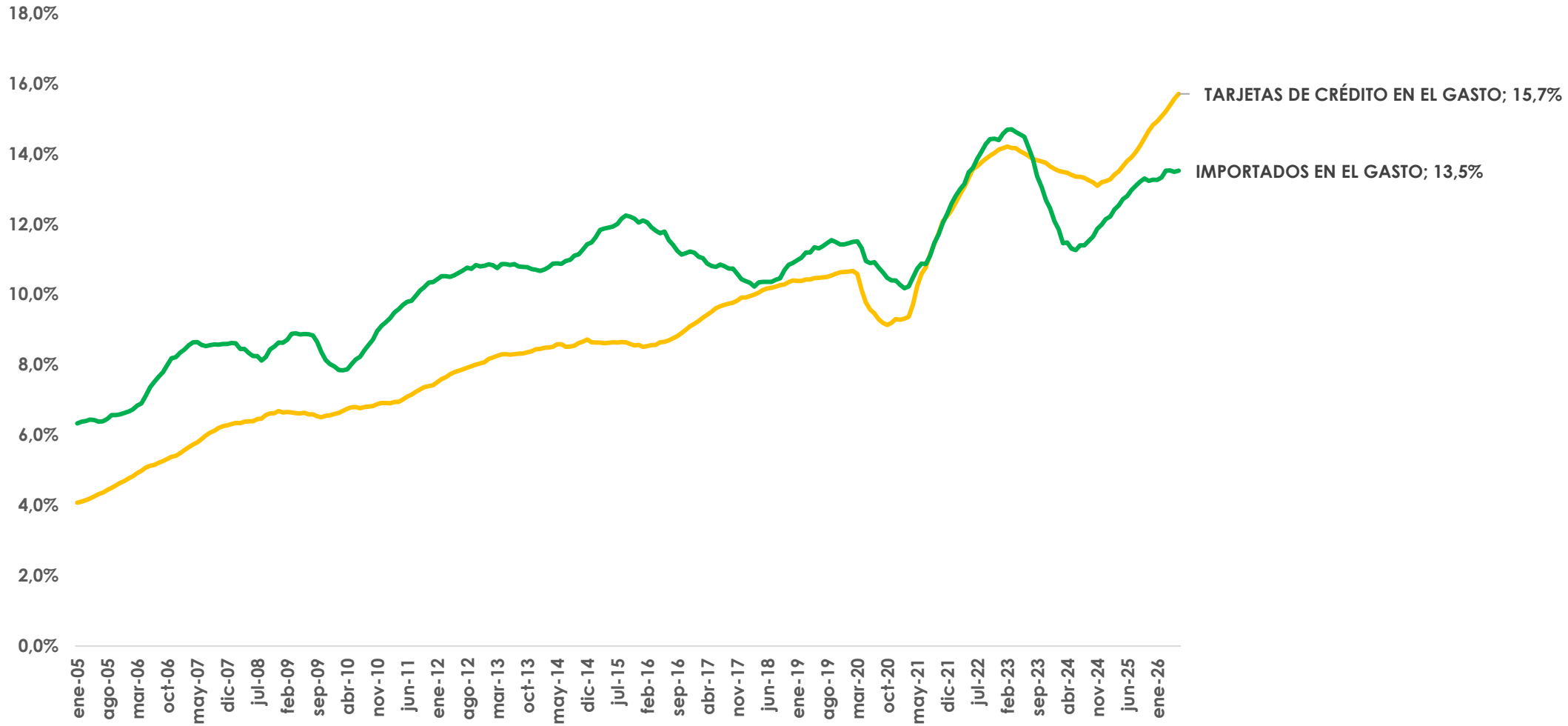
RADDVR Consumer Knowledge Group

FUENTES DE GASTO DE HOGARES - RADDAR



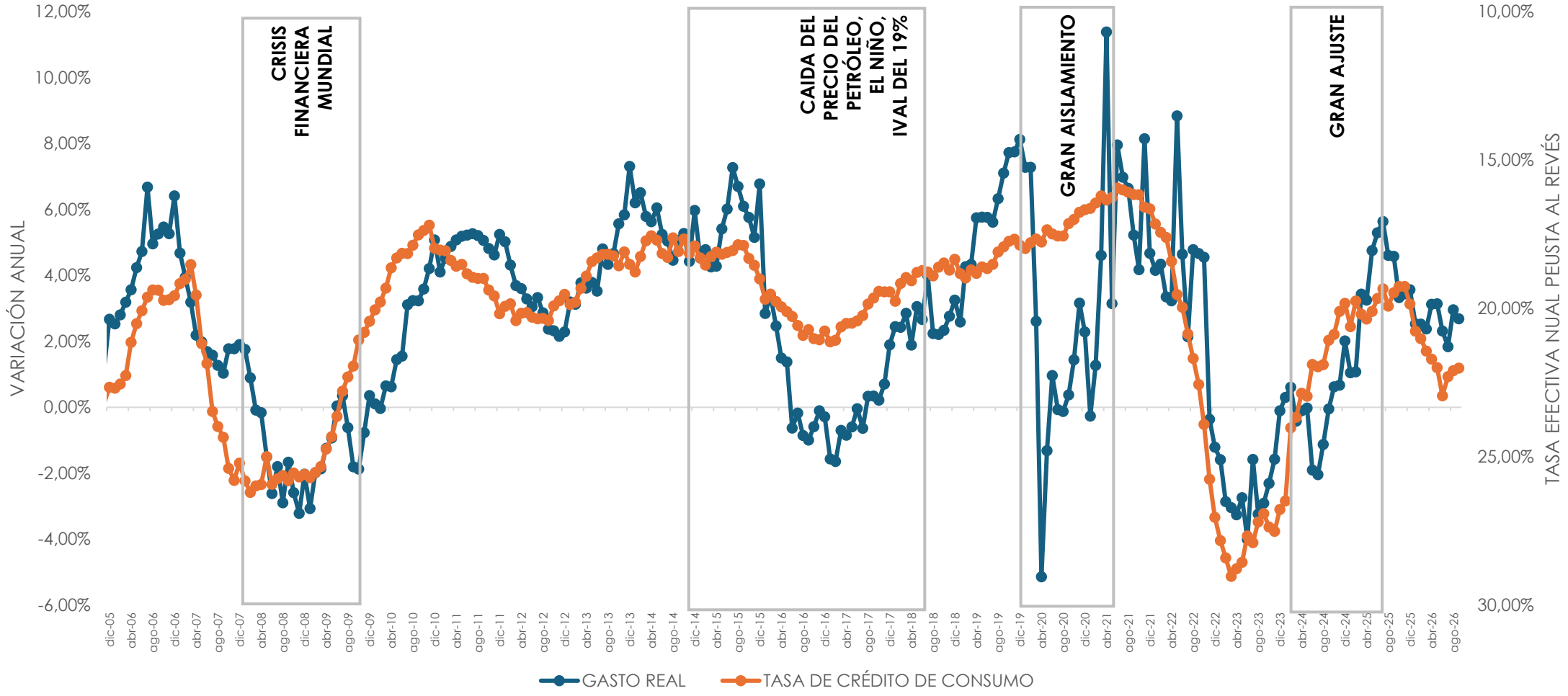
RADDAR Consumer Knowledge Group

¿EL IMPACTO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITOS EN EL GASTO EN IMPORTADOS?

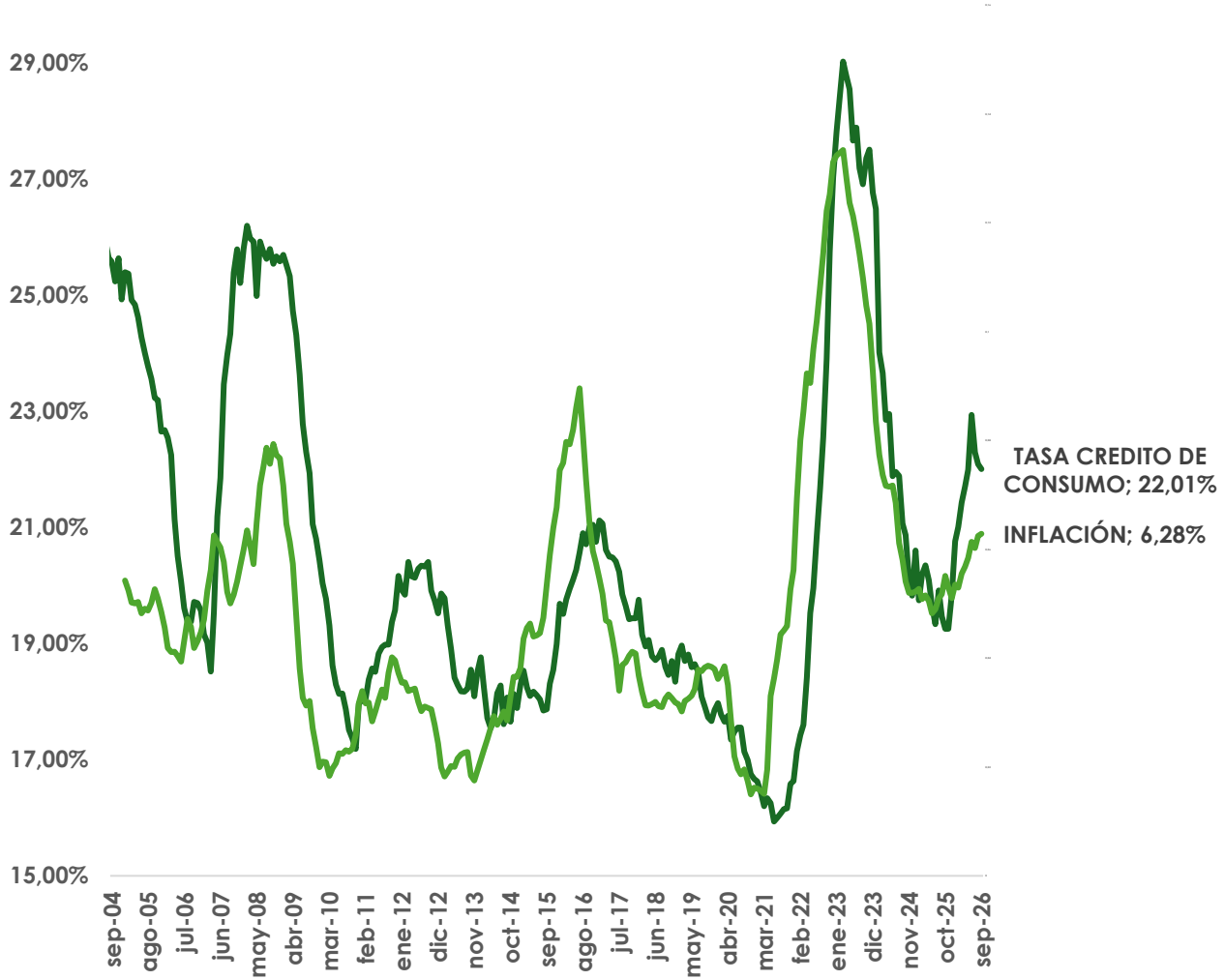


RADDVR Consumer Knowledge Group

RELACIÓN ENTRE EL CAMBIO EN EL GASTO DE LOS HOGARES - RADDAR Y LA TASA DE CRÉDITO DE CONSUMO (IDEA DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS DEL BANCO DE BOGOTÁ)



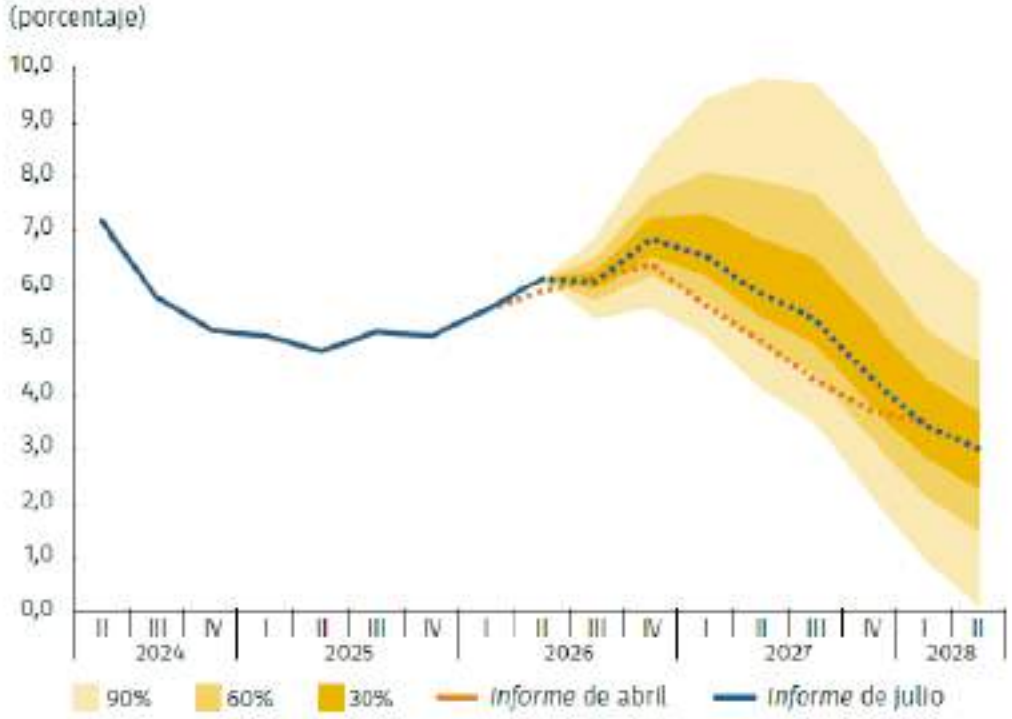
TASAS DE INTERES CORRIENTES



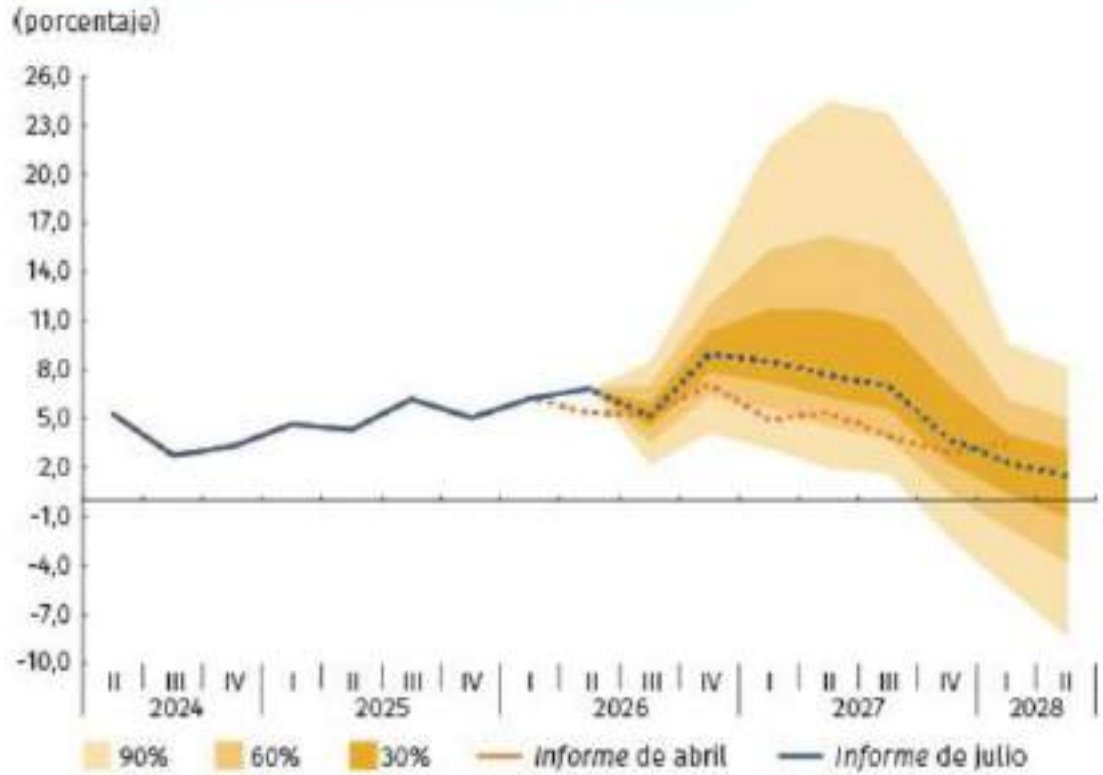
	HOY AL 5%	ENTRE 6 Y 8%	IMPACTO
Tasa CC:	19,25%	23,5%	4,2%
Tasa TC:	22,97%	29,5%	6,5%
Tasa Hipotecaria:	12,63%	12,5%	-0,1%
Tasa de Usura	24,36%	30,0%	5,6%

RADDVR Consumer Knowledge Group

Índice de precios al consumidor a/, b/
(variación anual, fin de periodo)



IPC alimentos
(variación anual, fin de periodo)

