

RADVA Consumer
Knowledge
Group

EL NUEVO CONSUMIDOR COLOMBIANO

DIGITAL

posverdad

De pos- y verdad, trad. del ingl. post-truth.

*1. f. **Distorsión deliberada de una realidad**, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales;*

“Los demagogos son maestros de la posverdad.”

Real Academia de la Lengua - RAE

¿QUÉ ES POSVERDAD?



INDIGNACIÓN

Enojo, ira o enfado vehemente contra una persona o contra sus actos.



RADDVA

DOUBLE ISSUE

DECEMBER 18, 2017

Person of the Year

TIME

THE
SILENCE
BREAKERS

THE VOICES
THAT LAUNCHED
A MOVEMENT



RWDVVR

time.com





RADDVA



¿DÓNDE MOSTRAMOS ESA INDIGNACIÓN?

Argentina
Bolivia
Brasil
Colombia
Costa
Chile
Ecuador
El
Guatemala
Honduras
México
Nicaragua
Panamá
Paraguay
Perú
Uruguay
Venezuela
Latinoamérica

Fuente: Latinobarómetro 2017

¿DÓNDE MOSTRAMOS ESA INDIGNACIÓN?



≠

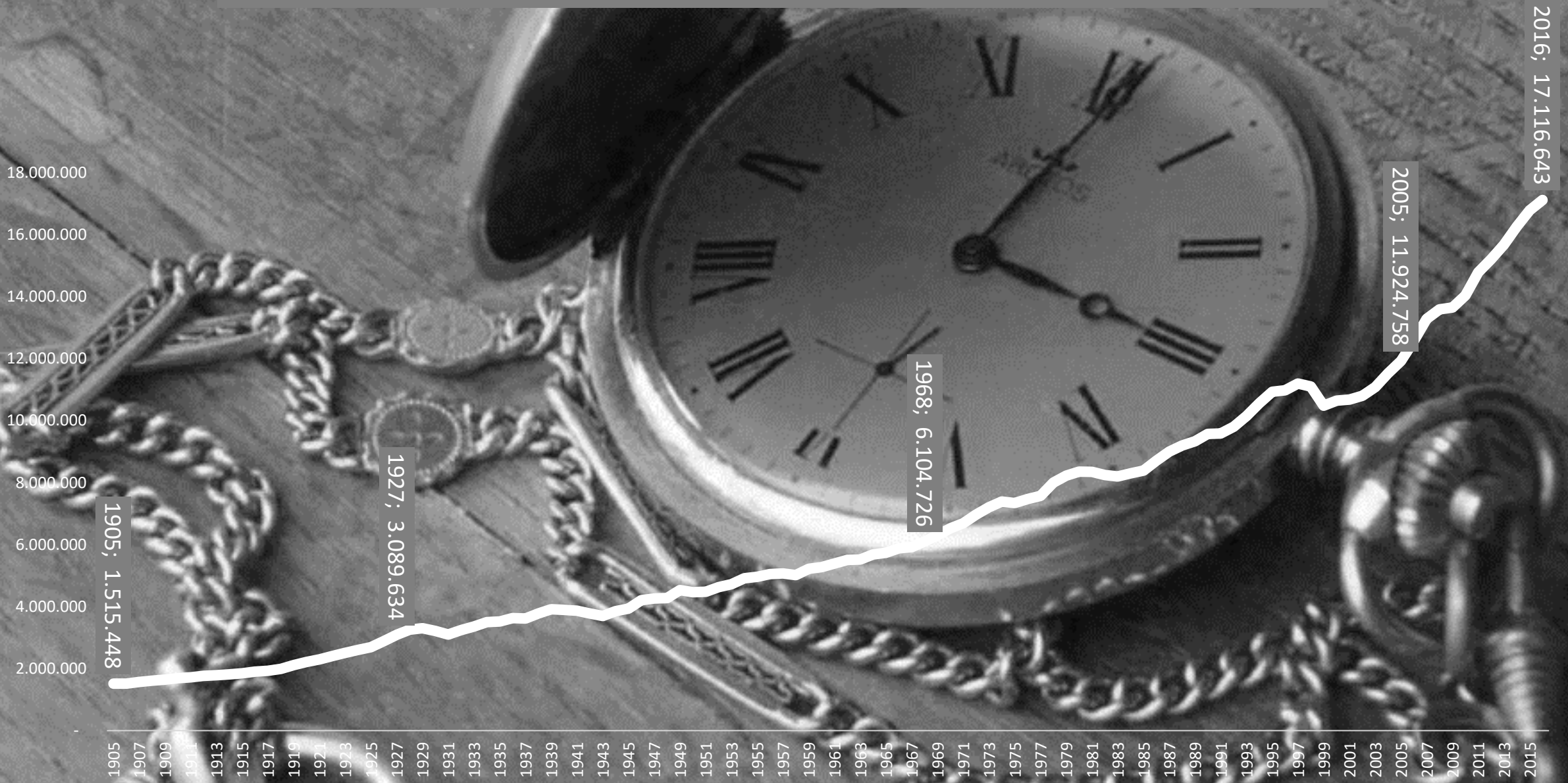
RADDVA