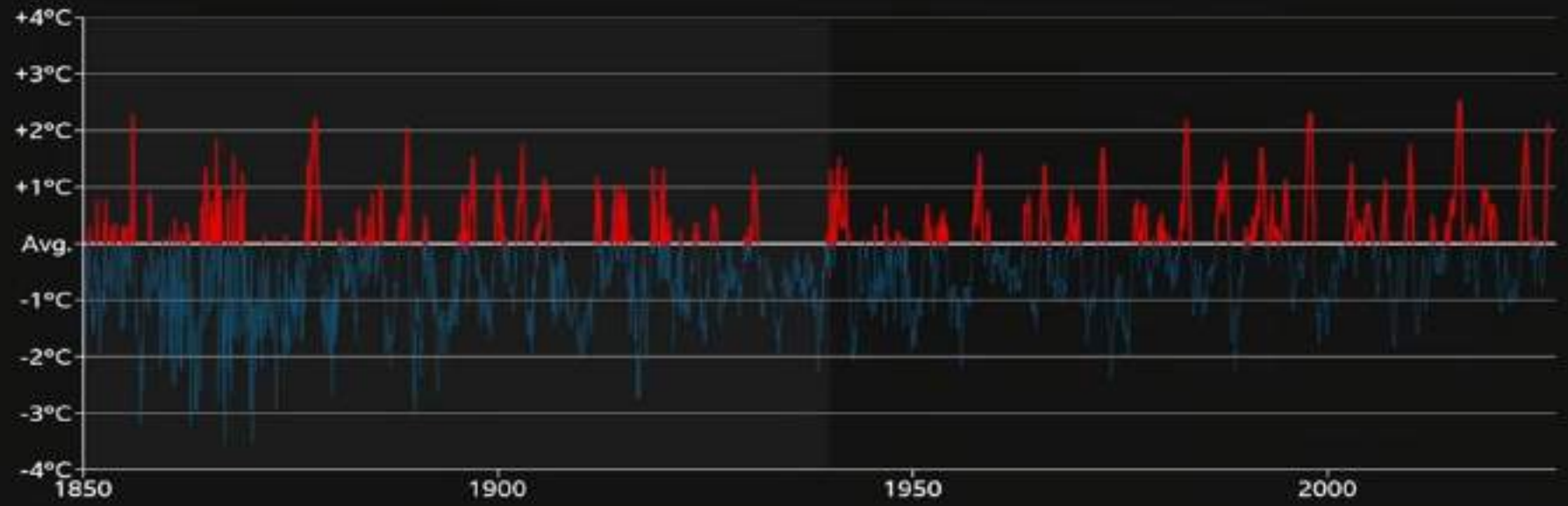


RADDVR Consumer Knowledge Group

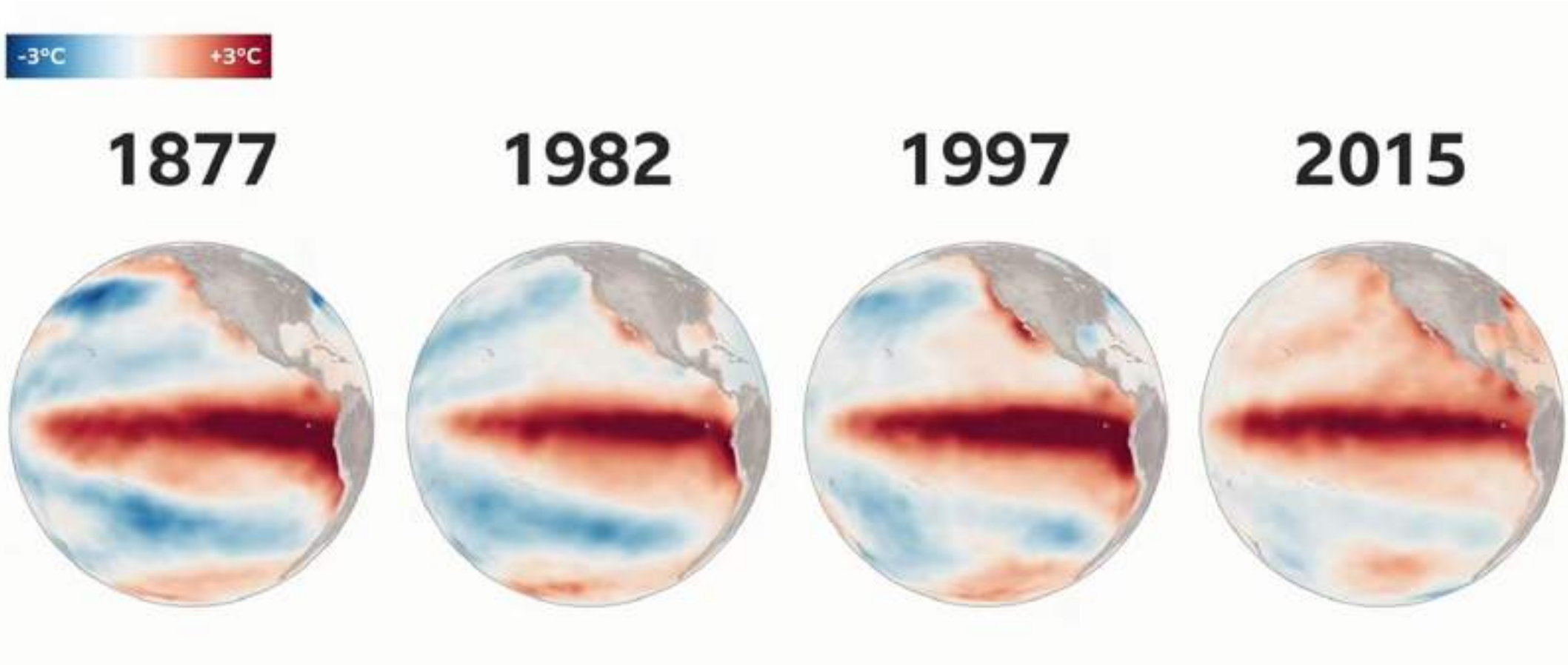
BBC

Anomalías en la temperatura de la superficie del océano

TSM mensual de la región Niño 3.4 relativa al promedio 1991-2020

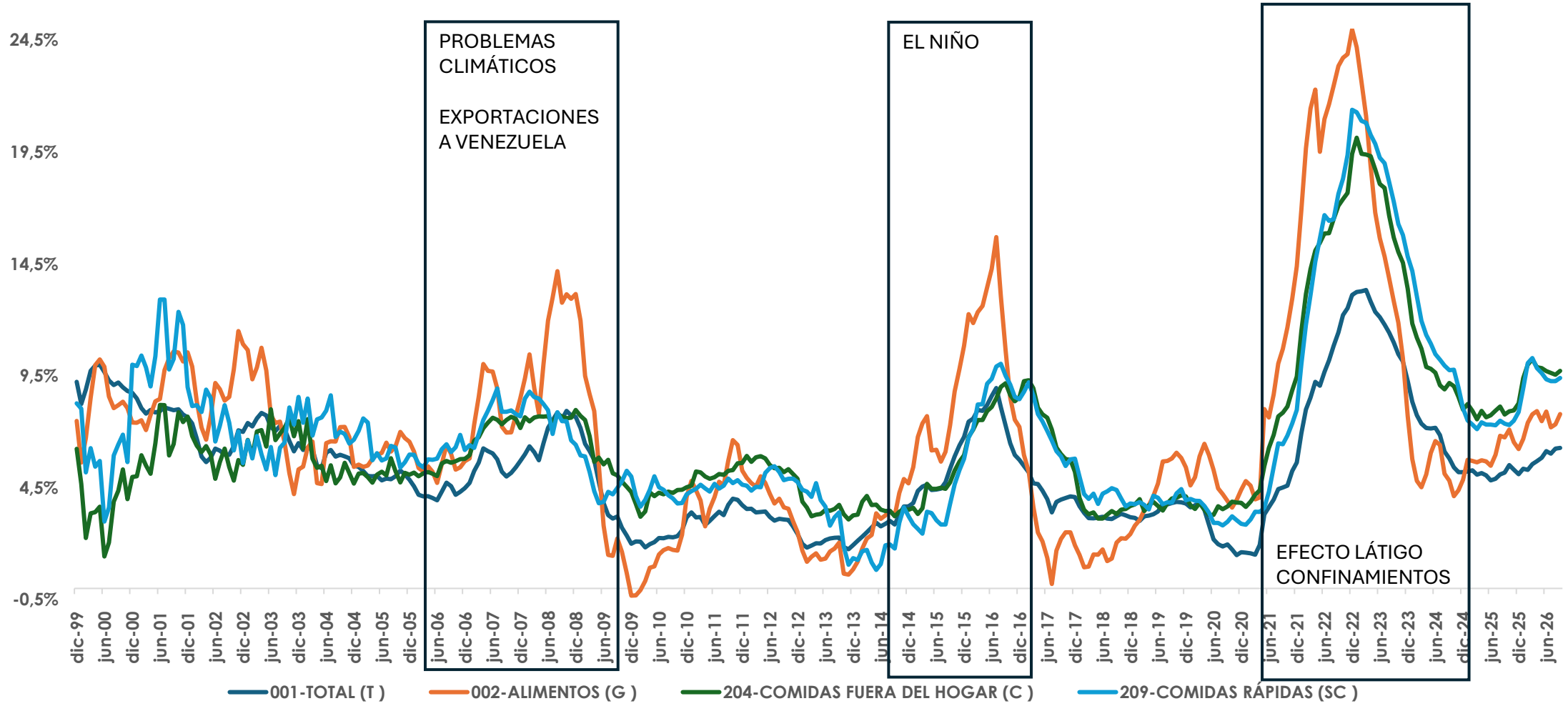


RADDVR Consumer Knowledge Group



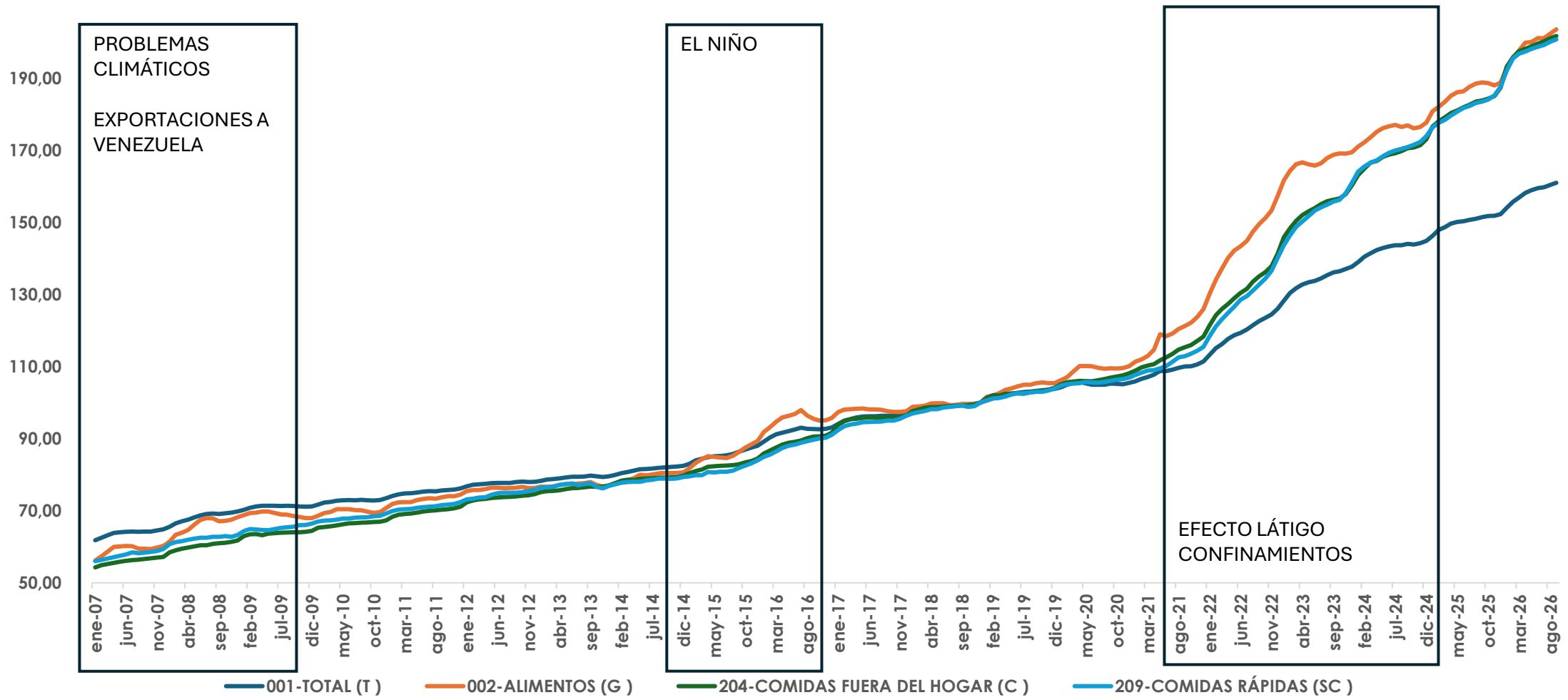
RADDVR Consumer Knowledge Group

INFLACIÓN EN COLOMBIA



RADDVR Consumer Knowledge Group

IPC EN COLOMBIA



RADDAR Consumer Knowledge Group

¿CÓMO ESTÁ EL CONSUMIDOR?

ASUSTÁNDOSE

¿CÓMO ESTÁ EL CONSUMIDOR?

AJUSTÁNDOSE

¿CÓMO ESTÁ EL CONSUMIDOR?

AJUSTÁNDOSE

@CONSUMIENDO

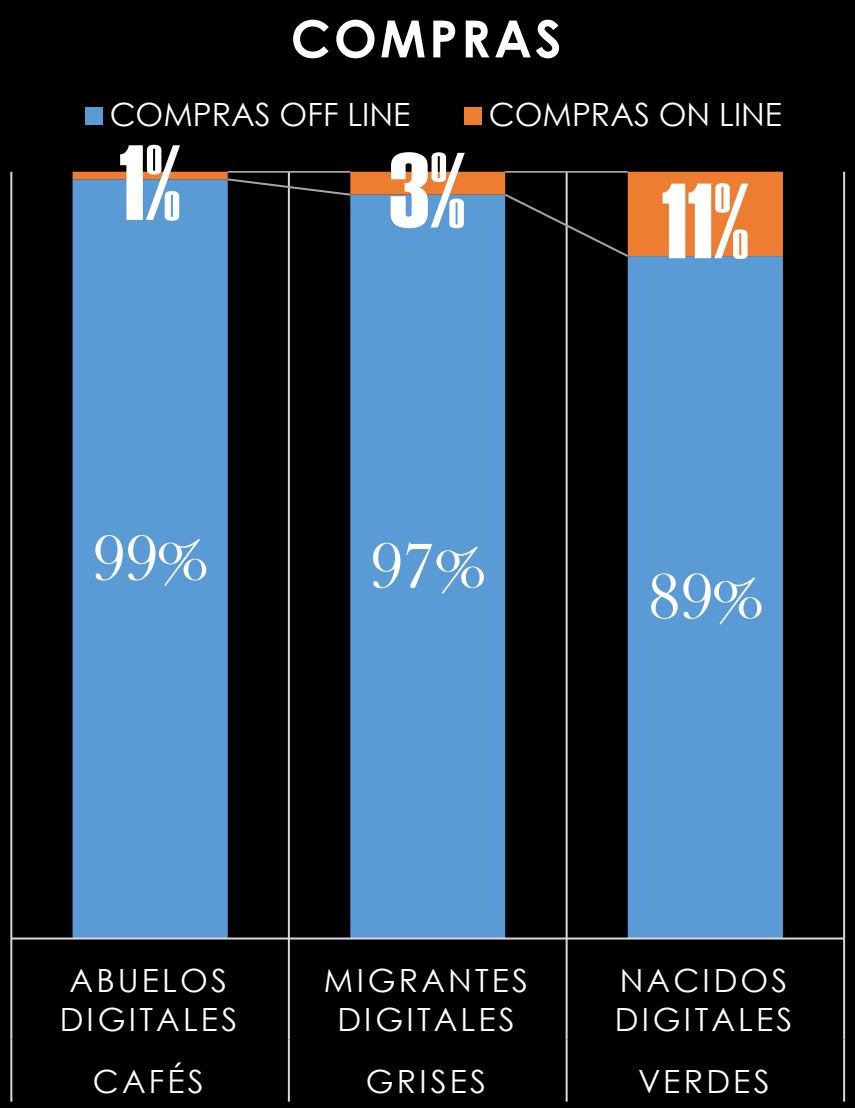
ALGUNOS DESCRIPTORES DE LOS PERFILES DE LOS COMPRADORES POR ACTITUD EN CADA ÉPOCA

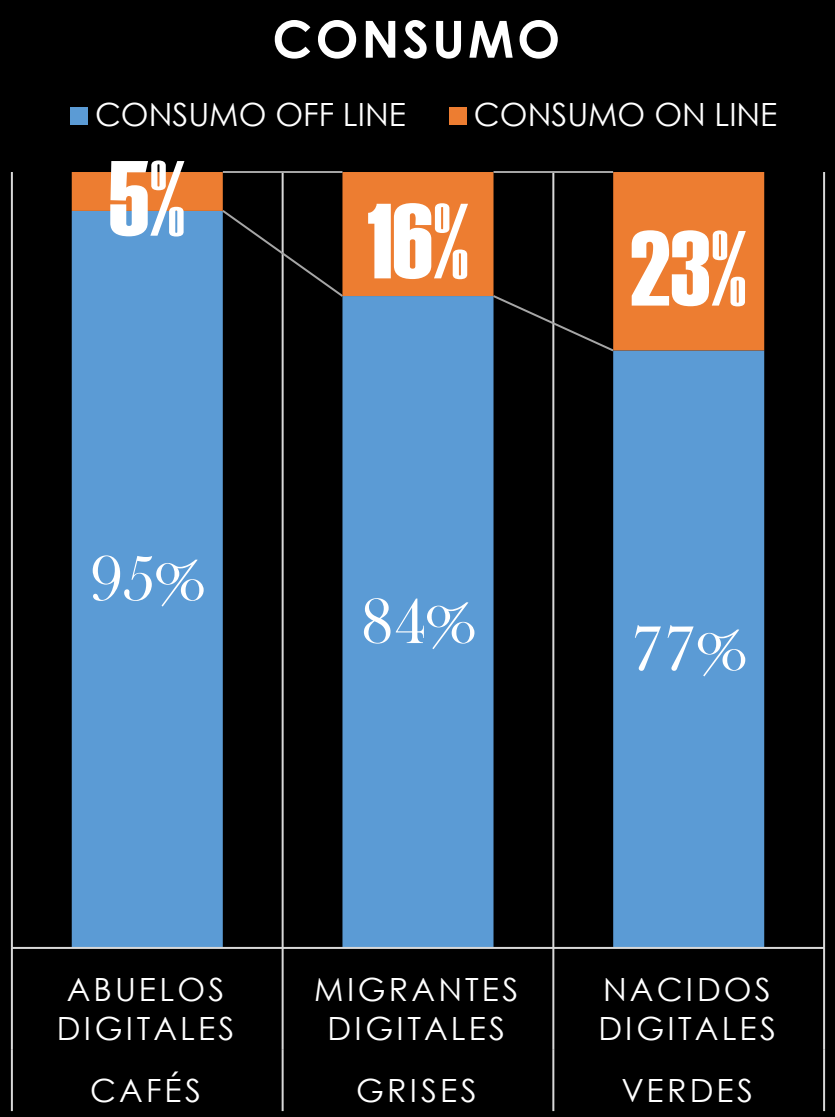
OCHENTAS	NOVENTAS	MILENIO	2010S	2020S	2030S

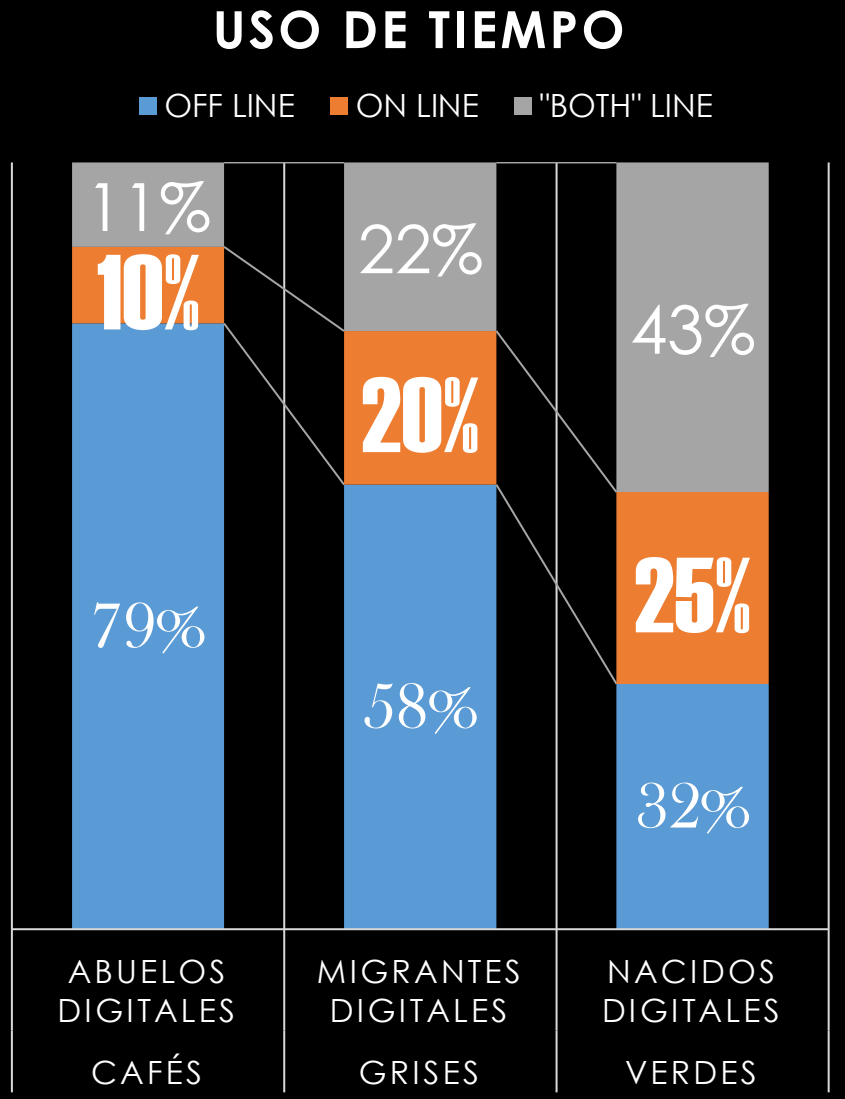


RADDVR Consumer Knowledge Group

PROCESO DE HIBRIDACIÓN



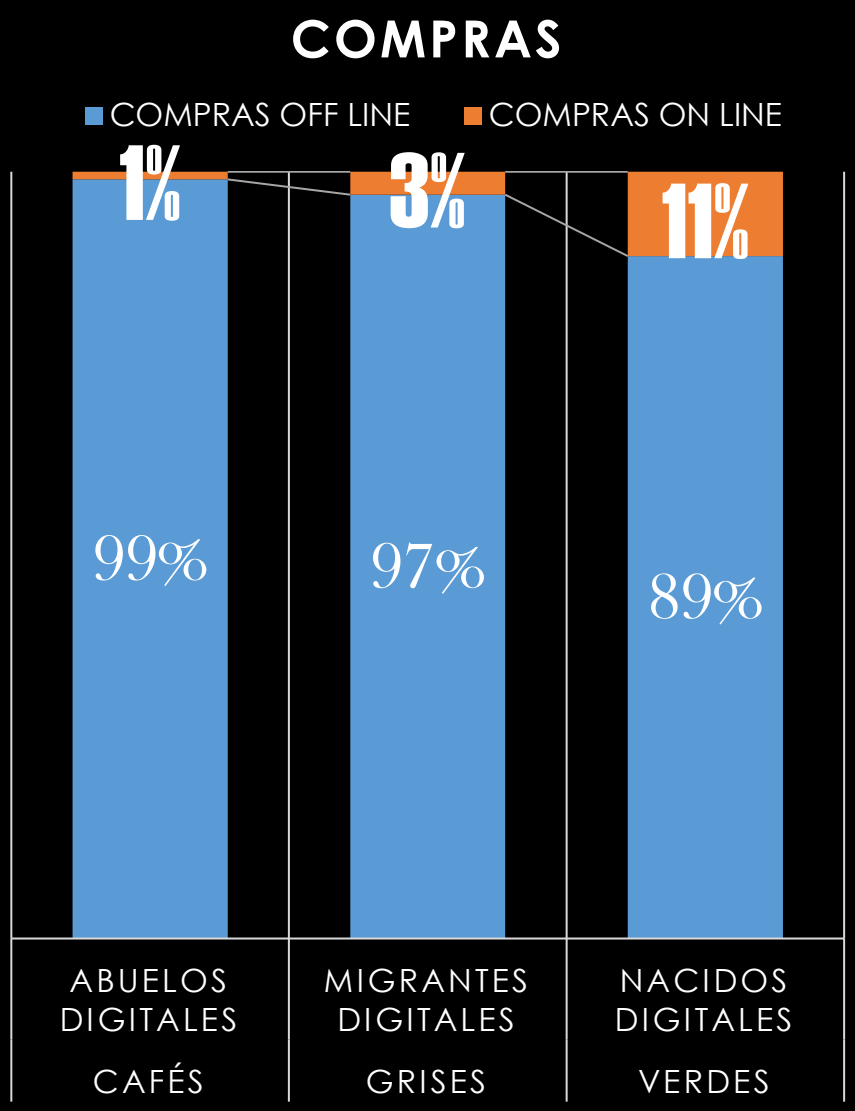


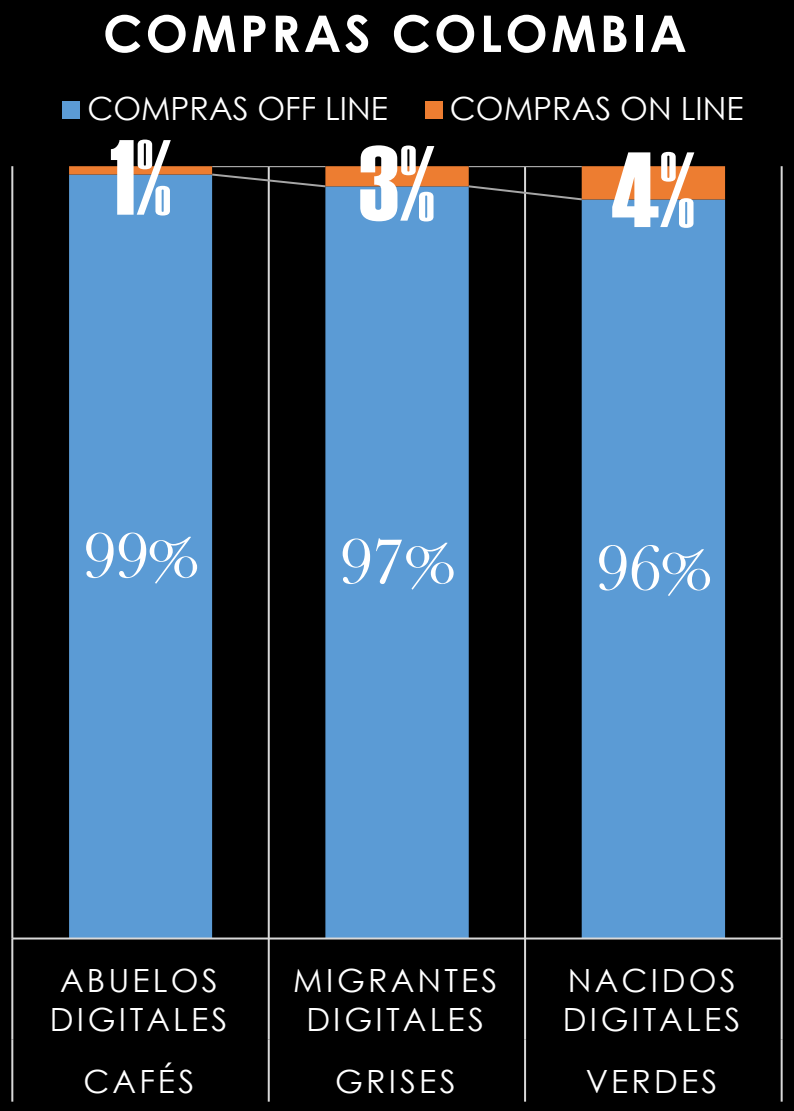


Fuente: Etnografía Digital Colombiana, data de Nielsen, Nilson, CIA, RADDAR International

RADDAR

PROCESO DE HIBRIDACIÓN





2,4

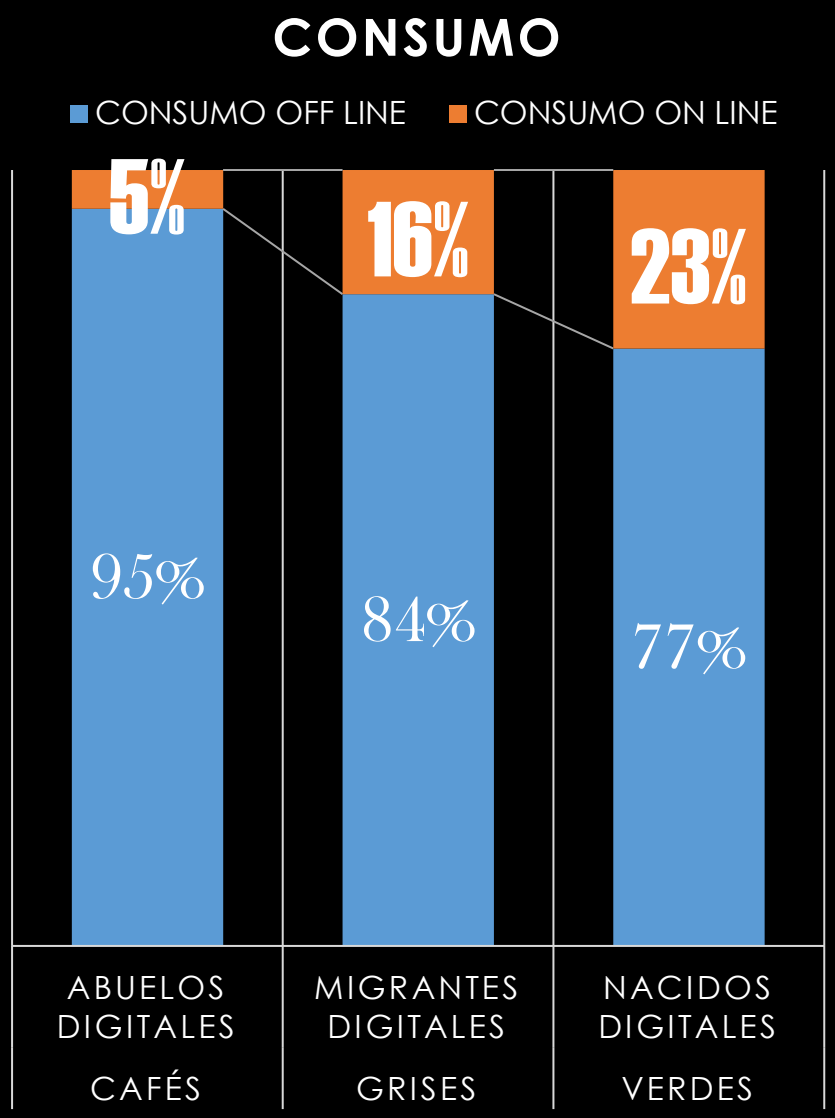
POR CIENTO

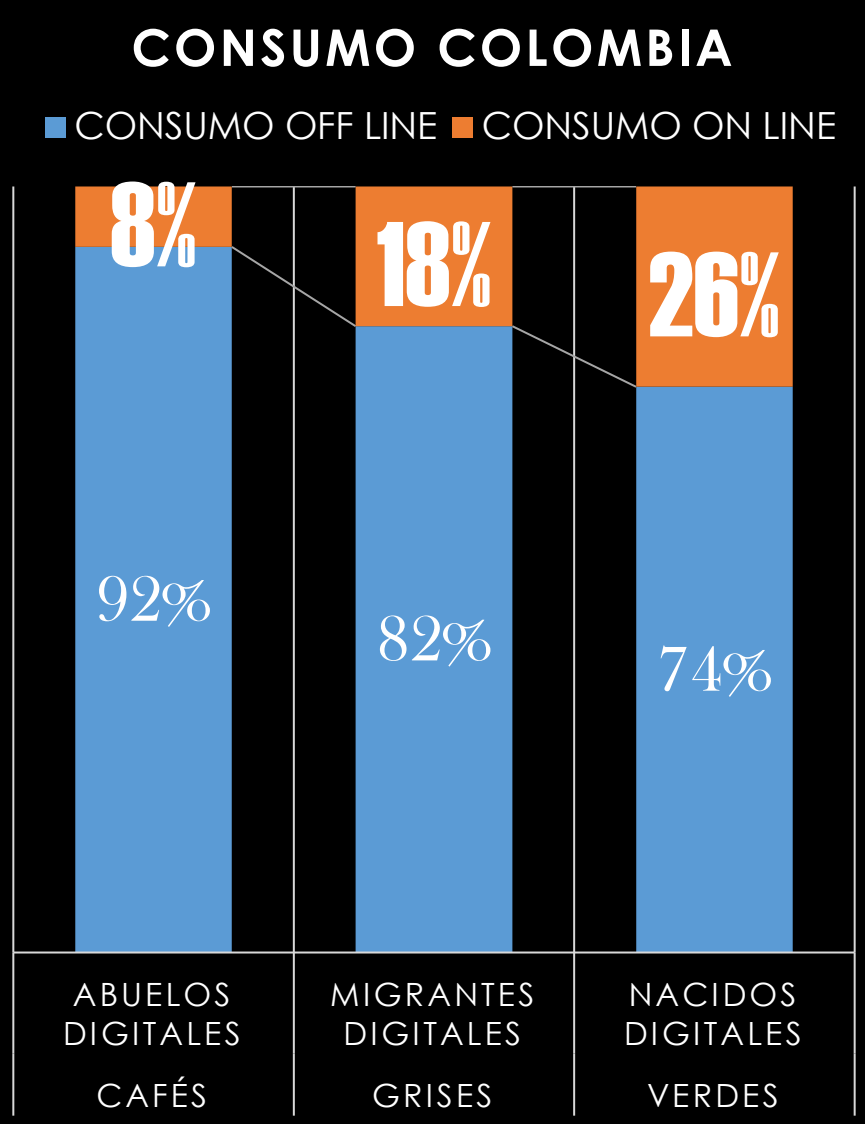
COMPRAS ONLINE

Fuente: Etnografía Digital Colombiana, data de Nielsen, Nilson, CIA, RADDAR International

RADDAR

PROCESO DE HIBRIDACIÓN





17

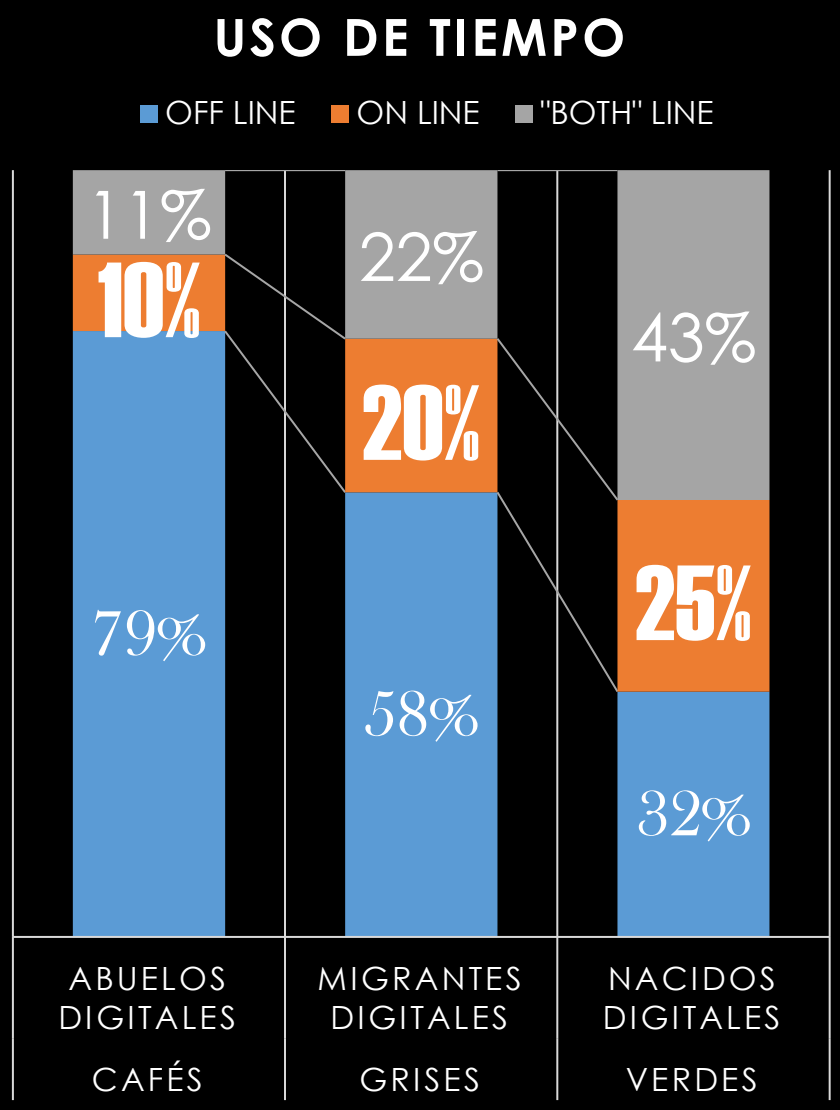
POR CIENTO

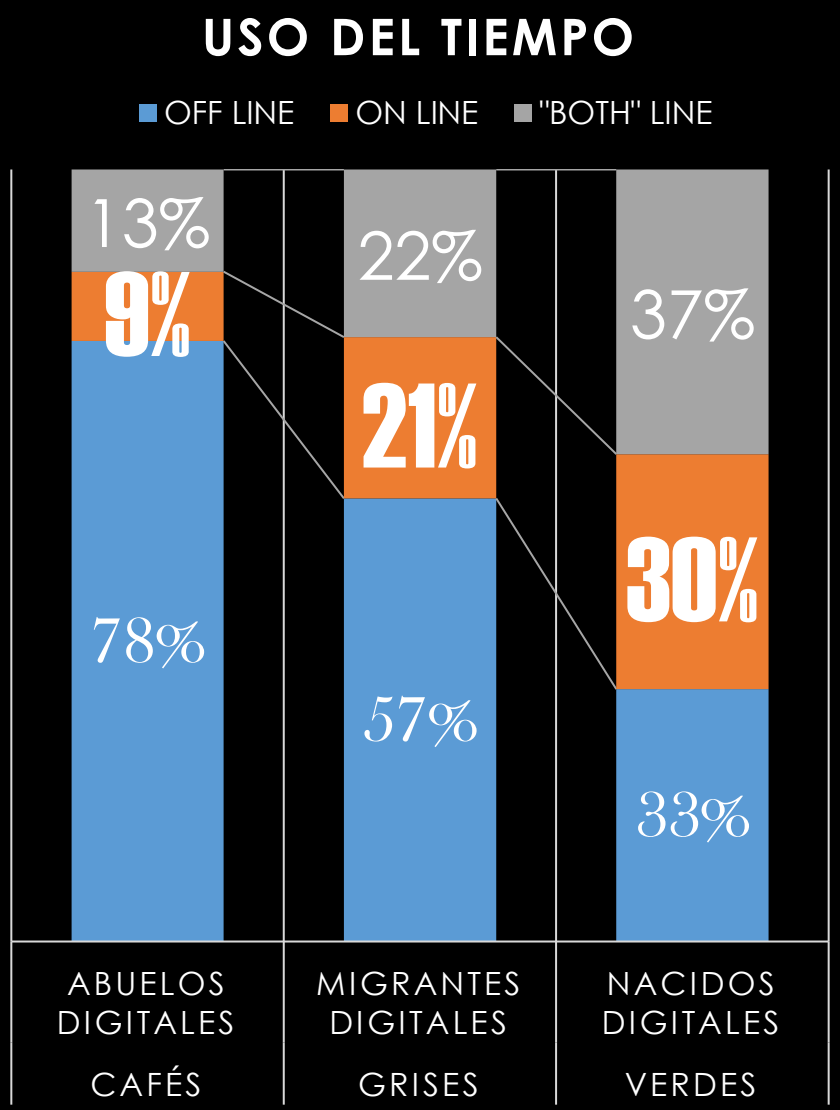
CONSUMO ONLINE

Fuente: Etnografía Digital Colombiana, data de Nielsen, Nilson, CIA, RADDAR International

RADDAR

PROCESO DE HIBRIDACIÓN





42

POR CIENTO

DEL TIEMPO ESTAMOS ONLINE

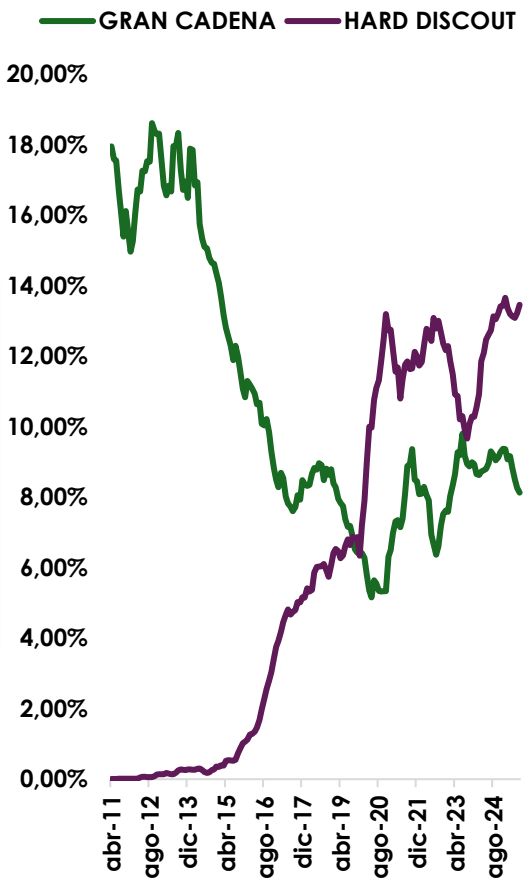
Fuente: Etnografía Digital Colombiana, data de Nielsen, Nilson, CIA, RADDAR International

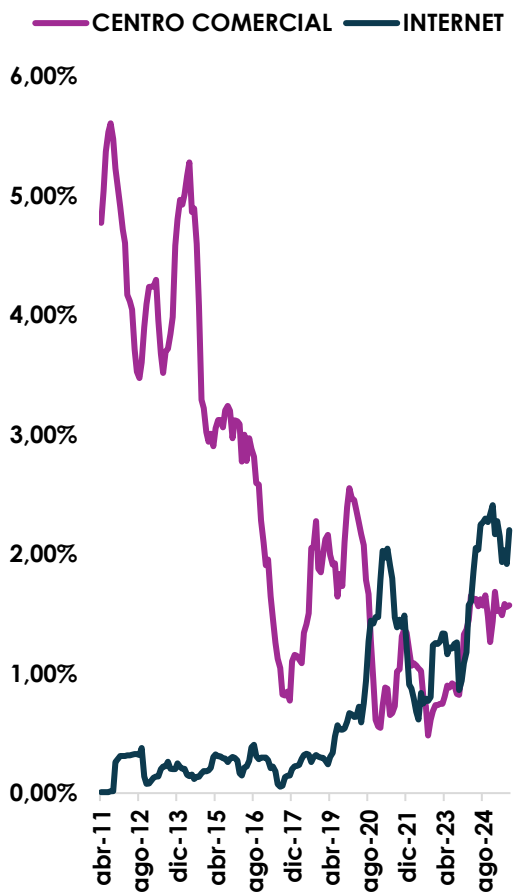
RADDAR

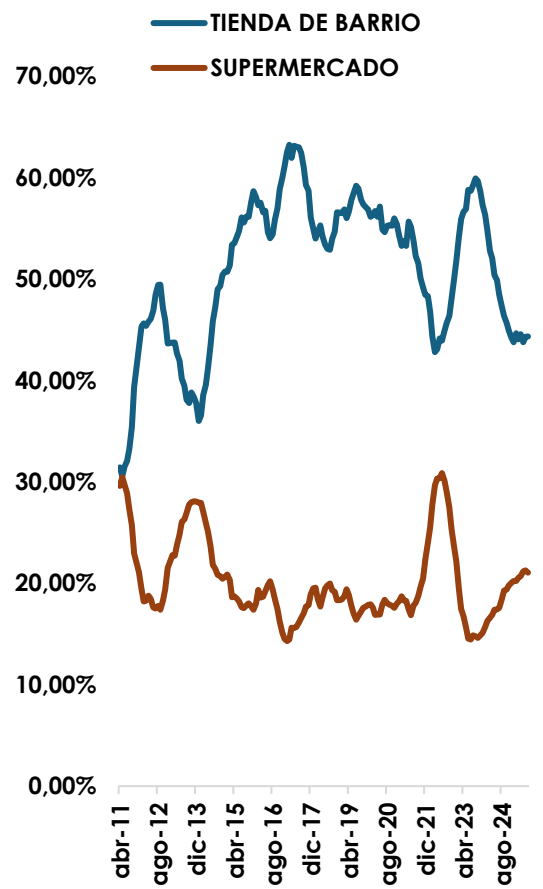
ALGUNOS DESCRIPTORES DE LOS PERFILES DE LOS COMPRADORES POR ACTITUD EN CADA ÉPOCA

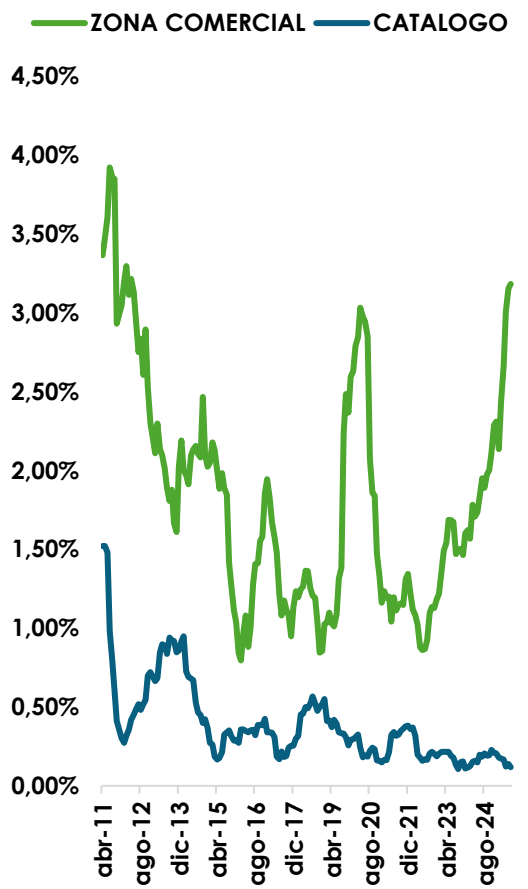
	APRENDIZ (2002-2008)	SOBRADO (2009-2014)	GOLPEADO (2015-2018)	ATERRIZADO (2019)	PANDÉMICO (2020-2021)	INFLACIONARIO (2021-2026)
EDAD PROMEDIO	26,11 AÑOS	28,61 AÑOS	30,68 AÑOS	31,74 AÑOS	32,38 AÑOS	33,43 AÑOS
RELACIÓN CON VIVIENDA	VIVIENDA AUTOCONSTRUCCIÓN ARRIENDO INVERSIÓN	LOTES VIVIENDA AUTOCONSTRUCCIÓN ARRIENDO INVERSIÓN	LOTES VIVIENDA AUTOCONSTRUCCIÓN ARRIENDO INVERSIÓN "AIRBNB"	LOTES VIVIENDA AUTOCONSTRUCCIÓN ARRIENDO INVERSIÓN "AIRBNB"	VIVIENDA	LOTES VIVIENDA AUTOCONSTRUCCIÓN ARRIENDO INVERSIÓN "AIRBNB" COLEGIO - OFICINA
CANAL DE COMPRA	TRADICIONAL MODERNO MILLAS	TRADICIONAL MODERNO ECOMMERCE PUNTOS	TRADICIONAL MODERNO ECOMMERCE PUNTOS	TRADICIONAL MODERNO ECOMMERCE PUNTOS PRECIOS BAJOS	TRADICIONAL MODERNO ECOMMERCE PUNTOS PRECIOS BAJOS DOMICILIOS	TRADICIONAL MODERNO ECOMMERCE PUNTOS PRECIOS BAJOS DOMICILIOS MARKET PLACE
RELACIÓN CON LO DIGITAL	PAGOS, COMUNICACIONES Y ENTRETENIMIENTO	ECOMMERCE, PAGOS, COMUNICACIONES Y ENTRETENIMIENTO	REDES, ECOMMERCE, PAGOS COMUNICACIONES Y ENTRETENIMIENTO	CHAT, REDES, ECOMMERCE, PAGOS COMUNICACIONES Y ENTRETENIMIENTO	DOMICILIOS, CHAT, REDES, ECOMMERCE, PAGOS COMUNICACIONES Y ENTRETENIMIENTO	IA, DOMICILIOS, CHAT, REDES, ECOMMERCE, PAGOS COMUNICACIONES Y ENTRETENIMIENTO

¿... Y EL COMERCIO INTERIOR POR MISIONES DE COMPRA?





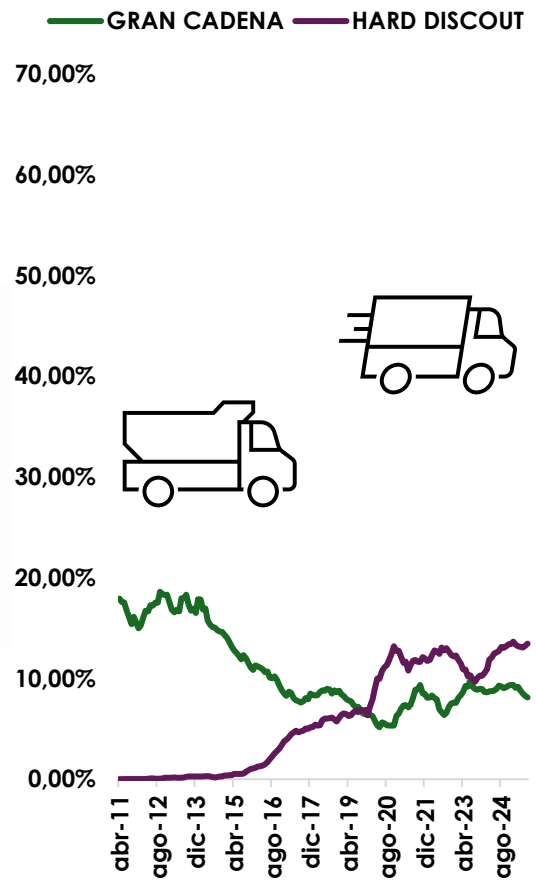


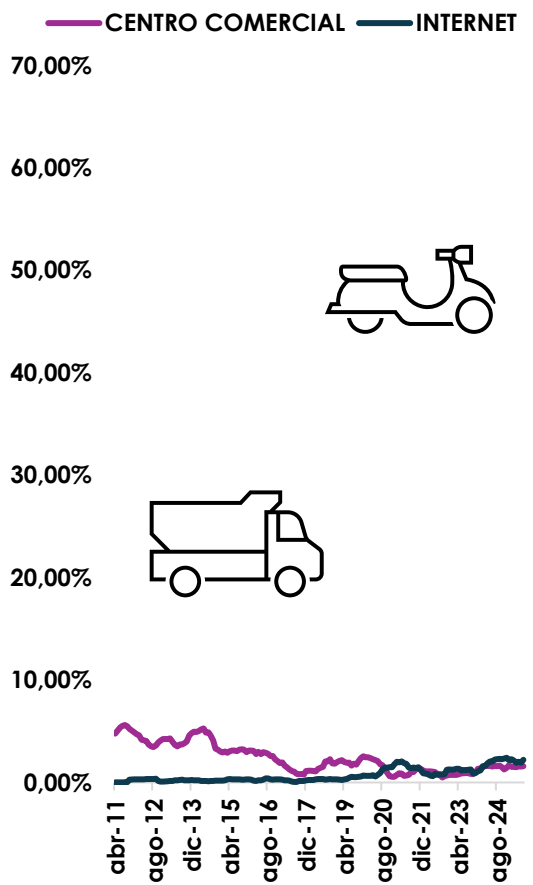


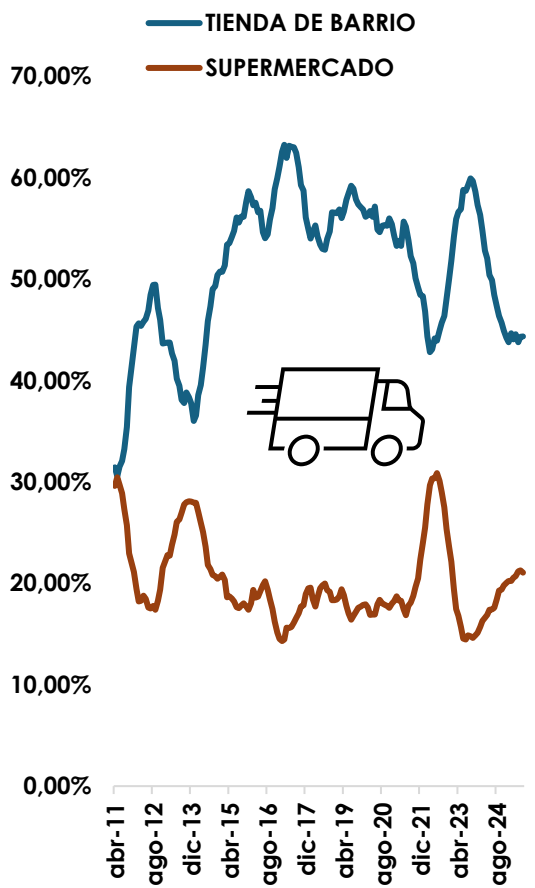
Fuente: CONSUMERTRACK, con cálculos de RADDAR

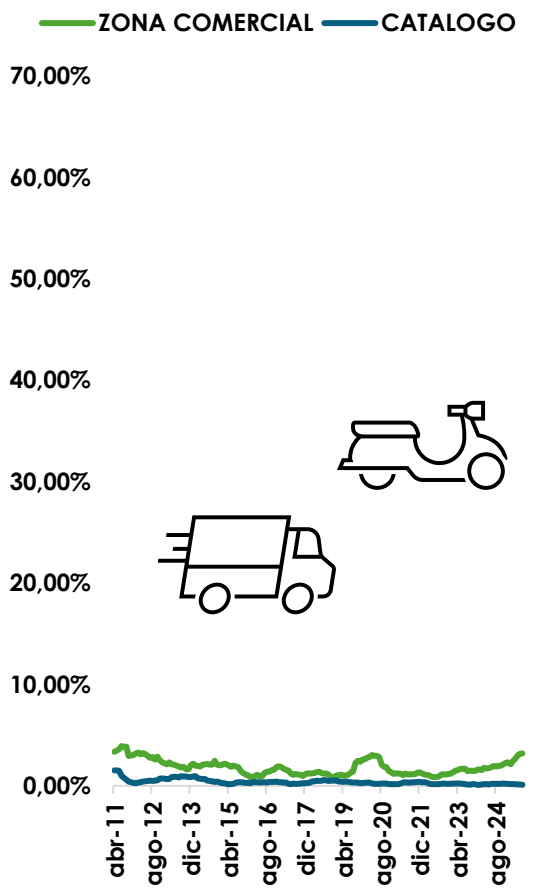
91

¿… Y EL COMERCIO INTERIOR POR MISIONES DE COMPRA?









Fuente: CONSUMERTRACK, con cálculos de RADDAR

92

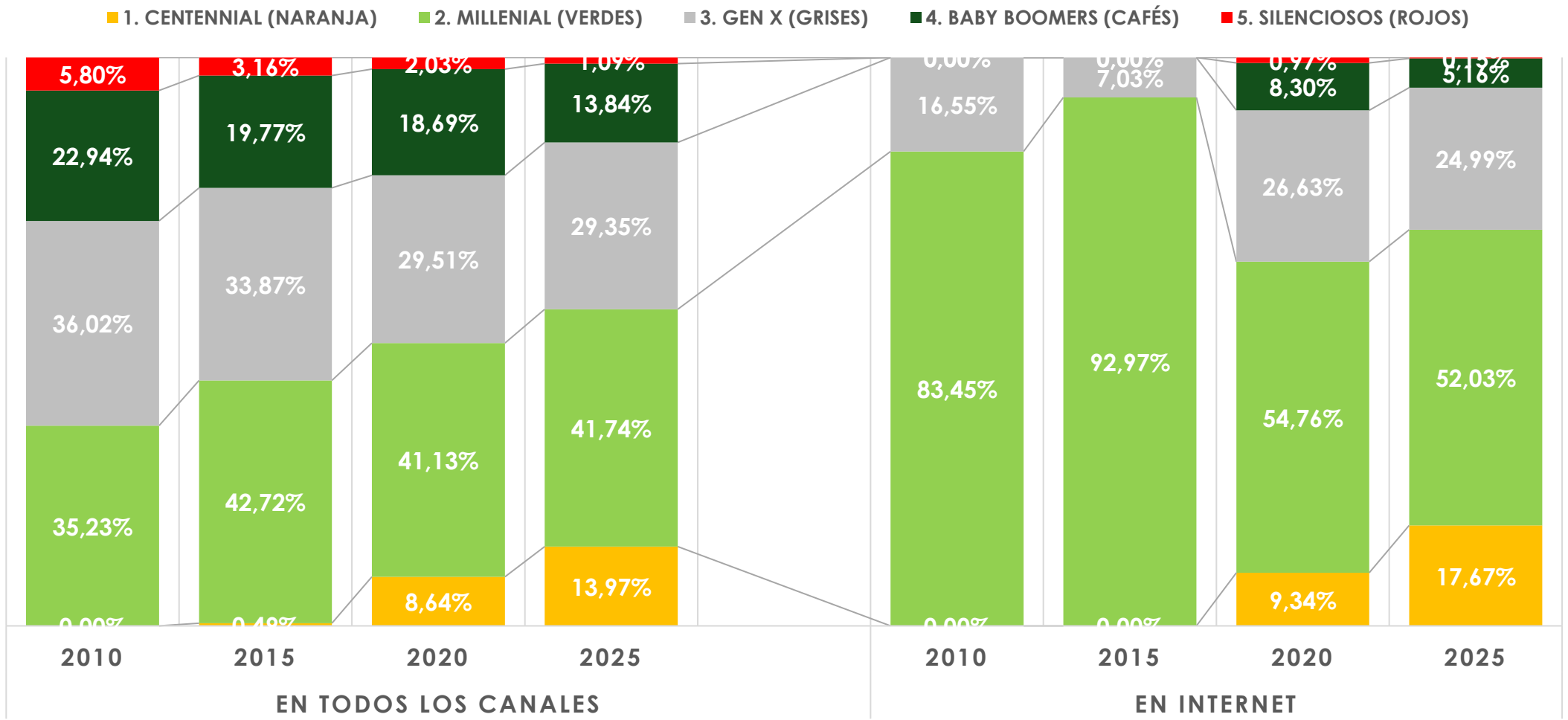
¿EN DÓNDE COMPRAMOS? - ÚLTIMA COMPRA
CONSUMERTRACK - RADDAR

	01. Tienda de barrio	02. Vendedor ambulante	03. Gran Cadena	04. Almacen de la marca	05. Centro Comercial	06. Zona comercial	07. Internet	08. Supermercado	09. Punto autorizado	10. Otro Cual?	11. Catalogo	12. Hard discount	Total general
ALIMENTOS PARA EL HOGAR	75,48%	10,31%	47,92%	12,20%	1,33%	30,68%	1,82%	74,23%	2,96%	24,15%	3,85%	68,42%	53,39%
BIENESTAR	9,89%	37,52%	9,69%	3,34%	6,13%	6,34%	4,82%	10,89%	7,95%	14,94%	25,14%	4,52%	7,95%
COMIDAS FUERA DEL HOGAR	2,81%	19,25%	1,42%	24,37%	22,59%	14,72%	23,66%	1,25%	4,19%	25,24%	12,51%	0,50%	7,06%
EDUCACIÓN	0,32%	0,00%	0,18%	0,38%	0,93%	1,82%	8,64%	0,02%	0,00%	0,43%	0,00%	0,19%	0,27%
ELECTRO	0,87%	11,61%	18,64%	2,35%	7,49%	10,98%	12,15%	0,56%	12,42%	7,39%	0,00%	0,12%	4,48%
ENTRETENIMIENTO	4,43%	6,08%	3,43%	3,75%	1,74%	4,08%	18,86%	2,11%	9,50%	3,80%	11,67%	1,75%	3,61%
MODA	1,78%	15,22%	4,58%	44,01%	31,10%	17,67%	20,15%	1,57%	4,03%	13,27%	44,47%	3,55%	12,48%
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	0,37%	0,00%	1,09%	6,44%	4,47%	6,23%	7,77%	0,27%	58,65%	6,00%	0,00%	0,12%	2,28%
VIVIENDA	4,05%	0,00%	12,04%	3,17%	3,85%	6,72%	6,11%	9,80%	0,00%	3,21%	3,75%	21,15%	8,34%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

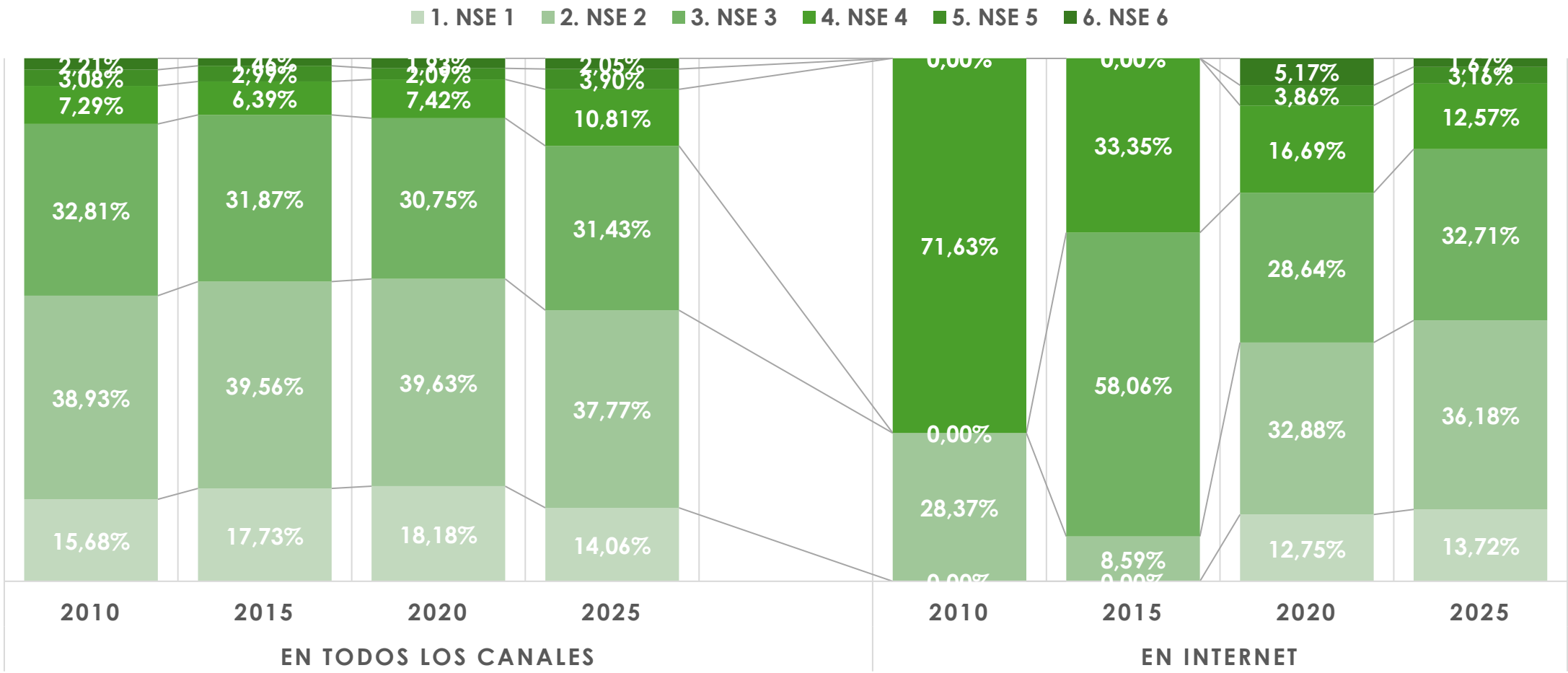
	EN EL TOTAL DE LAS TRANSACCIONES	SHARE
ALIMENTOS PARA EL HOGAR	0,21%	1,82%
BIENESTAR	3,80%	4,82%
COMIDAS FUERA DEL HOGAR	21,16%	23,66%
EDUCACIÓN	15,02%	0,64%
ELECTRO	16,97%	12,15%
ENTRETENIMIENTO	18,83%	10,86%
MODA	17,54%	32,15%
MULTIPRODUCTO	7,90%	7,77%
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	21,37%	6,11%
VIVIENDA	4,10%	5,71%
Total general	6,35%	100,00%

RADDAR Consumer Knowledge Group

¿QUIÉNES COMPRAMOS? - ÚLTIMA COMPRA
CONSUMERTRACK - RADDAR

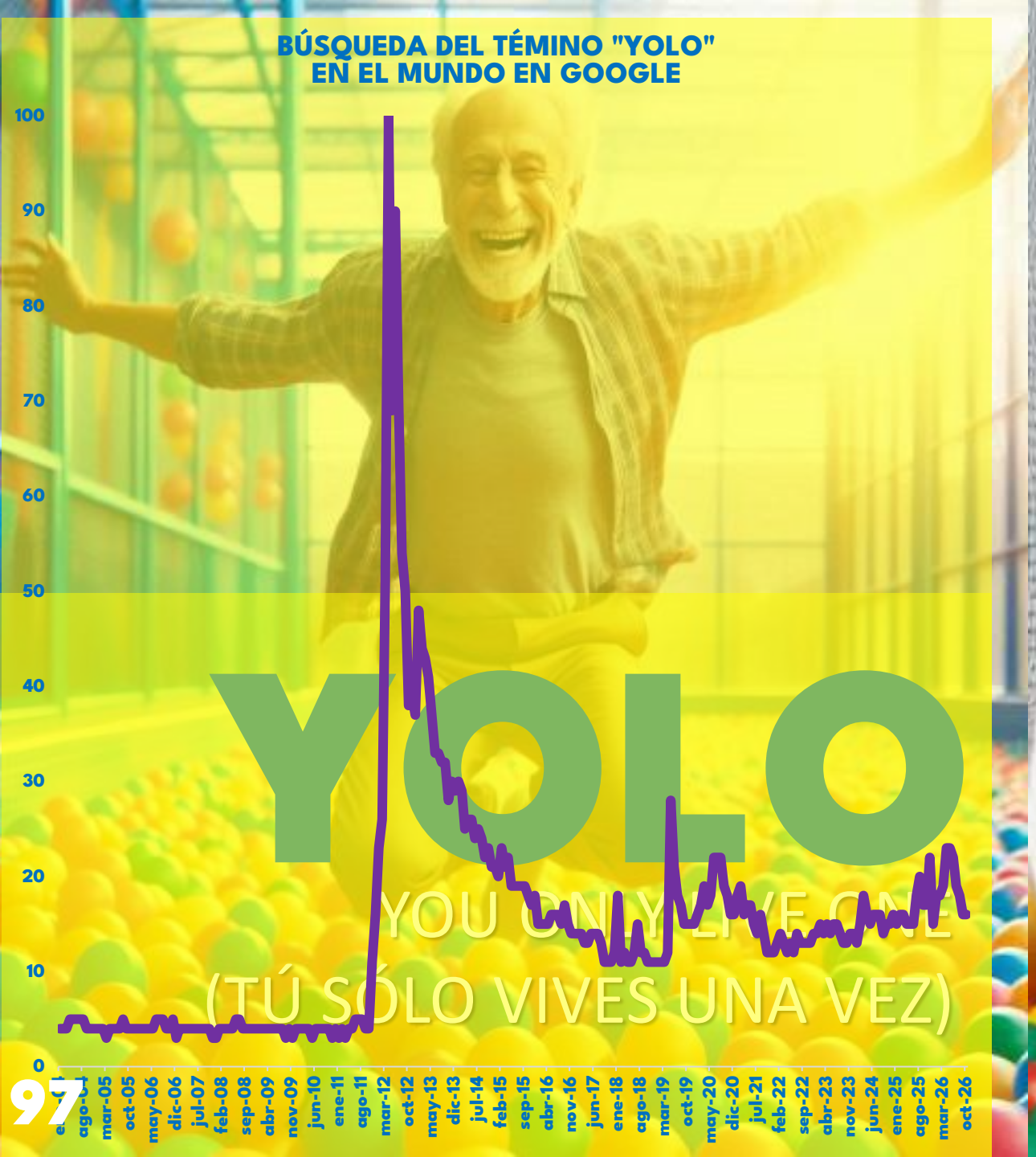


¿QUIÉNES COMPRAMOS? - ÚLTIMA COMPRA
CONSUMERTRACK - RADDAR



RADDAR Consumer Knowledge Group


@CONSUMIENDO
YOLO
FOMO
RADDVR
Consumer
Knowledge
Group


BÚSQUEDA DEL TÉMINO "YOLO"
EN EL MUNDO EN GOOGLE
100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
ago-04
mar-05
oct-05
may-06
dic-06
jul-07
feb-08
sep-08
abr-09
nov-09
jun-10
ene-11
ago-11
mar-12
oct-12
may-13
dic-13
jul-14
feb-15
sep-15
abr-16
nov-16
jun-17
ene-18
ago-18
mar-19
oct-19
may-20
dic-20
jul-21
feb-22
sep-22
abr-23
nov-23
jun-24
ene-25
ago-25
mar-26
oct-26
YOLO
YOU ONLY LIVE ONCE
(TÚ SÓLO VIVES UNA VEZ)


BÚSQUEDA DEL TÉMINO "FOMO"
EN EL MUNDO EN GOOGLE
100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
ene-04
ago-04
mar-05
oct-05
may-06
dic-06
jul-07
feb-08
sep-08
abr-09
nov-09
jun-10
ene-11
ago-11
mar-12
oct-12
may-13
dic-13
jul-14
feb-15
sep-15
abr-16
nov-16
jun-17
ene-18
ago-18
mar-19
oct-19
FOMO
FEAR OF MISSING OUT
(MIEDO A PERDERSE DE ALGO)
RADDVR
Consumer Knowledge Group


PASAMOS DE BUSCAR,
BUENO,
BONITO
& BARATO,
A EXIGIR
BARATO,
CERQUITA
& RÁPIDO



CAMBIO DE PARADIGMA:

DE GO TO MARKET

A GO TO CONSUMER

RADDVR Consumer Knowledge Group
FORECAST 2024



NÓMADA SUSCRIPTORA

RADDVR Consumer Knowledge Group
FORECAST 2024

EL RITMO DEL CAMBIO SE ACELERA RAPIDAMENTE

La IA transformará por completo el ecommerce



51%

Usaría la IA para manejar los gastos del hogar

80 AÑOS
IN-STORE

10 AÑOS
IN-STORE + ONLINE

3 AÑOS
OMNICHANNEL

HOY
IA:
AGENTIC COMMERCE

NIQ

LA IA ESTÁ REESCRIBIENDO EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA.

Primero recomienda. Después empieza a decidir.



74%

de los latinos acepta sugerencias de compra de IA basadas en su historial

vs. 66% global

59%

de los colombianos se siente cómodo con una plataforma de compras digital que les haga sugerencias de productos.

Boomers	Millennials
44%	73%

23%

de los colombianos se siente cómodo con una plataforma de compras digital al tomar decisiones de compra.

Boomers	Millennials
15%	33%

NIQ

Fuente: NIQ Consumer Outlook 2026



¿NOS AFECTA LA POLÍTICA GRINGA EL MUNDO?












4,0%
2,0%
0,0%
-2,0%
-4,0%
-6,0%
-8,0%

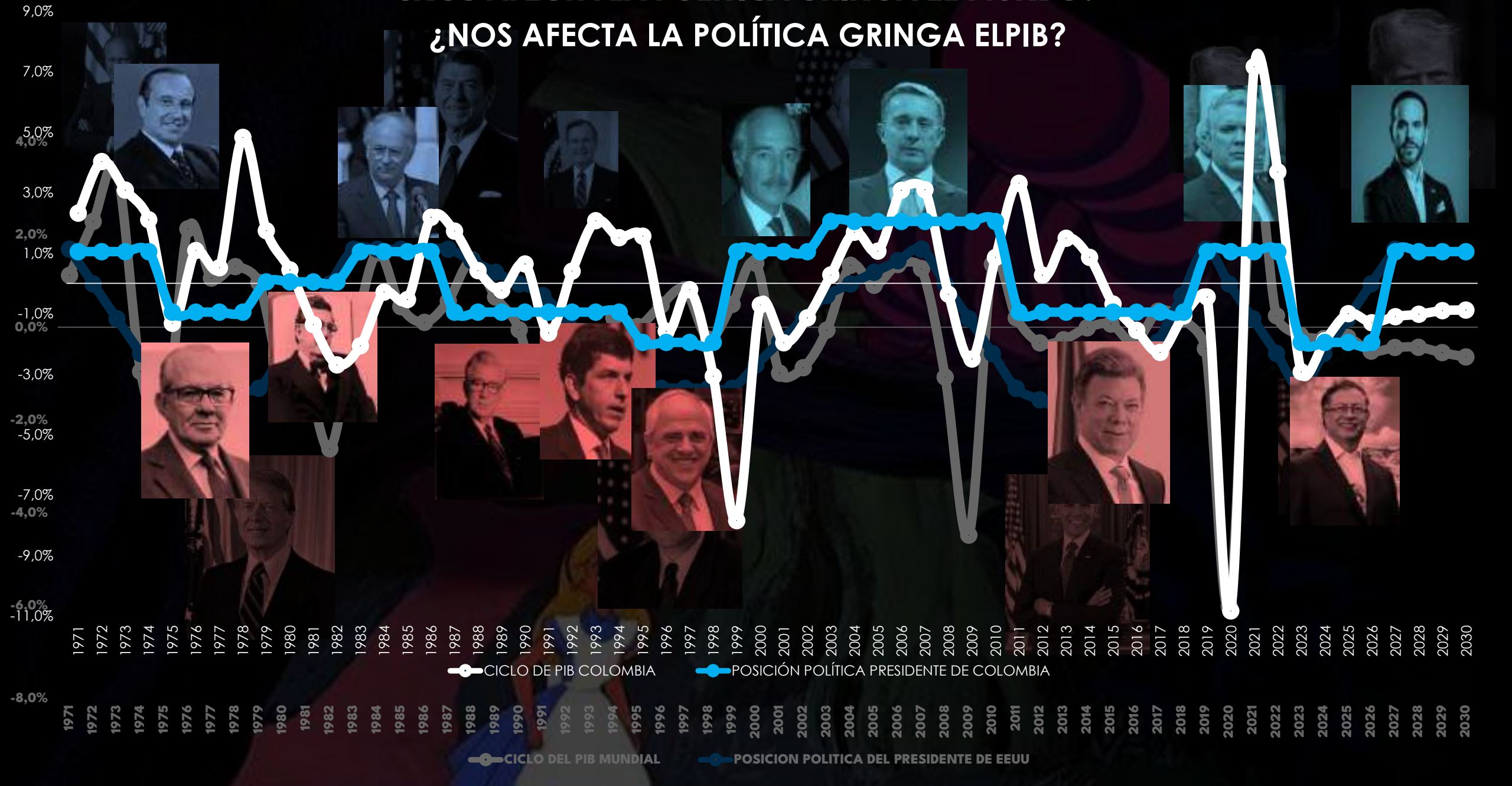
1971 1972 1973 1974 1975 1976 1977 1978 1979 1980 1981 1982 1983 1984 1985 1986 1987 1988 1989 1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030

CICLO DEL PIB MUNDIAL

POSICION POLITICA DEL PRESIDENTE DE EEUU

¿NOS AFECTA LA POLÍTICA GRINGA EL MUNDO?

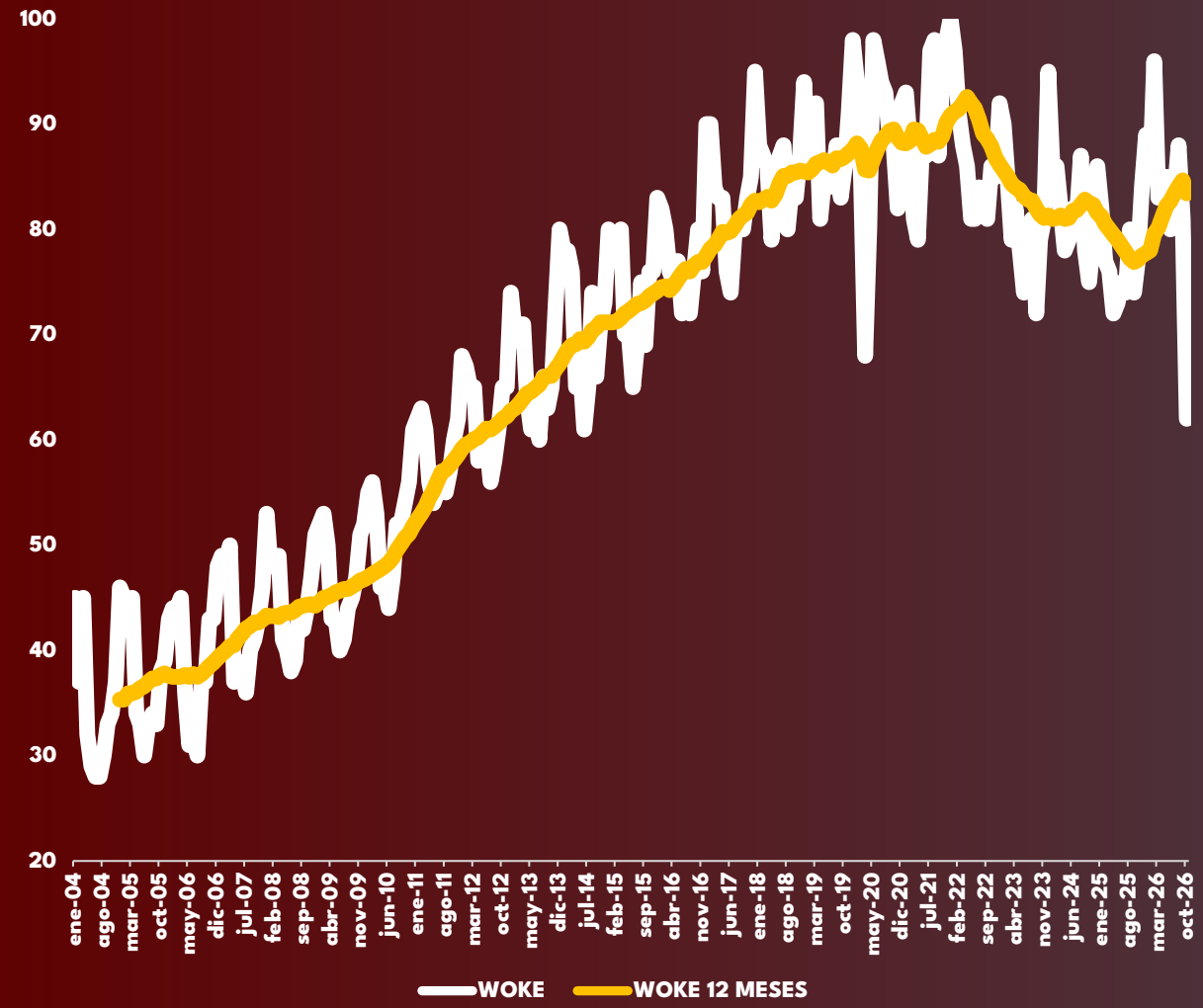
¿NOS AFECTA LA POLÍTICA GRINGA ELPIB?



BÚSQUEDA DEL TÉRMINO

"WOKE"

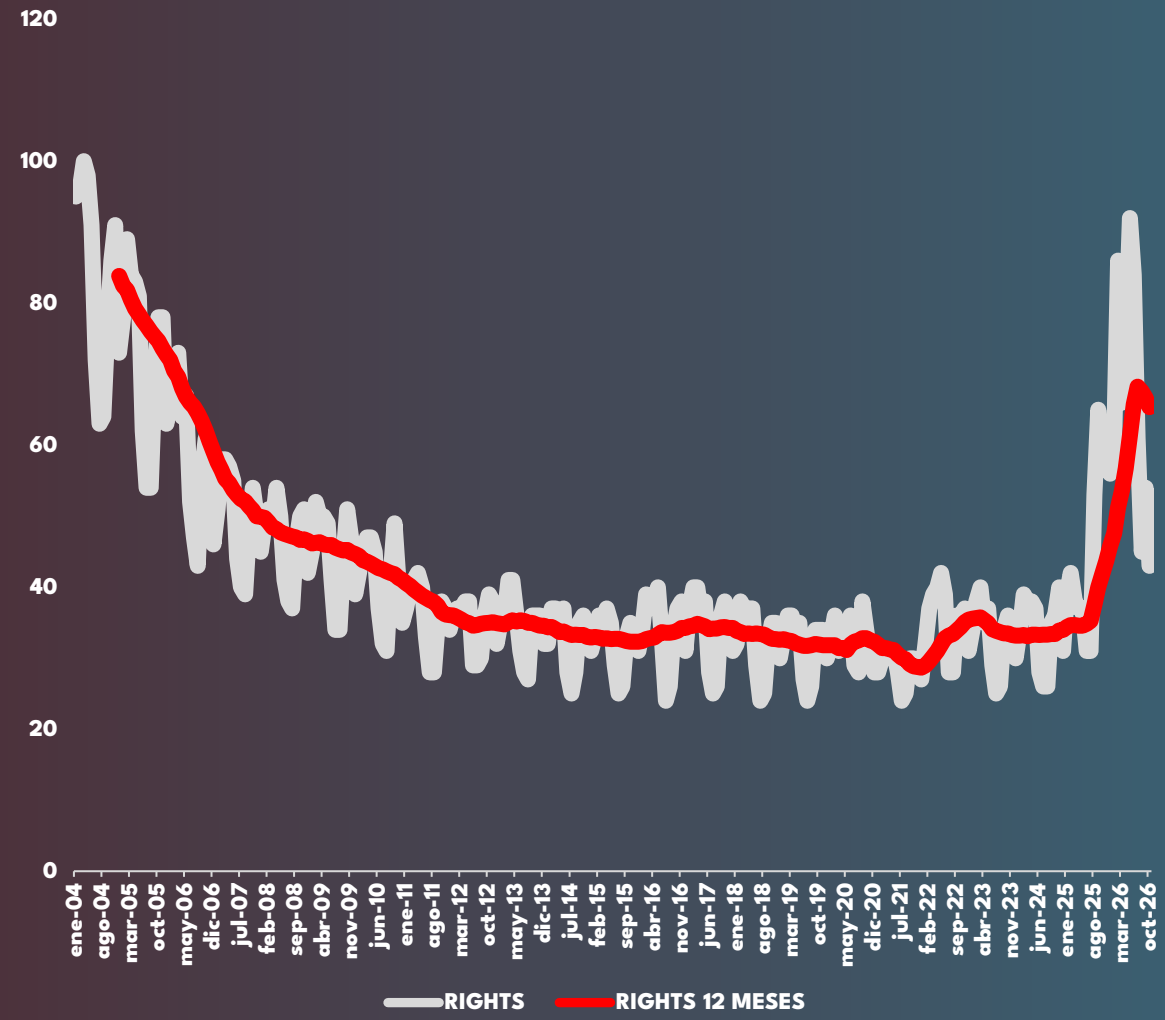
EN EL MUNDO EN GOOGLE



BÚSQUEDA DEL TÉRMINO

"RIGHTS"

EN EL MUNDO EN GOOGLE



BÚSQUEDA DEL TÉRMINO
"WOKE"





WOKE WOKE 12 MESES

BÚSQUEDA DEL TÉRMINO
"RIGHTS"





RIGHTS RIGHTS 12 MESES

CULTURAL WARS







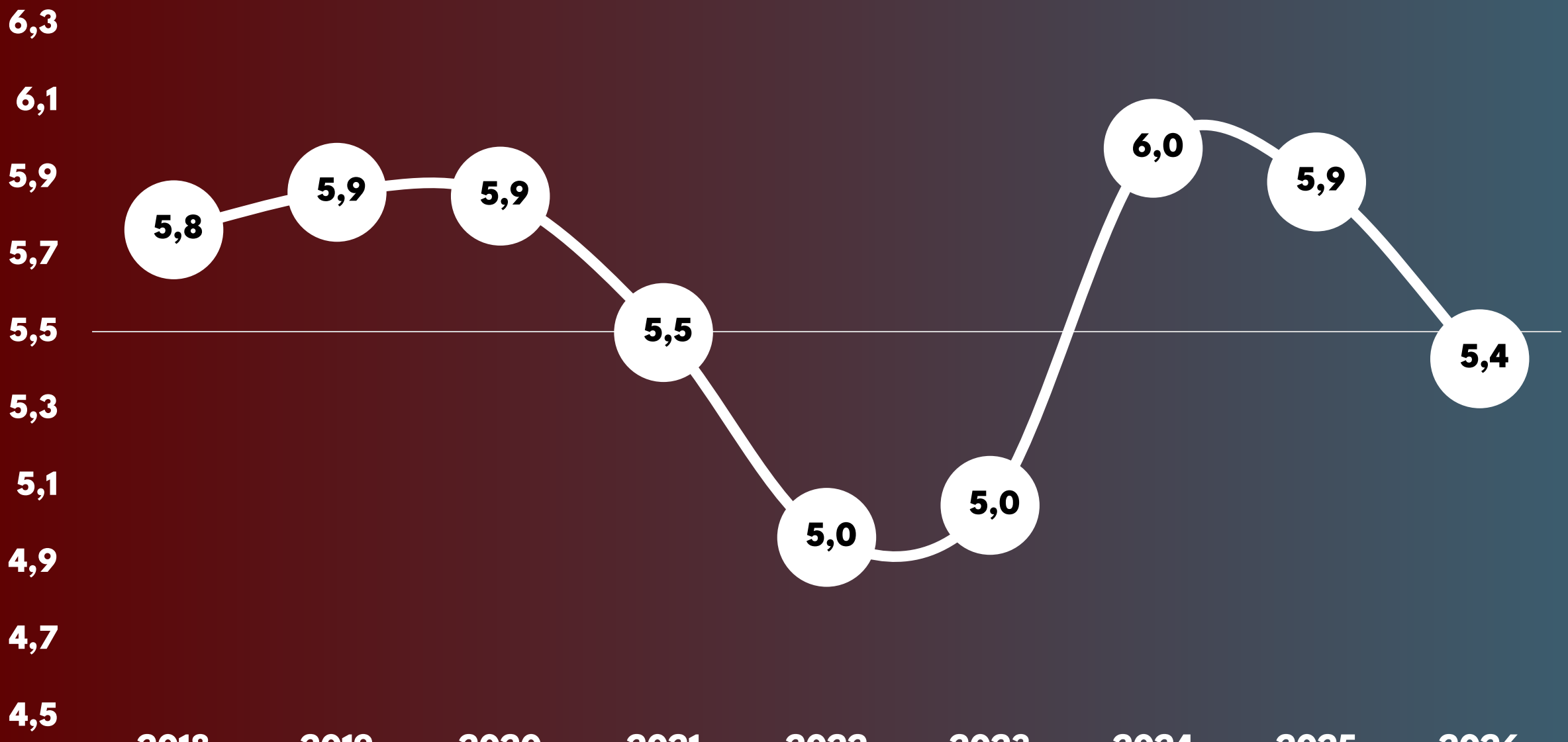


WOKE WOKE 12 MESES

RIGHTS RIGHTS 12 MESES

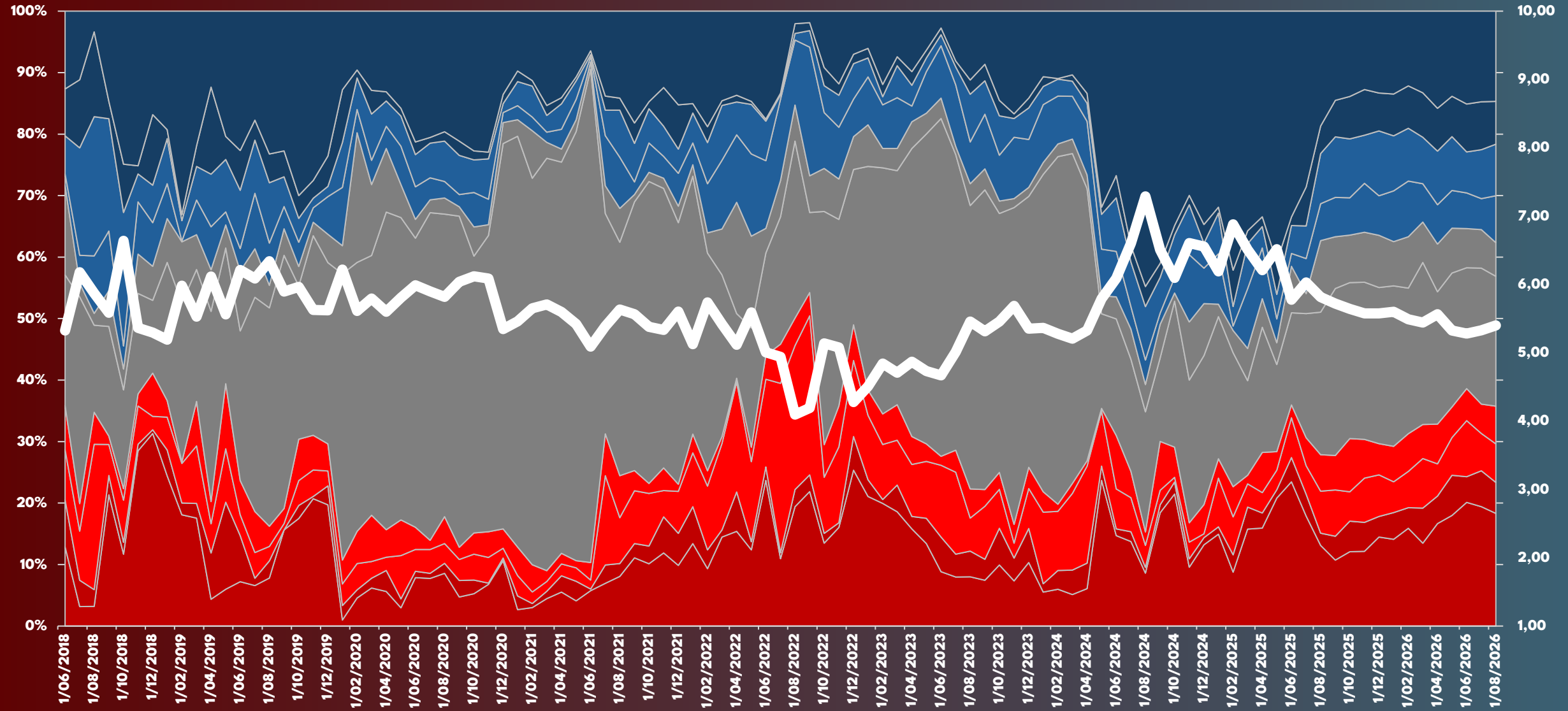

ANTES,
DIVINIZAMOS
LO QUE NO
ENTENDÍAMOS
AHORA,
SATANIZAMOS
LO QUE NO
ENTENDEMOS
RADDVR

SI 1 ES IZQUIERDA Y 10 ES DERECHA, ¿DÓNDE SE UBUCA USTED POLÍTICAMENTE?

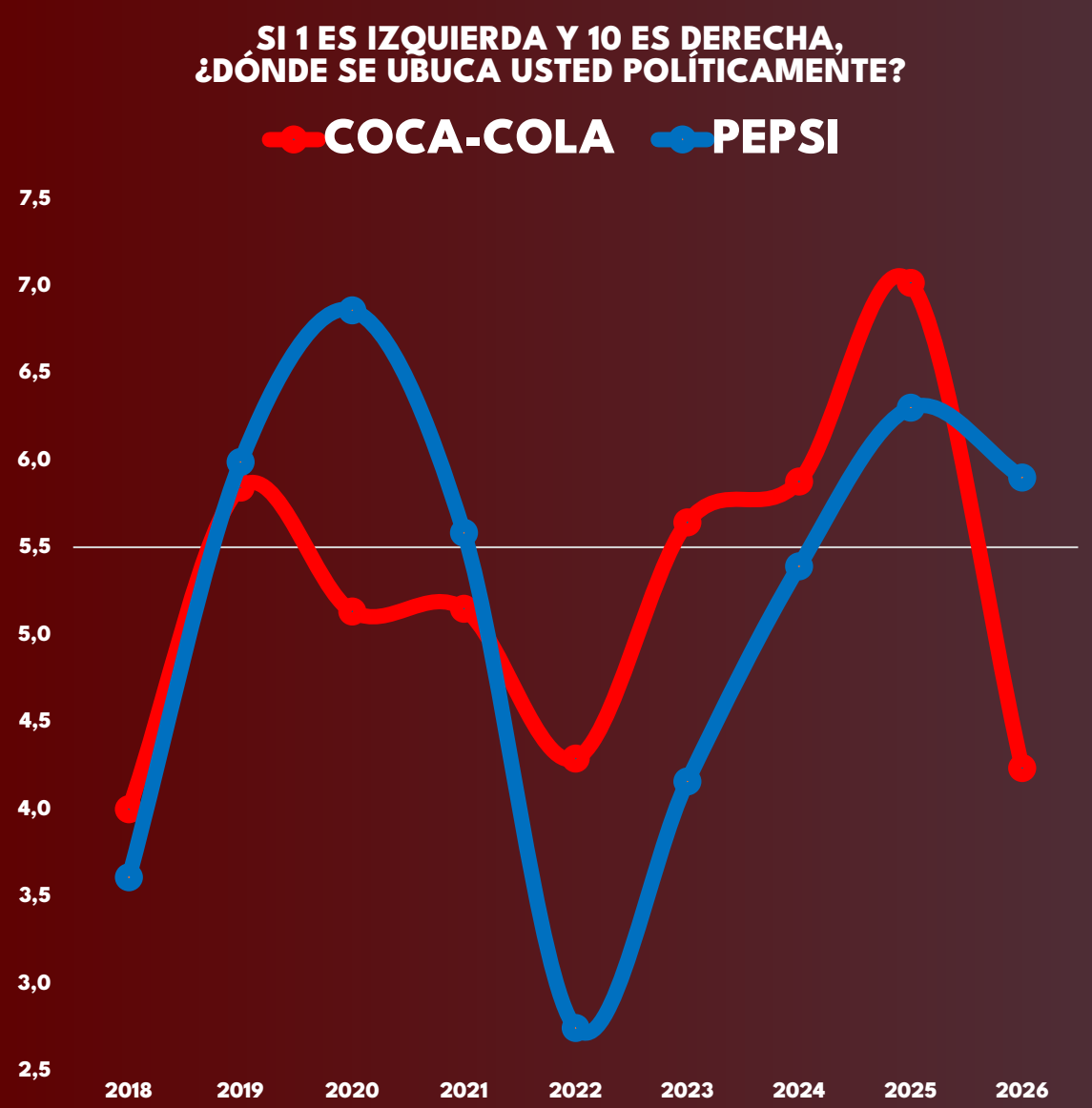


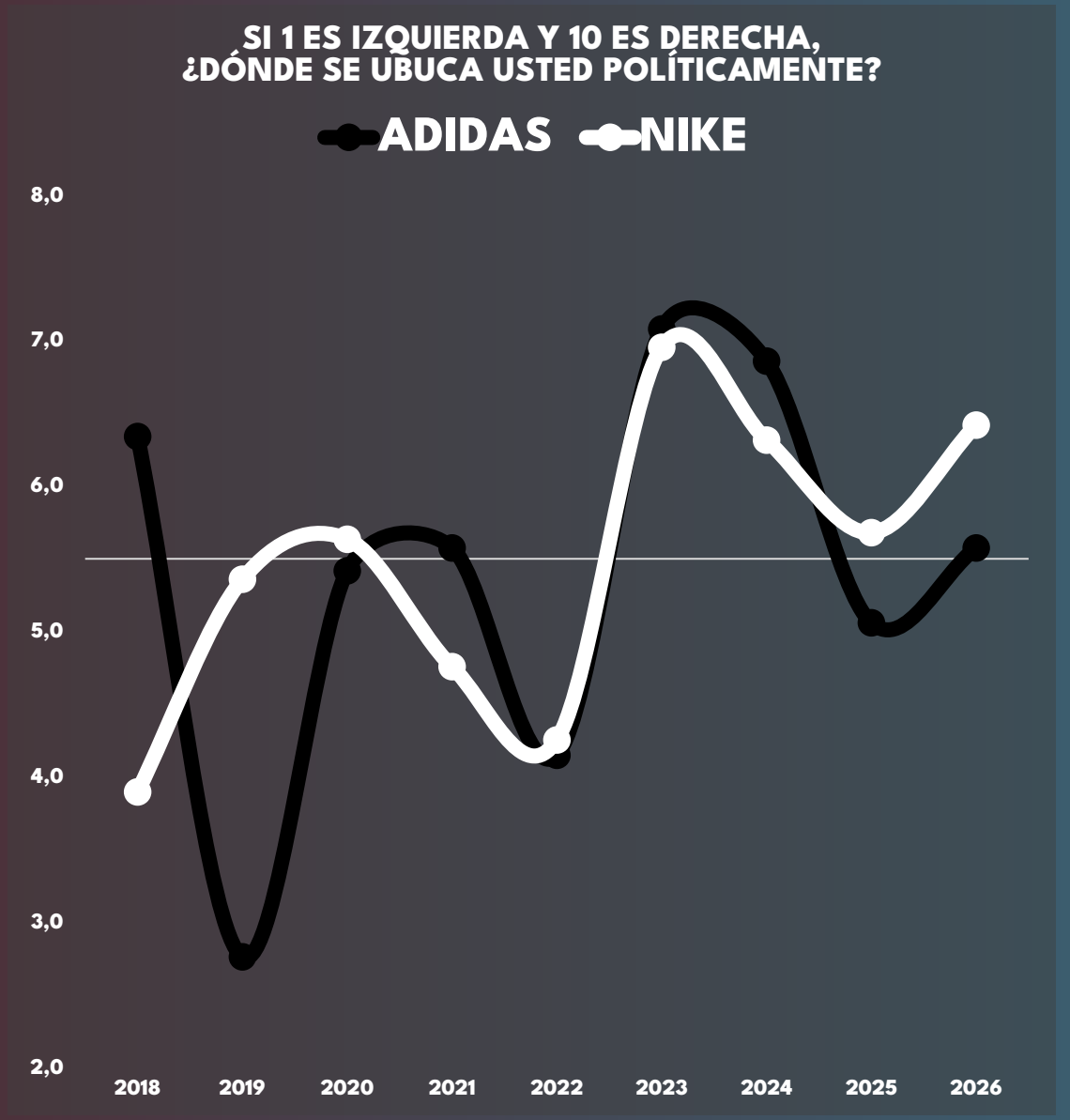
RADDAR Consumer Knowledge Group

SI 1 ES IZQUIERDA Y 10 ES DERECHA, ¿DÓNDE SE UBUCA USTED POLÍTICAMENTE?



RADDVR Consumer Knowledge Group

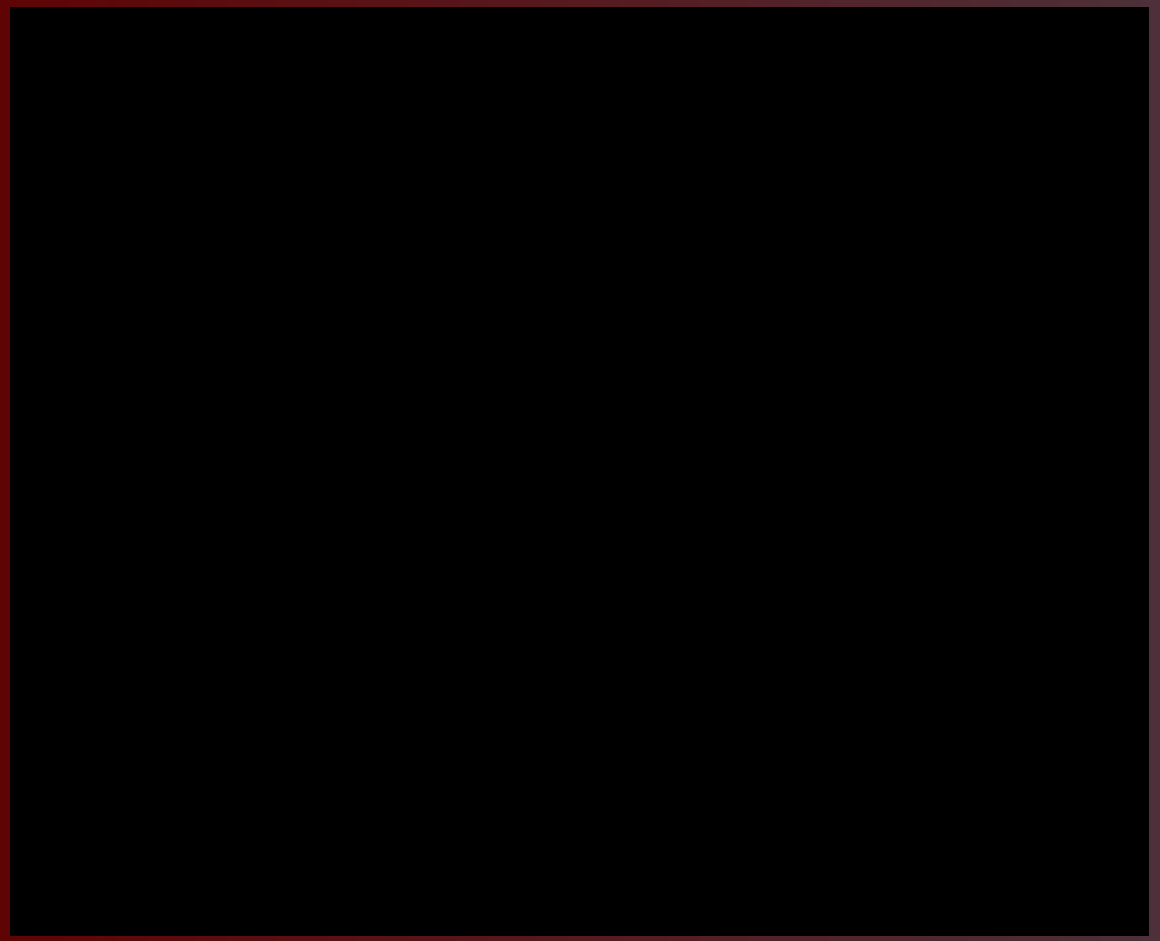




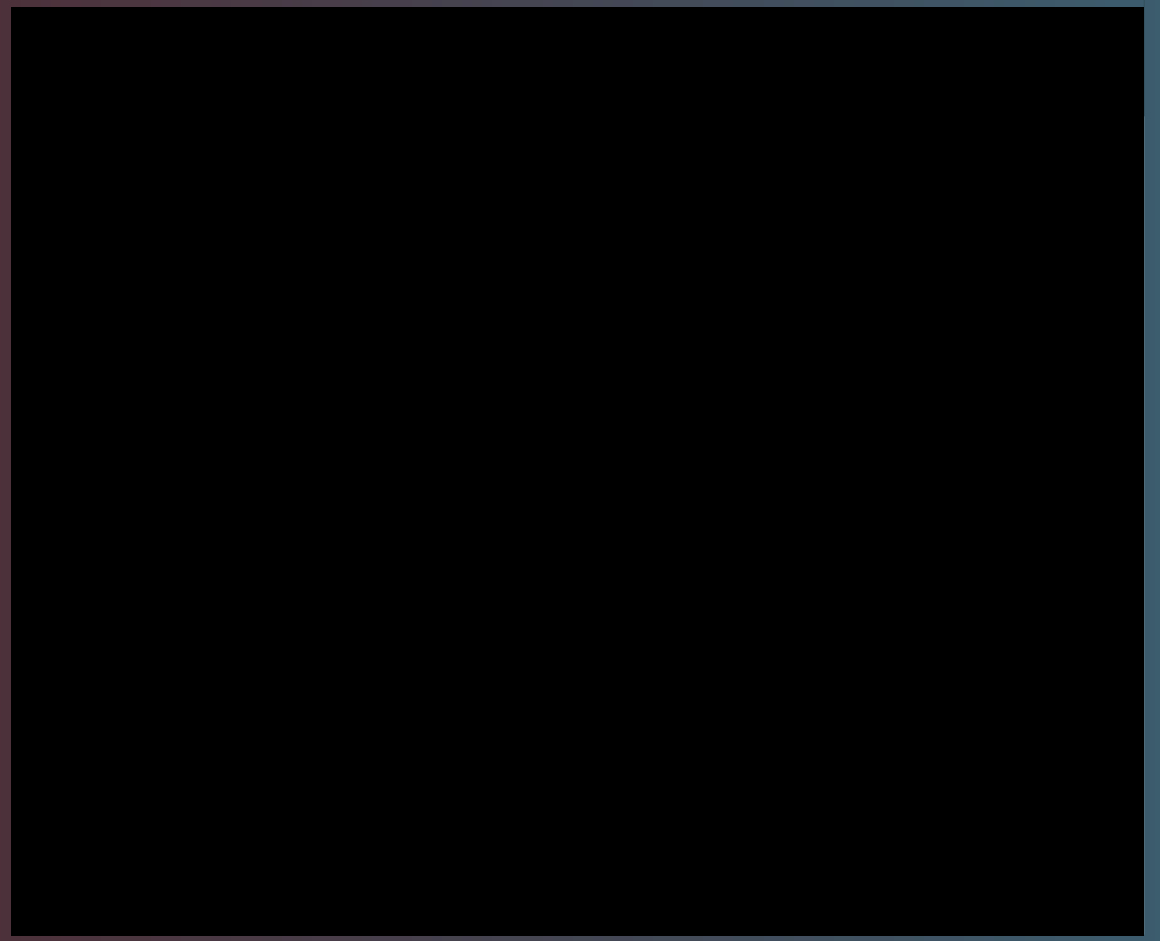
NOTA ACLARATORIA ANTES DE SER LINCHADO: ESTO SALE DEL CONSUMERTRACK DE RADDAR, REVISANDO LA AUTODECLARACIÓN POLÍTICA QUE LAS PERSONAS QUE DICEN HABER COMPRADO ESTAS MARCAS. NO ES QUE LAS MARCAS TENGAN ESA POSICIÓN POLÍTICA.

RADDAR Consumer Knowledge Group

TOM 2025



TOH 2025



NOTA ACLARATORIA ANTES DE SER LINCHADO: ESTO SALE DEL CONSUMERTRACK DE RADDAR, REVISANDO LA AUTODECLARACIÓN POLÍTICA QUE LAS PERSONAS QUE DICEN HABER COMPRADO ESTAS MARCAS. NO ES QUE LAS MARCAS TENGAN ESA POSICIÓN POLÍTICA.

RADDVR Consumer Knowledge Group

TOM 2025

EXTREMA IZQUIERDA	EXTREMA DERECHA
NIKE	ADIDAS
ADIDAS	NS/NR
NS/NR	NIKE
ALPINA	DIANA
SAMSUNG	ALPINA
D1	SAMSUNG
COCA COLA	COCA COLA
COLANTA	COLGATE
COLGATE	COLANTA
ROA	D1
DIANA	ALQUERIA

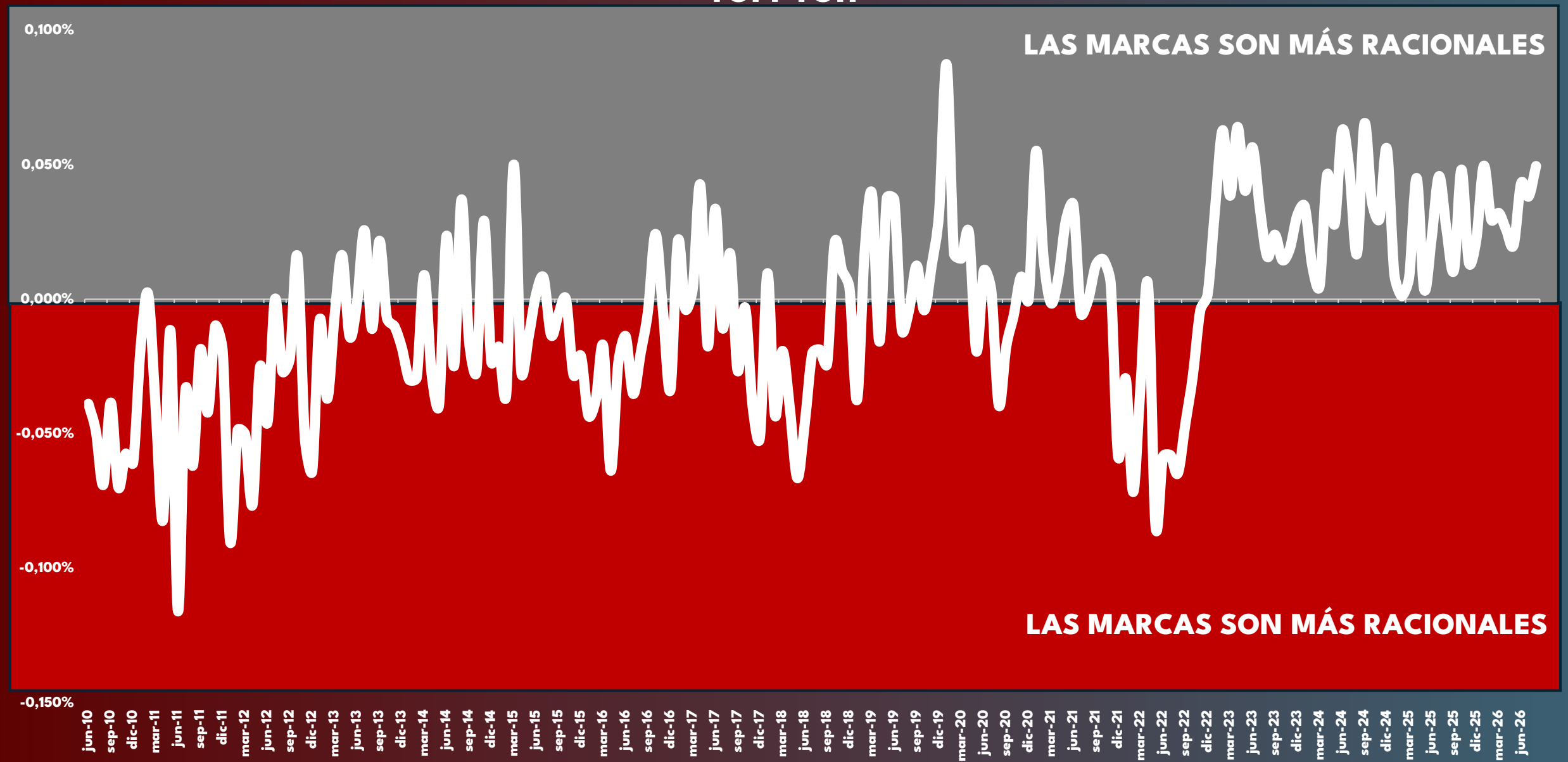
TOH 2025

EXTREMA IZQUIERDA	EXTREMA DERECHA
NS/NR	NS/NR
ADIDAS	ADIDAS
NIKE	SAMSUNG
ALPINA	DIANA
SAMSUNG	NIKE
KOAJ	ALPINA
DIANA	COLANTA
BONAROPA	COCA COLA
KALLEY	APPLE
BIMBO	KOAJ
COLANTA	ZENU

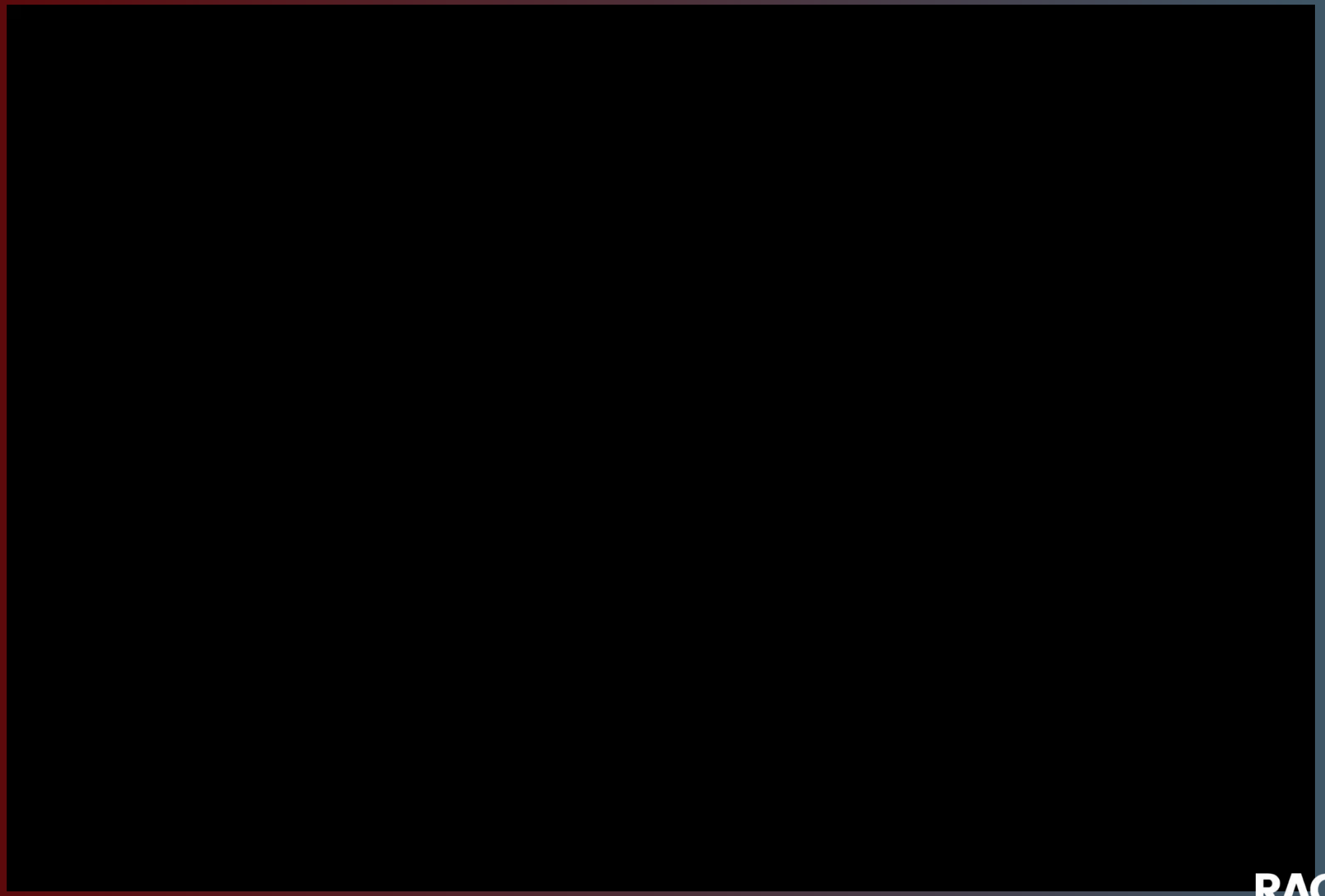
NOTA ACLARATORIA ANTES DE SER LINCHADO: ESTO SALE DEL CONSUMERTRACK DE RADDAR, REVISANDO LA AUTODECLARACIÓN POLÍTICA QUE LAS PERSONAS QUE DICEN HABER COMPRADO ESTAS MARCAS. NO ES QUE LAS MARCAS TENGAN ESA POSICIÓN POLÍTICA.

RADDVR Consumer Knowledge Group

TOM-TOH



RADDVR Consumer Knowledge Group



RADDVR Consumer Knowledge Group

BÚSQUEDA DEL TÉRMINO "FUNAR" EN EL MUNDO EN GOOGLE



RADDVR Consumer Knowledge Group

EUFORIA



EXPECTATIVA

PROPUESTA DE GOBIERNO DE ABELARDO DE LA ESPRIELLA • SINTETIZADA POR JPMORGAN



T.I.G.R.E.

Una visión de país para crecer, atraer inversión, recuperar el orden y poner las finanzas públicas en regla.

T- TRADE

- Más confianza, más inversión y menos trabas.
- Atracción de capitales.
- Facilitar el comercio exterior.

I- INVESTMENT

- Crear confianza para invertir.
- Atraer capital nacional e internacional.
- Facilitar negocios y productividad.

G-GROWTH

- Crecer al 6%-7% anual.
- Generar empleo y oportunidades
- Impulsar empresas y productividad.

R-RETRENCHMENT

- Disciplina fiscal.
- Corregir el déficit.
- Cuidado de las finanzas públicas.

E- ENFORCEMENT

- Autoridad y seguridad.
- Control del territorio.
- Recuperar el orden.

OBJETIVO PRINCIPAL: UN PAÍS MÁS FUERTE, ORDENADO Y PRÓSPERO.



Proyecciones de crecimiento de *Perspectivas de la economía mundial*

(PIB real, variación porcentual anual)	2025	PROYECCIONES 2026	2027
Producto mundial	**3,5**	**3,1**	**3,4**
Economías avanzadas	**2,0**	**2,1**	**1,8**
Estados Unidos	2,3	2,3	2,3
Zona del euro	1,2	1,1	1,2
Alemania	0,2	1,3	1,1
Francia	0,9	0,4	0,7
Italia	0,5	0,8	0,6
España	2,6	2,5	1,8
Japón	1,2	0,7	0,7
Reino Unido	1,2	1,3	1,2
Canadá	1,9	1,1	1,7
Otras economías avanzadas	3,1	4,2	2,7
Economías de mercados emergentes y en desarrollo	**4,5**	**3,7**	**4,4**
Economías emergentes y en desarrollo de Asia	5,6	5,1	4,9
China	5,0	4,5	4,0
India	7,8	7,0	7,0
Economías emergentes y en desarrollo de Europa	2,0	1,7	2,1
Rusia	1,0	0,9	0,9
América Latina y el Caribe	2,5	2,3	2,5
Brasil	2,3	2,2	1,9
México	0,5	1,5	1,8
Oriente Medio y Asia Central	3,7	−0,3	6,3
Arabia Saudita	4,6	−3,3	7,9
África subsahariana	4,5	4,5	4,5
Nigeria	4,0	4,2	4,3
Sudáfrica	1,1	1,0	1,3
Partidas informativas			
Países de mercados emergentes y de ingreso mediano	4,5	3,6	4,4
Países en desarrollo de ingreso bajo	4,8	4,8	4,8

Fuente: FMI, *Perspectivas de la economía mundial* (informe WEO), octubre de 2025.

Nota: En el caso de la India, los datos y las proyecciones se presentan sobre la base del ejercicio fiscal, el ejercicio fiscal 2025/26 (que comienza en abril de 2025) se muestra en la columna de 2025. Las proyecciones de crecimiento para la India son 7,4% en 2026 y 7,0% en 2027, sobre la base del año calendario.

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL — IMF.org/pubs

As Américas: Crescimento do PIB real

(variação percentual em 12 meses)

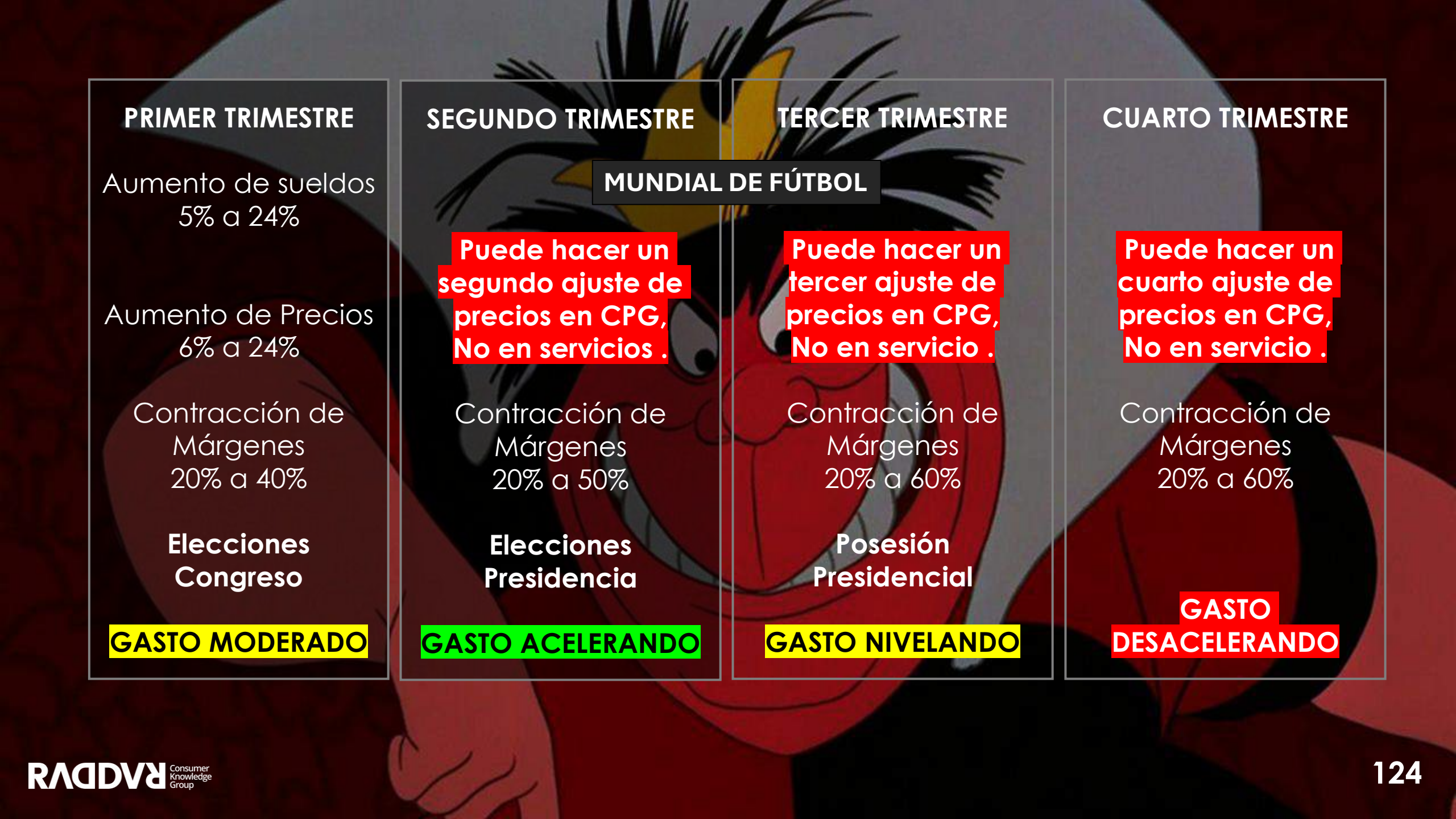
	PROJEÇÕES 2025	2026	2027	2028
América do Norte	**2,1**	**2,2**	**2,3**	**2,0**
Canadá	1,9	1,1	1,7	1,7
México	0,5	1,5	1,8	2,2
Estados Unidos	2,3	2,3	2,3	2,1
Porto Rico	0,3	-0,1	1,0	0,6
América do Sul	**2,9**	**2,1**	**2,4**	**2,8**
Argentina	4,5	2,1	3,5	4,2
Bolívia	-1,6	-3,0	-1,5	0,5
Brasil	2,3	2,2	1,9	2,4
Chile	2,5	0,6	2,6	2,6
Colômbia	2,6	2,2	2,3	2,6
Equador	3,7	0,7	2,0	2,7
Paraguai	6,6	4,5	4,0	3,8
Peru	3,4	3,0	2,9	3,2
Uruguai	1,8	1,3	2,4	2,2
Venezuela	9,0	5,0	7,0	n.d.
ACPRD	**3,7**	**4,2**	**4,0**	**4,1**
Costa Rica	4,6	3,3	3,5	3,5
República Dominicana	2,1	4,6	4,4	4,6
El Salvador	3,9	4,5	4,0	3,3
Guatemala	4,2	4,0	3,8	3,9
Honduras	3,8	3,3	3,4	4,1
Nicarágua	4,9	3,8	3,8	3,5
Panamá	4,4	5,0	4,2	4,6
Caribe	**6,1**	**8,0**	**7,4**	**6,4**
Caribe: países dependentes de turismo	**2,0**	**1,4**	**2,3**	**2,0**
Antígua e Barbuda	3,0	2,4	2,5	2,5
Aruba	6,3	3,7	2,7	2,0
Bahamas	3,8	2,5	1,9	1,8
Barbados	2,7	1,8	2,2	2,1
Belize	2,6	1,9	2,0	2,0
Dominica	4,5	3,1	2,8	2,7
Granada	4,8	3,9	3,0	2,9
Jamaica	0,1	0,0	2,4	1,8
São Cristóvão e Névis	1,5	1,8	2,1	2,4
Santa Lúcia	-0,6	1,2	1,8	1,6
São Vicente e Granadinas	2,4	2,3	2,4	2,7
Caribe: países não dependentes de turismo	**8,2**	**11,8**	**9,6**	**8,2**
Haiti	-2,7	-1,7	-0,5	0,7
Caribe: países exportadores de commodities	10,9	13,8	11,6	9,5
Guiana	19,3	22,3	16,8	9,2
Suriname	4,0	4,0	4,1	28,2
Trinidad e Tobago	-0,5	0,2	2,2	3,1
Américas	**2,4**	**2,2**	**2,3**	**2,3**
América Latina e Caribe	**2,5**	**2,3**	**2,5**	**2,9**
ALC (médias simples)	3,5	3,0	2,2	3,8
ALC, excluindo Argentina e Venezuela	2,2	2,3	2,3	2,7
AL-7	1,9	2,0	2,0	2,4
AL-8	2,2	2,0	2,2	2,6
União Monetária do Caribe Oriental	2,1	2,4	2,4	2,3

Fontes: FMI, base de dados do *World Economic Outlook*, e cálculos e projeções do corpo técnico do FMI.
Notas: As agregações regionais são as médias ponderadas pelo PIB (PPC), salvo outra indicação. ACPRD = Américas Central, Panamá e República Dominicana; União Monetária do Caribe Oriental = Antígua e Barbuda, Dominica, Granada, Santa Lúcia, São Cristóvão e Névis, e São Vicente e Granadinas. Não estão incluídos países membros do FMI. AL = América Latina e Caribe; AL-7 = América Latina (Brasil, Chile, Colômbia, México, Paraguai, Peru e Uruguai); AL-8 = América Latina e mais Argentina.

IMF

RADDVR Consumer Knowledge Group





PRIMER TRIMESTRE	SEGUNDO TRIMESTRE	TERCER TRIMESTRE	CUARTO TRIMESTRE
Aumento de sueldos 5% a 24%	MUNDIAL DE FÚTBOL		
Aumento de Precios 6% a 24%	Puede hacer un segundo ajuste de precios en CPG, No en servicios .	Puede hacer un tercer ajuste de precios en CPG, No en servicio .	Puede hacer un cuarto ajuste de precios en CPG, No en servicio .
Contracción de Márgenes 20% a 40%	Contracción de Márgenes 20% a 50%	Contracción de Márgenes 20% a 60%	Contracción de Márgenes 20% a 60%
Elecciones Congreso	**Elecciones Presidencia**	**Posesión Presidencial**	
GASTO MODERADO	**GASTO ACELERANDO**	**GASTO NIVELANDO**	**GASTO DESACELERANDO**

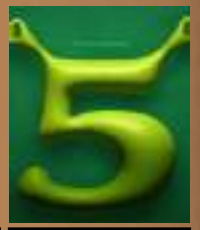
PROBLEMAS - 2025 & 2026: POLÍTICA & ECONOMÍA

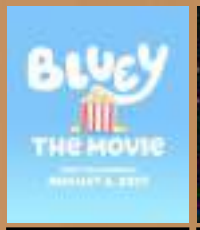
2025	2026	2026-2030
DÉFICIT FISCAL CRECIENDO	DÉFICIT FISCAL CRECIENDO	SE DEBE AJUSTAR EL DÉFICIT FISCAL
DEUDA PÚBLICA AL 60% DEL PIB	DEUDA PÚBLICA + 60% DEL PIB	DEUDA PÚBLICA AL 50% DEL PIB
AUMENTO DE GRUPOS ARMADOS	AUMENTO DE GRUPOS ARMADOS	AUMENTO DE GRUPOS ARMADOS
CRISIS ENERGÉTICA	CRISIS ENERGÉTICA	COMIENZO DE AJUSTE DEL SISTEMA
CRISIS DE SALUD	CRISIS DE SALUD	COMIENZO DE AJUSTE DEL SISTEMA

RADDVR Consumer Knowledge Group



RADDAR

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
ECONÓMICO	AUMENTO SALARIOS 25% DE LA INFLACIÓN IVA, ICA.	20% DE LA INFLACIÓN ASAMBLEAS ICA, RETEFUENTE RENTA N°1 GRANDES CONTRIBUYENTES	11% DE LA INFLACIÓN ASAMBLEAS ICA, IMPUESTOS SALUDABLES, IVA, RETEFUENTE, INC	15% DE LA INFLACIÓN ASAMBLEAS ICA, PREDIAL CON DCTO, CUOTA RENTA N°2 GRANDES CONTRIBUTENTES, RETEFUENTE	5% DE LA INFLACIÓN ICA, VEHICULAR CON DCTO, RENTA N°1 EMPRESAS, IVA, IMPUESTO A PATRIMONIO N°1, RETEFUENTE, INC	PRIMA 3% DE LA INFLACIÓN ICA, MPUESTO PREDIAL N°1, VEHICULAR, RENTA GRANDES CONTRIBUYENTES N°1, RETEFUENTE
POLÍTICO	ANTEPROYECTO DE PLAN NACIONAL DE DESARROLLO	ANTEPROYECTO DE PLAN NACIONAL DE DESARROLLO ELECCIONES PRESIDENCIALES EL SALVADOR	ANTEPROYECTO DE PLAN NACIONAL DE DESARROLLO	ANTEPROYECTO DE PLAN NACIONAL DE DESARROLLO	PLAN NACIONAL DE DESARROLLO COMIENZO DEL GOBIERNO	MARCO FISCAL DE MEDIANO PLAZO (MFMP) ELECCIONES GENERALES GUATEMALA
FERIAS Y FIESTAS	CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS FERIA DE MANIZALES FIESTAS EN CORRALEJAS	CARNAVAL DE BARRANQUILLA	PROCESIONES DE SEMANA SANTA EN POPAYÁN		FESTIVAL DE LA LEYENDA VALLENATA	FESTIVAL DE MÚSICAL COLOMBIANA "MONO NÚÑEZ" FERIAS Y FIESTAS DE SAN PEDRO Y SAN JUAN
ENTRETENIMIENTO						
TEMPORADAS	ESCOLAR REYES MAGOS LIQUIDACIÓN DE COLECCIONES	ESCOLAR INICIO CUARESMA SAN VALENTÍN AÑO NUEVO CHINO	SEMANA SANTA ANIVERSARIOS CADENAS DÍA DE LA MUJER RAMADÁN	DÍA DE LA SECRETARIA DÍA DEL NIÑO RAMADÁN	DÍA DEL TRABAJO DÍA DE LA MADRE *En 2024 y 2025 hubo Black Friday	DÍA DEL PADRE PRIMATÓN *En 2026 se realizó Black Friday

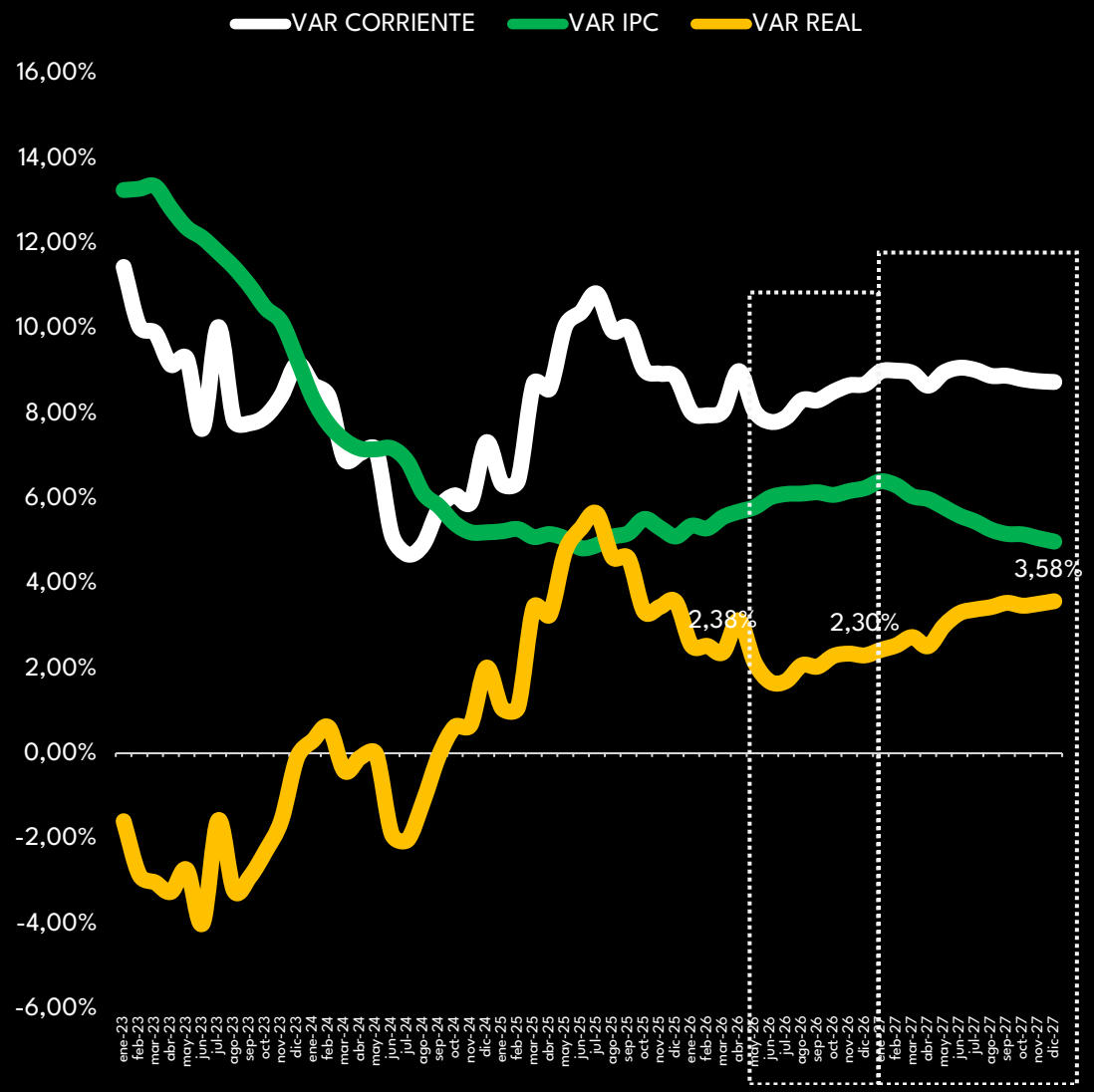
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
ECONÓMICO	PRIMA 5% DE LA INFLACIÓN ICA, IMPUESTOS SALUDABLES, RENTA EMPRESAS N°2, IVA, RETEFUENTE, INC	0% DE LA INFLACIÓN ICA, IMPUESTO PREDIAL N°2, RENTA PERSONAS, RETEFUENTE	6% DE LA INFLACIÓN ICA, IMPUESTO SALUDABLES, RENTA PERSONAS, IVA, IMPUESTO PATRIMONIO N°2, RETEFUENTE, INC	3% DE LA INFLACIÓN ICA, IMPUESTO PREDIAL N°3, RENTA PERSONAS, RETEFUENTE,	2% DE LA INFLACIÓN ICA, IMPUESTOS SALUDABLES, IVA, RETEFUENTE, INC	PRIMA 5% DE LA INFLACIÓN ICA, IMPUESTO PREDIAL N°4, RETEFUENTE
POLÍTICO	MARCO DE GASTO DE MEDIANO PLAZO (MGMP) PLAN OPERATIVO ANUAL DE INVERSIONES (POAI) RADICACIÓN EN EL CONGRESO PROPUESTA PGN	PGN: PERIODO DE TRÁMITE LEGISLATIVO DEBATE Y APROBACIÓN	PGN: PERIODO DE TRÁMITE LEGISLATIVO DEBATE Y APROBACIÓN	PGN: PERIODO DE TRÁMITE LEGISLATIVO DEBATE Y APROBACIÓN ELECCIONES ALCALDÍAS OCT-31 (LEY SECA) ELECCIONES GENERALES ARGENTINA	PGN: SANCIÓN PRESIDENCIAL	PGN: SANCIÓN PRESIDENCIAL
FERIAS Y FIESTAS	FIESTAS DEL MAR (SANTA MARTA)	FESTIVAL DEL VIENTO Y LAS COMETAS FERIA DE LAS FLORES FESTIVAL PETRONIO ÁLVAREZ	FIESTAS DE SAN PACHO	FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA CULTURA CAMPESINA	FIESTAS DE INDEPENDENCIA DE CARTAGENA	FERIA DE CALI FESTIVAL DE LUCES DE VILLA DE LEYVA
ENTRETENIMIENTO						
TEMPORADAS	¡NUEVO! FIESTA DE LA VIRGEN DE CHIQUINQUIRÁ 20 DE JULIO	ESCOLAR LIQUIDACIÓN DE COLECCIONES 7 DE AGOSTO	DÍA DEL AMOR Y LA AMISTAD *"DESDE SEPTIEMBRE SE SIENTE DICIEMBRE"*	DÍA DE LA RAZA HALLOWEEN	DÍA DE MUERTOS ACCIÓN DE GRACIAS BLACK FRIDAY PRE-NAVIDAD	CYBER MONDAY DÍA DE LAS VELITAS NOVENAS NAVIDAD HANUKKAH

Fuente: RADDAR Y CORPORACIÓN BIENESTAR, MinHacienda, MinInterior, Otros.. Realizado en julio de 2026; puede tener cambios en el tiempo.

1 PREVENTA CONCIERTOS

2 REALIZACIÓN CONCIERTOS

DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES NACIONAL - PROYECCIONES 2026-2027



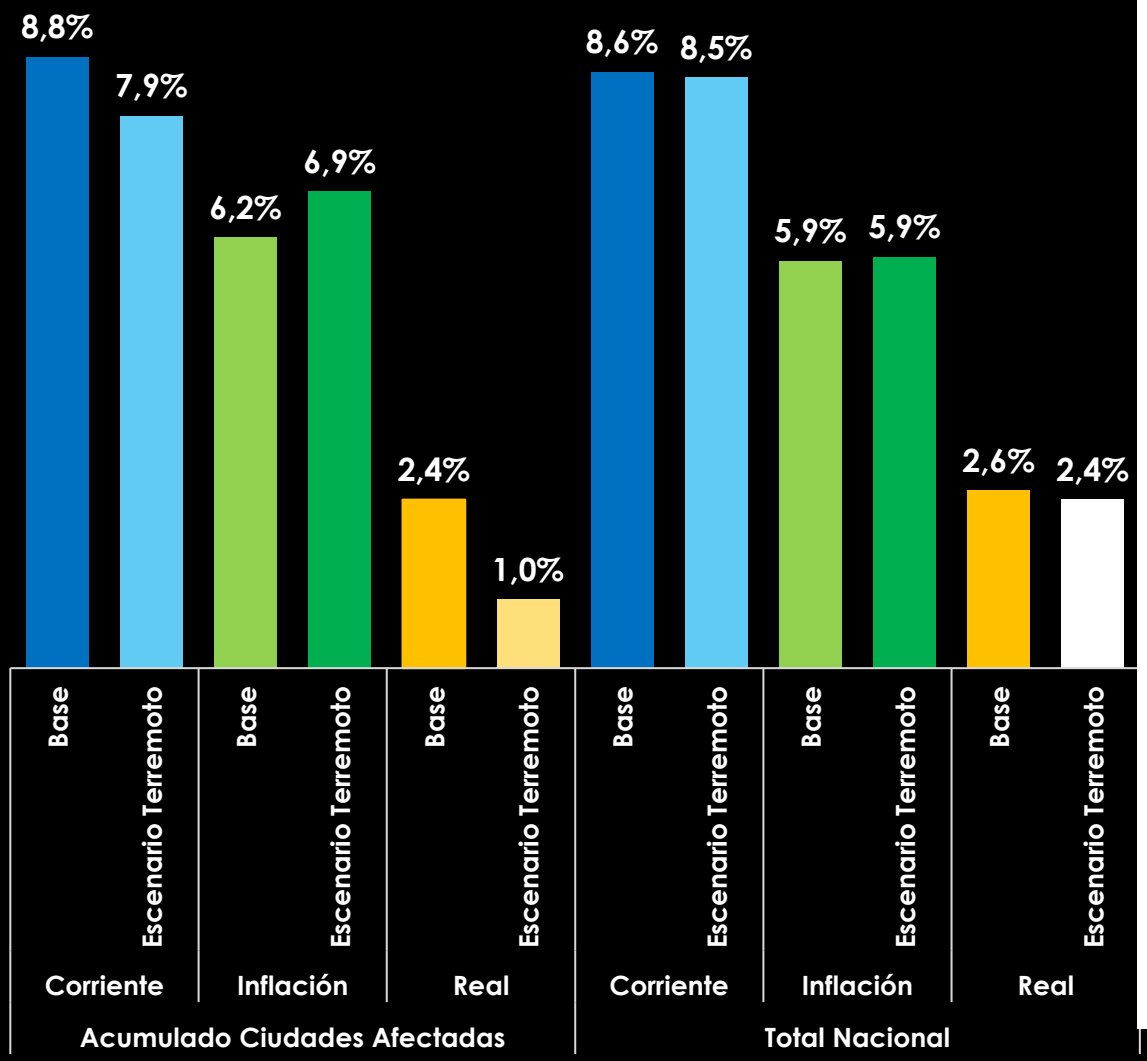
Perspectivas de mediano plazo

Principales variables macroeconómicas proyectadas para los próximos años

Año	2021	2022	2023	2024	2025	2026py	2027py	2028py	2029py	2030py
Crecimiento del PIB (var. % anual)	10.8%	7.3%	0.8%	1.5%	2.6%	2.6%	2.6%	2.7%	2.7%	2.7%
Balance del Gobierno Nacional (% PIB)	-7.0%	-5.3%	-4.2%	-6.7%	-6.4%	-6.5%	-5.3%	-4.7%	-4.4%	-3.7%
Balance en cuenta corriente (% PIB)	-5.6%	-6.0%	-2.3%	-1.6%	-2.4%	-2.3%	-3.1%	-3.3%	-3.3%	-3.3%
Tasa de desempleo urbano (% PEA, promedio año)	15.2%	11.4%	10.4%	10.1%	8.6%	9.0%	9.3%	9.4%	9.6%	9.9%
Inflación al consumidor (var. % anual, fin de año)	5.6%	13.1%	9.3%	5.2%	5.1%	6.4%	5.2%	4.1%	3.7%	3.3%
Inflación al consumidor (var. % anual, promedio de año)	3.5%	10.2%	11.8%	6.6%	5.1%	5.9%	5.7%	4.5%	3.9%	3.5%
Tasa de referencia BanRep (% anual, fin de año)	3.00%	12.00%	13.00%	9.50%	9.25%	12.75%	11.75%	9.75%	7.75%	7.00%
Cartera bruta total nominal (var. % anual, final de periodo)	10.33%	16.86%	1.89%	3.44%	7.55%	8.41%	8.15%	8.23%	8.18%	8.13%
Índice cartera vencida total (%, final de periodo)	6.67%	6.28%	-7.68%	-2.12%	2.32%	1.89%	2.77%	4.00%	4.30%	4.64%
DTF 90 Días (% anual, promedio de año)	2.07%	8.50%	13.21%	10.17%	8.96%	10.64%	11.27%	9.74%	8.00%	6.82%
IBR Overnight (% E.A, fin de año)	2.99%	11.95%	12.98%	9.51%	9.27%	12.75%	11.75%	9.75%	7.74%	6.99%
Tasa de cambio USDCOP (promedio de año)	$ 3,744	$ 4,256	$ 4,326	$ 4,074	$ 4,053	$ 3,635	$ 3,726	$ 3,838	$ 3,904	$ 3,957
Tasa de cambio USDCOP (fin de año)	$ 3,981	$ 4,810	$ 3,822	$ 4,409	$ 3,757	$ 3,672	$ 3,778	$ 3,876	$ 3,936	$ 3,950
Devaluación nominal (% promedio año)	1.4%	13.7%	1.6%	-5.8%	-0.5%	-10.3%	2.5%	3.0%	1.7%	1.4%
Precio promedio del petróleo (Ref. Brent, USD por barril)	$ 70.7	$ 100.8	$ 82.5	$ 80.5	$ 69.1	$ 86	$ 76	$ 69	$ 68	$ 68

Fuente: Históricos de DANE, Ministerio de Hacienda, Banco de la República, Superfinanciera y Reserva Federal, pronósticos de Grupo Cibest.

Impacto en el crecimiento del gasto y la inflación del terremoto - Total 2026



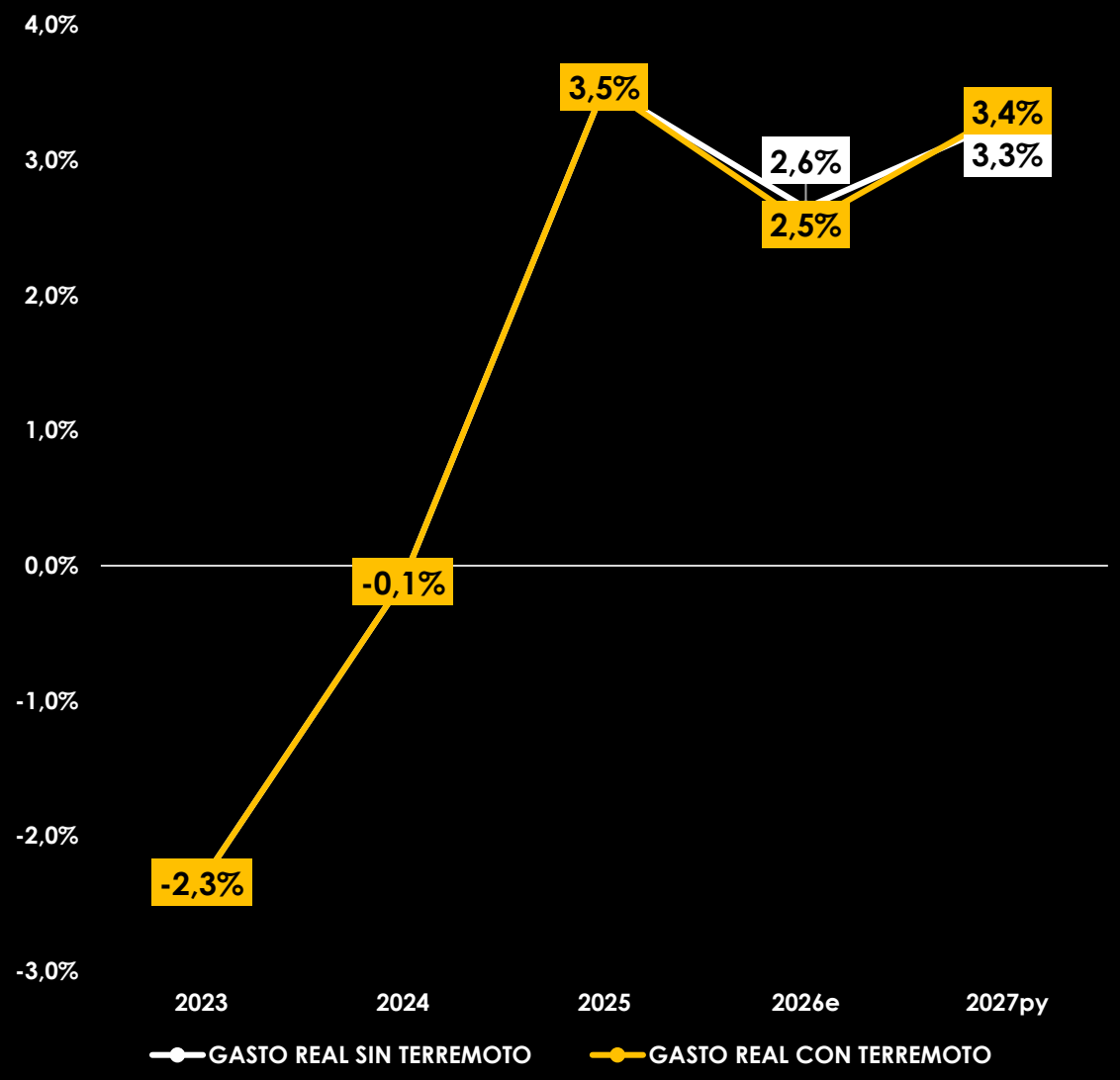
Perspectivas de mediano plazo

Principales variables macroeconómicas proyectadas para los próximos años

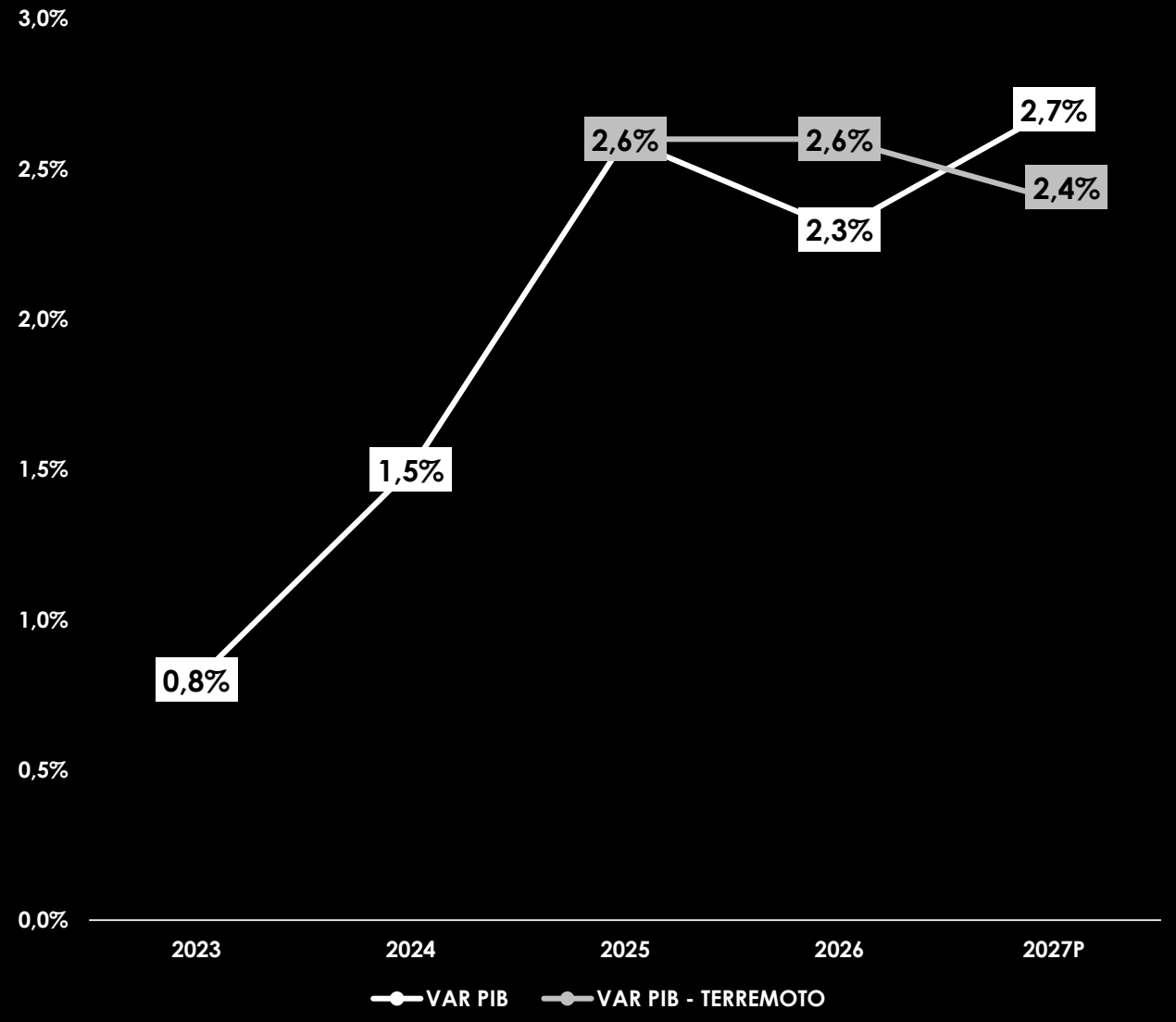
Año	2021	2022	2023	2024	2025	2026py	2027py	2028py	2029py	2030py
Crecimiento del PIB (var. % anual)	10.8%	7.3%	0.8%	1.5%	2.6%	2.6%	2.6%	2.7%	2.7%	2.7%
Balance del Gobierno Nacional (% PIB)	-7.0%	-5.3%	-4.2%	-6.7%	-6.4%	-6.5%	-5.3%	-4.7%	-4.4%	-3.7%
Balance en cuenta corriente (% PIB)	-5.6%	-6.0%	-2.3%	-1.6%	-2.4%	-2.3%	-3.1%	-3.3%	-3.3%	-3.3%
Tasa de desempleo urbano (% PEA, promedio año)	15.2%	11.4%	10.4%	10.1%	8.6%	9.0%	9.3%	9.4%	9.6%	9.9%
Inflación al consumidor (var. % anual, fin de año)	5.6%	13.1%	9.3%	5.2%	5.1%	6.4%	5.2%	4.1%	3.7%	3.3%
Inflación al consumidor (var. % anual, promedio de año)	3.5%	10.2%	11.8%	6.6%	5.1%	5.9%	5.7%	4.5%	3.9%	3.5%
Tasa de referencia BanRep (% anual, fin de año)	3.00%	12.00%	13.00%	9.50%	9.25%	12.75%	11.75%	9.75%	7.75%	7.00%
Cartera bruta total nominal (var. % anual, final de periodo)	10.33%	16.86%	1.89%	3.44%	7.55%	8.41%	8.15%	8.23%	8.18%	8.13%
Índice cartera vencida total (%, final de periodo)	6.67%	6.28%	-7.68%	-2.12%	2.32%	1.89%	2.77%	4.00%	4.30%	4.64%
DTF 90 Días (% anual, promedio de año)	2.07%	8.50%	13.21%	10.17%	8.96%	10.64%	11.27%	9.74%	8.00%	6.82%
IBR Overnight (% E.A, fin de año)	2.99%	11.95%	12.98%	9.51%	9.27%	12.75%	11.75%	9.75%	7.74%	6.99%
Tasa de cambio USDCOP (promedio de año)	$ 3,744	$ 4,256	$ 4,326	$ 4,074	$ 4,053	$ 3,635	$ 3,726	$ 3,838	$ 3,904	$ 3,957
Tasa de cambio USDCOP (fin de año)	$ 3,981	$ 4,810	$ 3,822	$ 4,409	$ 3,757	$ 3,672	$ 3,778	$ 3,876	$ 3,936	$ 3,950
Devaluación nominal (% promedio año)	1.4%	13.7%	1.6%	-5.8%	-0.5%	-10.3%	2.5%	3.0%	1.7%	1.4%
Precio promedio del petróleo (Ref. Brent, USD por barril)	$ 70.7	$ 100.8	$ 82.5	$ 80.5	$ 69.1	$ 86	$ 76	$ 69	$ 68	$ 68

Fuente: Históricos de DANE, Ministerio de Hacienda, Banco de la República, Superfinanciera y Reserva Federal, pronósticos de Grupo Cibest.

POSIBLE IMPACTO EN EL CRECIMIENTO DEL GASTO DE HOGARES DEL TERREMOTO DE 2026



POSIBLE IMPACTO EN EL CRECIMIENTO DEL PIB DEL TERREMOTO DE 2026



Crecimiento del PIB por oferta (var. % anual; base 2019=100)

Macrosector	Var. % anual			Nivel 2019 = 100		
	2025	2026	2027	2025	2026	2027
PIB	2.6%	2.6%	2.4%	115.9	118.9	121.8
Entretenimiento y servicios a hogares	9.9%	6.3%	4.4%	199.3	212.0	221.3
Comunicaciones	1.0%	1.0%	0.8%	126.1	127.3	128.3
Financiero	2.8%	3.0%	2.8%	128.0	131.8	135.5
Construcción	-2.7%	-1.3%	4.3%	73.9	73.0	76.1
Agropecuario	3.1%	-2.0%	1.6%	117.3	115.0	116.8
Comercio, transporte, alojamiento, comidas	4.7%	2.5%	1.5%	118.7	121.7	123.5
Inmobiliario	2.0%	2.1%	2.1%	112.6	115.1	117.5
Actividades profesionales	1.3%	0.5%	3.0%	114.7	115.3	118.7
Impuestos	2.5%	2.4%	2.4%	126.7	129.7	132.8
Admin. Pública, educación y salud	4.0%	6.8%	3.0%	124.9	133.4	137.4
Manufacturero	1.9%	1.1%	1.0%	108.9	110.0	111.1
Servicios públicos	1.2%	3.3%	2.5%	113.9	117.6	120.6
Minería	-6.6%	1.3%	2.4%	79.5	80.5	82.4

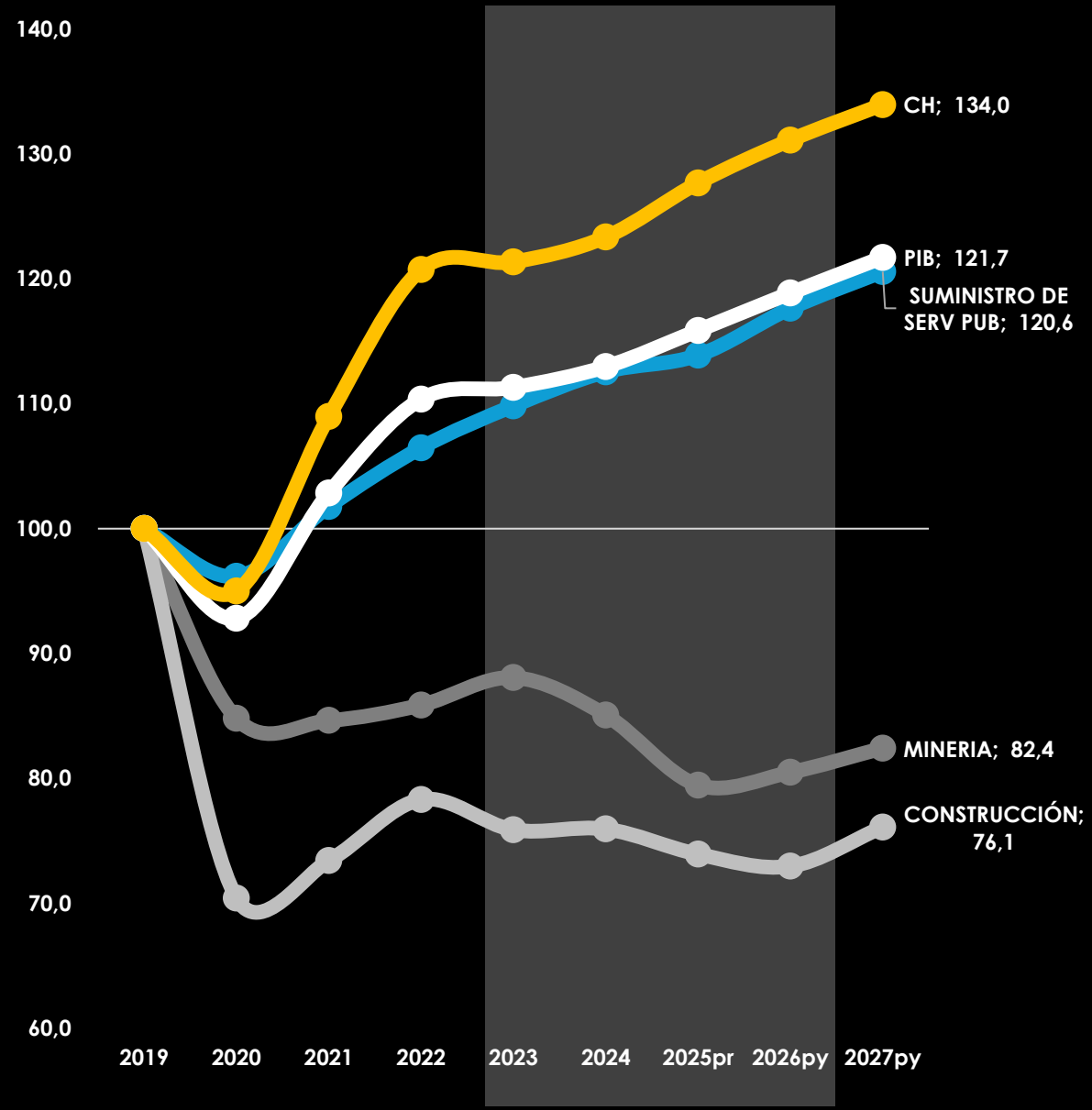
Fuente: DANE, pronósticos por Grupo Cibest.

Crecimiento del PIB por rubros de la demanda (var. % anual; base 2019=100)

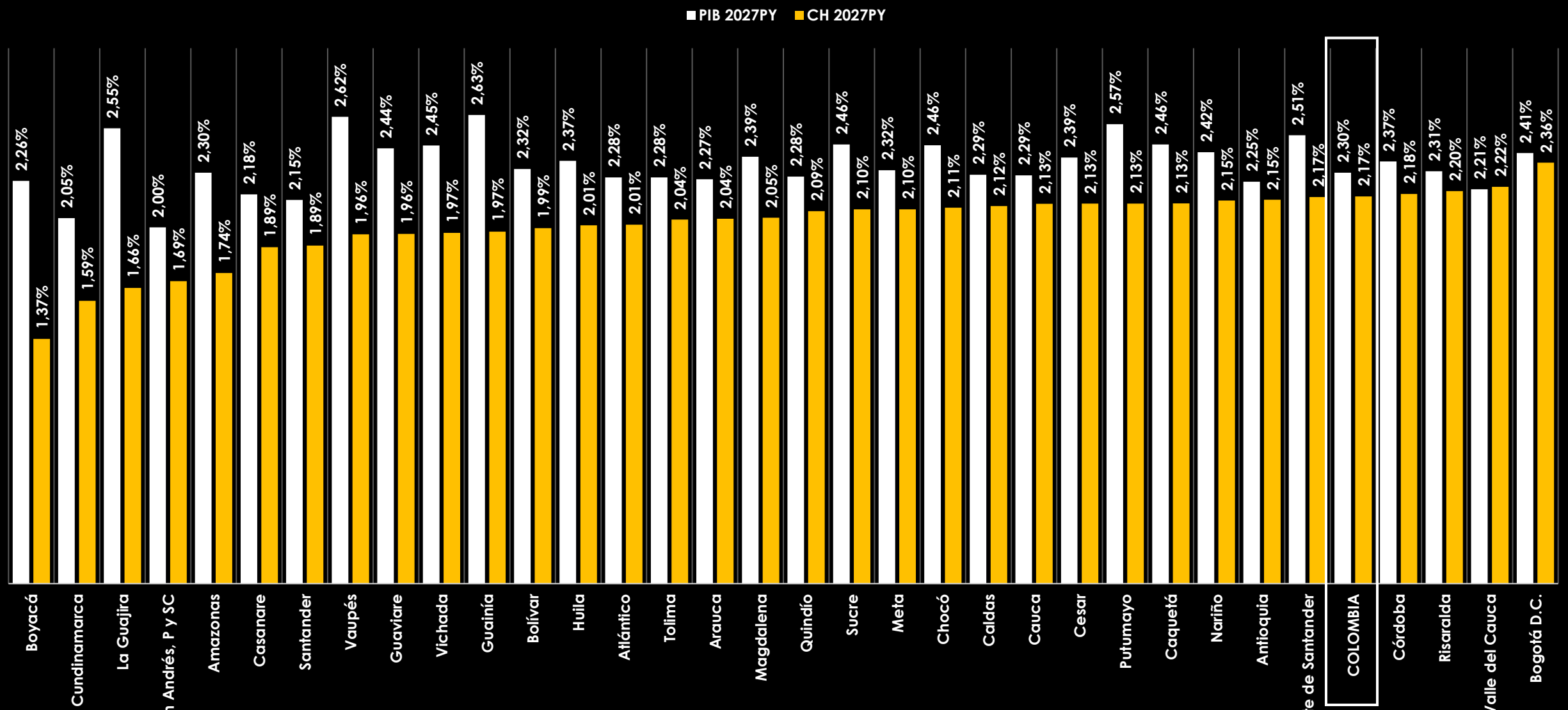
Rubro	Var. % anual			Nivel 2019 = 100		
	2025	2026	2027	2025	2026	2027
PIB	2.6%	2.6%	2.4%	116.1	118.4	121.2
Consumo total	4.3%	3.8%	2.8%	126.0	127.5	131.0
Privado	3.5%	2.7%	2.2%	127.0	128.3	131.1
Público	8.4%	9.1%	5.2%	121.7	123.5	129.9
Inversión fija	1.4%	3.5%	4.7%	89.5	92.3	96.6
Exportaciones	1.9%	1.0%	3.1%	108.7	108.4	111.7
Importaciones	8.6%	6.9%	5.8%	126.8	127.1	134.5

Fuente: DANE, pronósticos por Grupo Cibest.

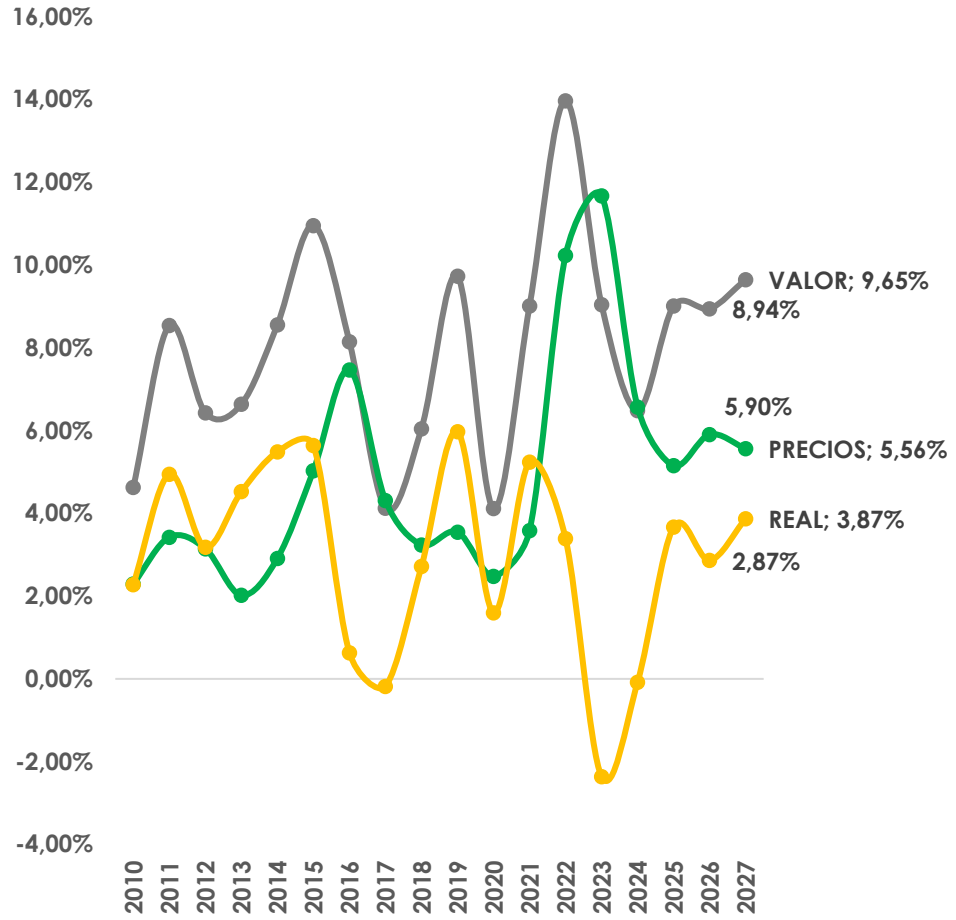
PROYECCIONES 2027 - BANCOLOMBIA



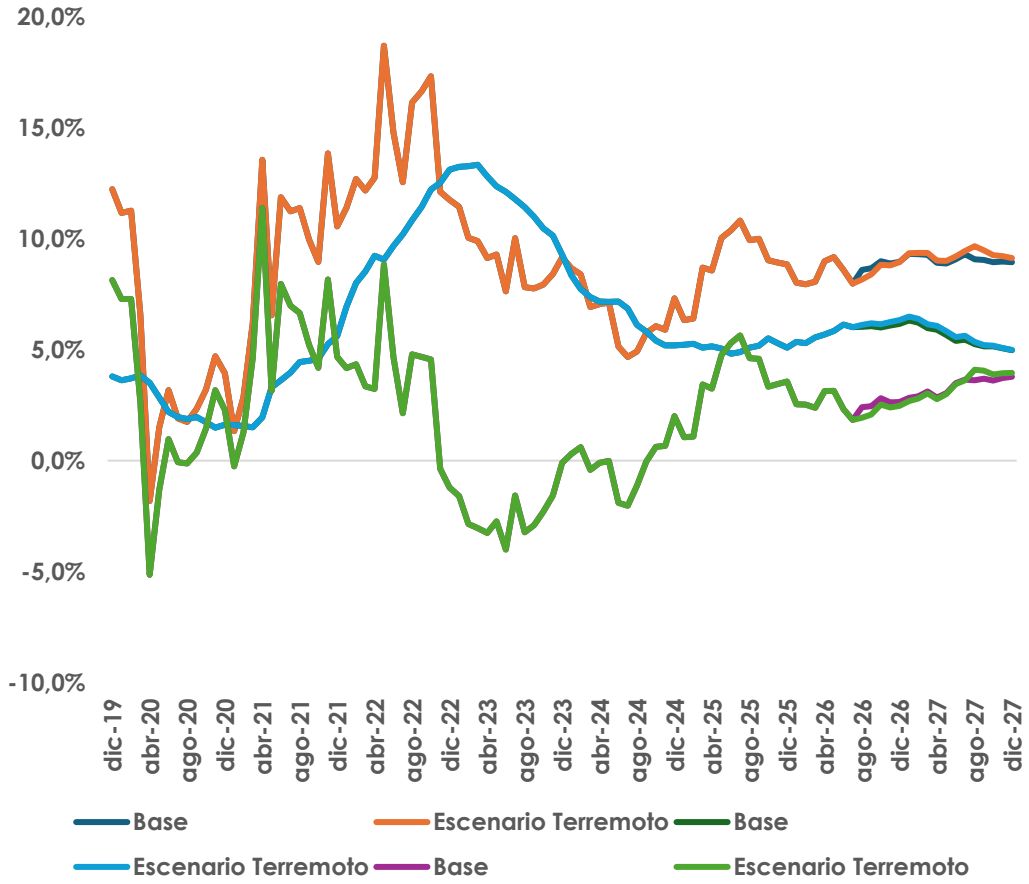
PROYECCIONES DE PIB Y CUENTA DE CH DEL PIB POR DEPARTAMENTOS - 2027 - RADDAR



PROYECCIONES RADDAR

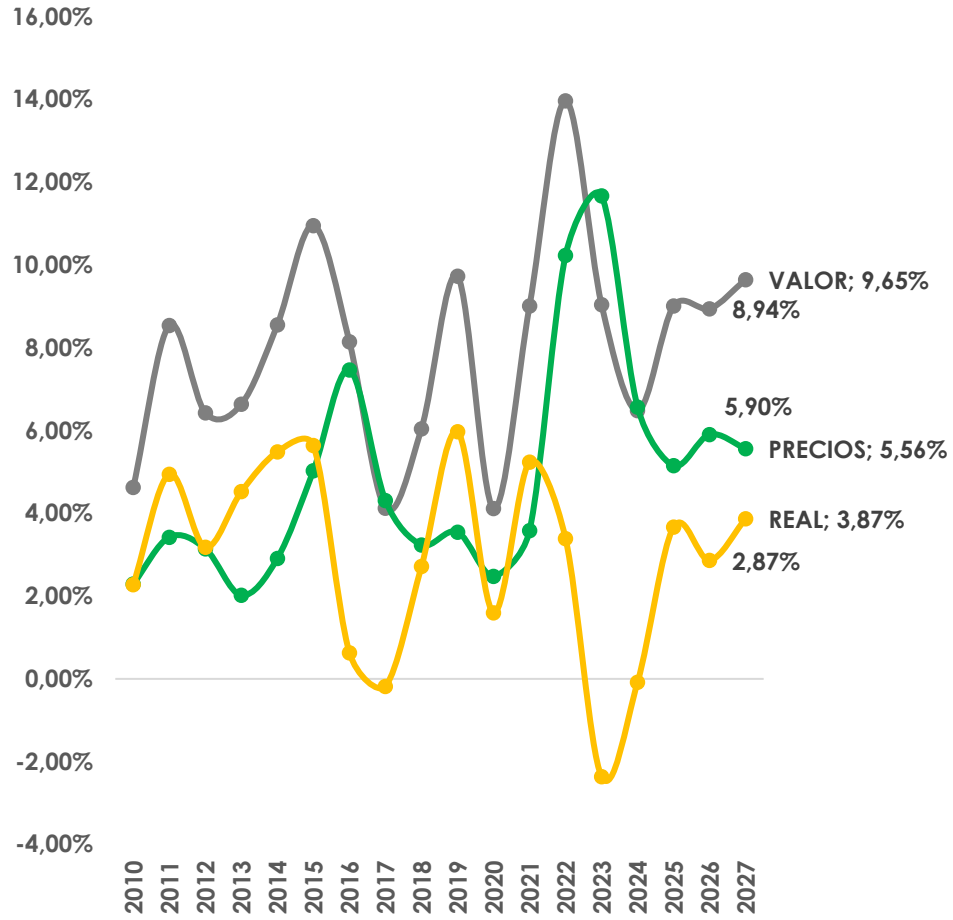


CRECIMIENTO DE GASTO DE HOGARES CANASTA RADDAR

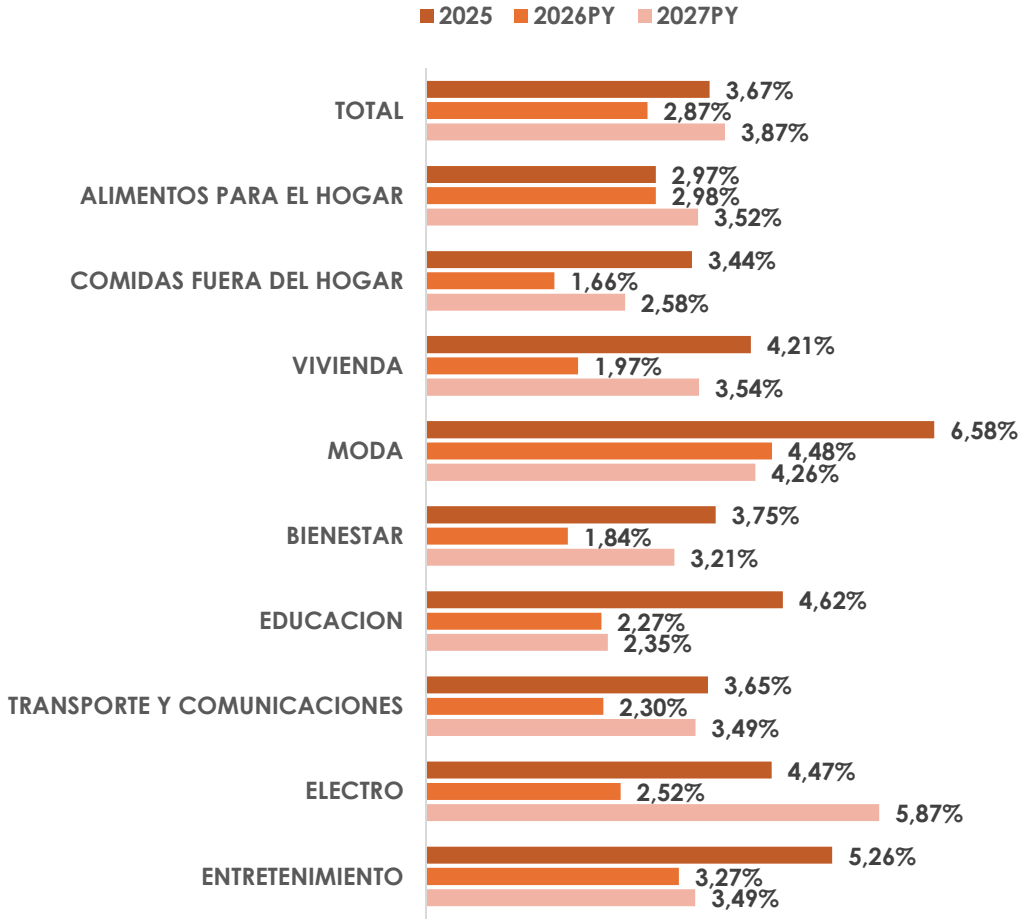


RADDAR Consumer Knowledge Group

PROYECCIONES RADDAR



PROYECCIONES RADDAR



RADDAR Consumer Knowledge Group




APORTE DEL SECTOR EMPRESARIAL
PARA LAS VÍCTIMAS DEL TERREMOTO
DONACIONES, RECAUDOS Y APORTES CON VALOR MONETARIO
Empresas afiliadas a la
ANDI
MÁS PAÍS
Incluye aporte de
$201.637
Familia Santo Domingo
$100.000
Jaime Gilinski y Raquel Kardonski
$150.000
David Vélez y Mariel Reyes
$100.000
Fundación Bancolombia
$6.600
TECNOGLASS
$6.000
Fuente: Sondeo LR / Gráfico: LR-MB-ER
LR

POSIBLE CRONOGRAMA DE ACCIÓN POR EL TERREMOTO

72 HORAS

RESCATAR PERSONAS

ASEGURAR CONSTRUCCIONES

DECLARACIÓN DE EMERGENCIA

ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS

UN MES

CREAR ALBERGUES Y CAMPAMENTOS

EVALUAR Y DEMOLER CONSTRUCCIONES

RECUPERAR REDES Y SISTEMA DE SALUD

LLEGADA DE AYUDAS

6 MESES

DEFINIR LOS ESQUEMAS DE LOS CAMPAMENTOS

COMENZAR CONSTRUCCIONES Y REPARACIONES

CENSOS, APOYOS, SUBSIDIOS

CREACIÓN DE LA COORDINACIÓN

DOS AÑOS

RELOCALIZACIÓN Y MIGRACIONES.

OBRAS, EJECUCIONES Y PROYECTOS

MANEJO SOCIAL DE LA POBLACIÓN

AMPARO DE EMERGENCIA ECONÓMICA.

CUATRO AÑOS

NUEVAS ESTRUCTURAS POBLACIONALES

FIN DE OBRAS MASIVAS

PROCESO DE REPARACIÓN SOCIAL.

FIN DE APOYOS LEYES DE LARGO PLAZO

NUESTROS PAPÁS NOS CUMPLIERON: DEJARON UN MEJOR PAÍS PARA SUS HIJOS

NOSOTROS DEBEMOS DEJAR MEJORES HIJOS PARA EL PAÍS

¡Y MEJORES EMPRESAS PARA EL FUTURO!

RADDVR Consumer Knowledge Group

PESIMISTA

OPTIMISTA

ESTÁ SITUACIÓN ES INSUPERABLE

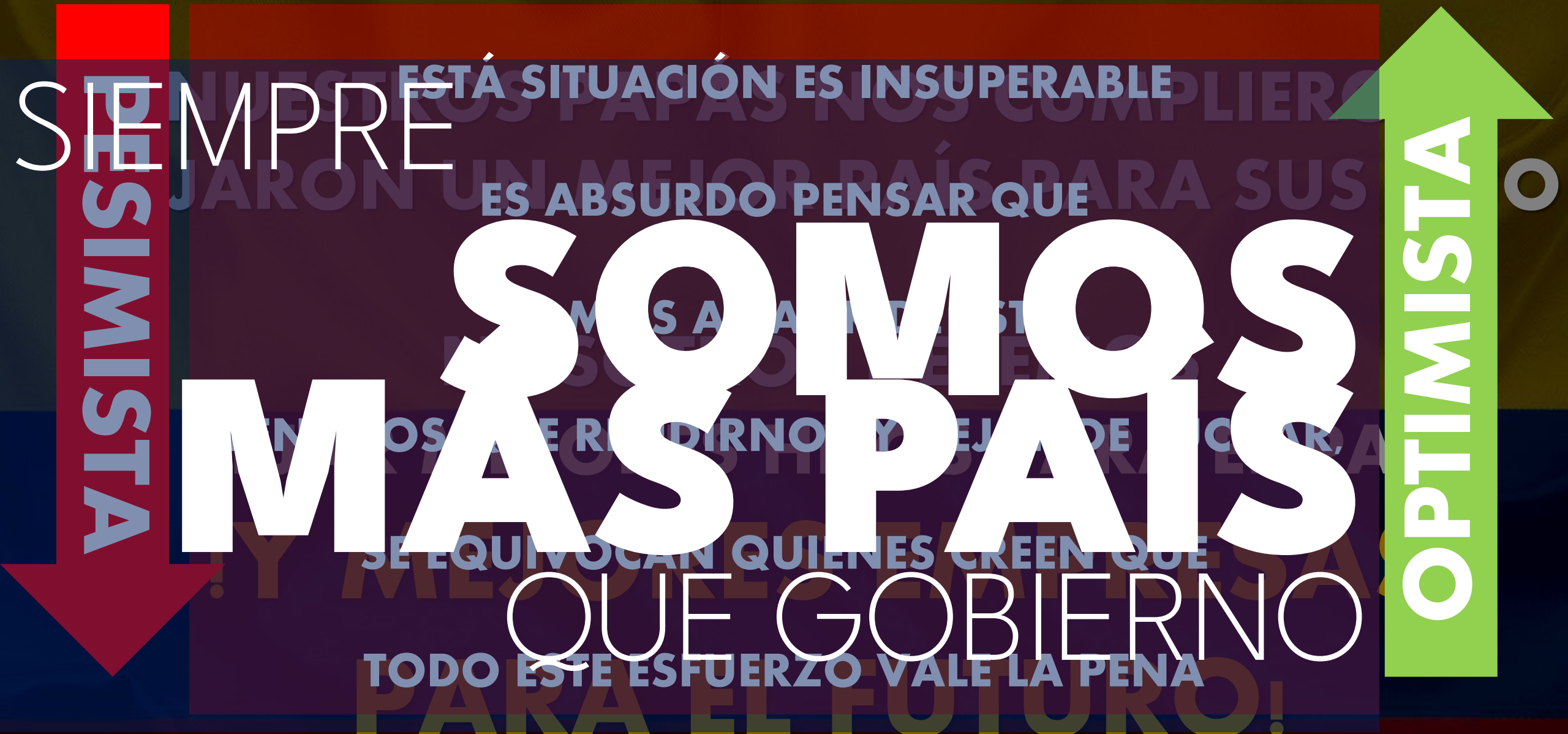
ES ABSURDO PENSAR QUE

VAMOS A SALIR DE ESTO

TENEMOS QUE RENDIRNOS Y DEJAR DE LUCHAR,

SE EQUIVOCAN QUIENES CREEN QUE

TODO ESTE ESFUERZO VALE LA PENA


PESIMISTA
OPTIMISTA
SIEMPRE
ESTÁ SITUACIÓN ES INSUPERABLE
ES ABSURDO PENSAR QUE
SOMOS MÁS PAÍS
QUE GOBIERNO
SE EQUIVOCAN QUIENES CREEN QUE
TODO ESTE ESFUERZO VALE LA PENA


FGA
FONDO DE GARANTÍAS
20AÑOSOYENDOALCONSUMIDOR
!GRACIAS!
POR CREER EN NOSOTROS
camiloherrera@raddar.net
RADDAR
Consumer Knowledge Group