**RAPPI
WASE
UBER**

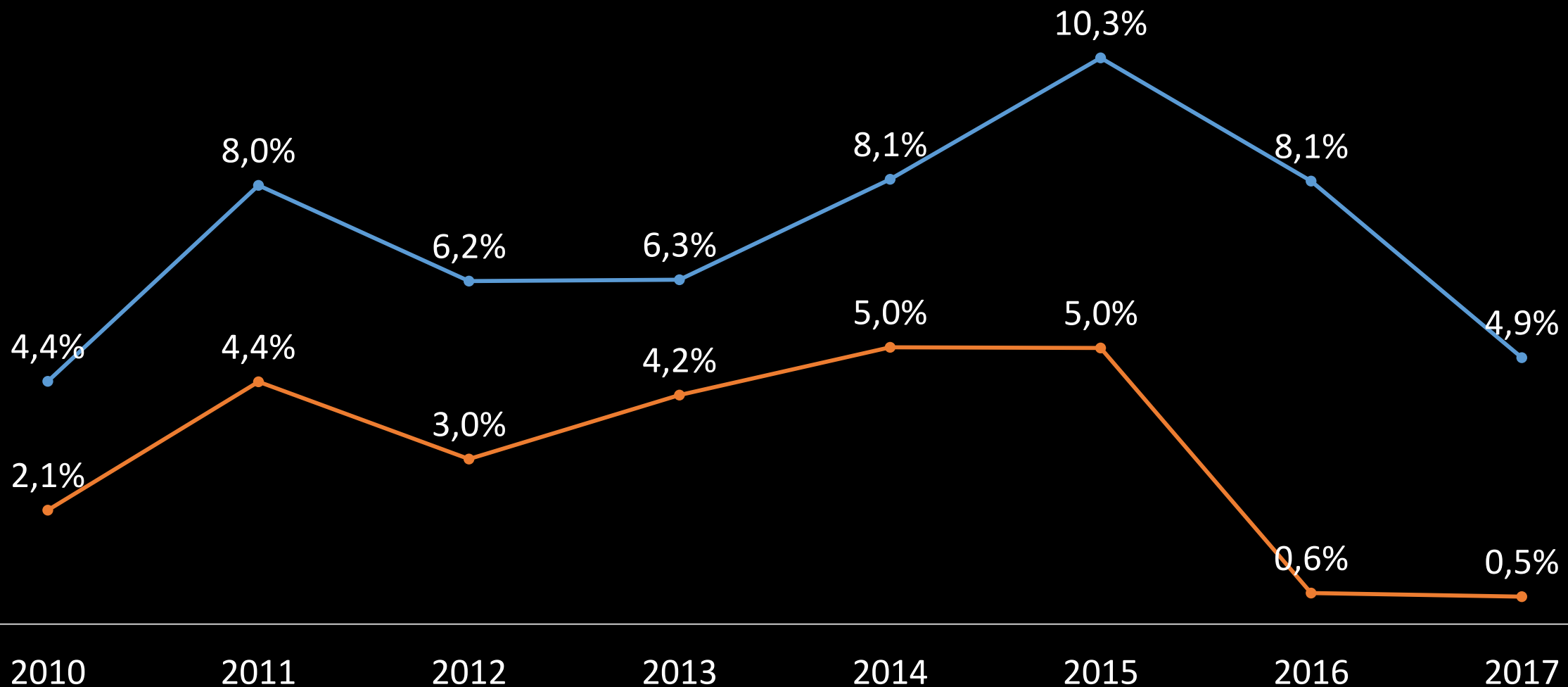
RADDV

INGRESO PER CÁPITA REAL COMPARABLE DE LOS COLOMBIANOS DESDE 1905 EN PESOS DE 2016



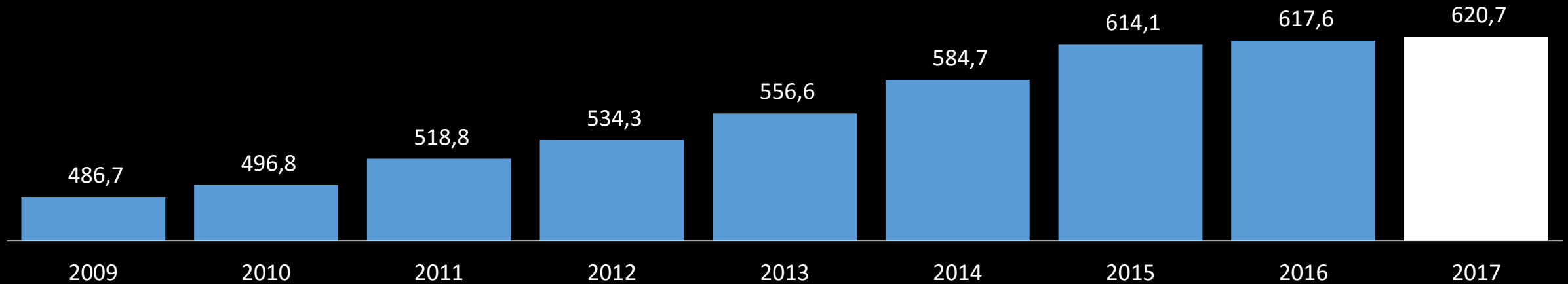
¿CUANTO CRECIÓ EL GASTO DE HOGARES EN COLOMBIA SEGÚN RADDAR?

—●— GASTO EN PESOS —●— CANTIDAD DE COSAS QUE COMPRAMOS

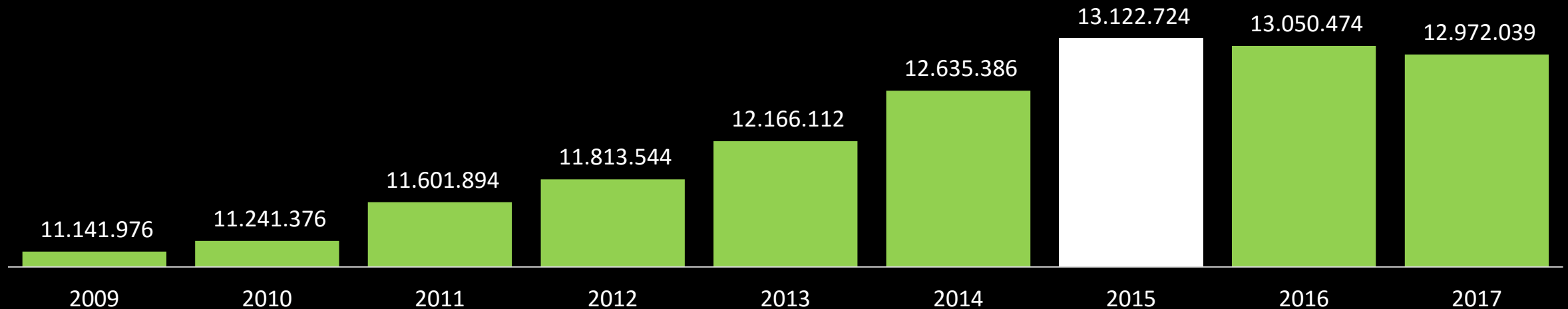


¿CÓMO FUE EL GASTO?

TAMAÑO REAL DEL GASTO DE HOGARES EN PESOS DE 2017 (EN BILLONES DE PESOS)

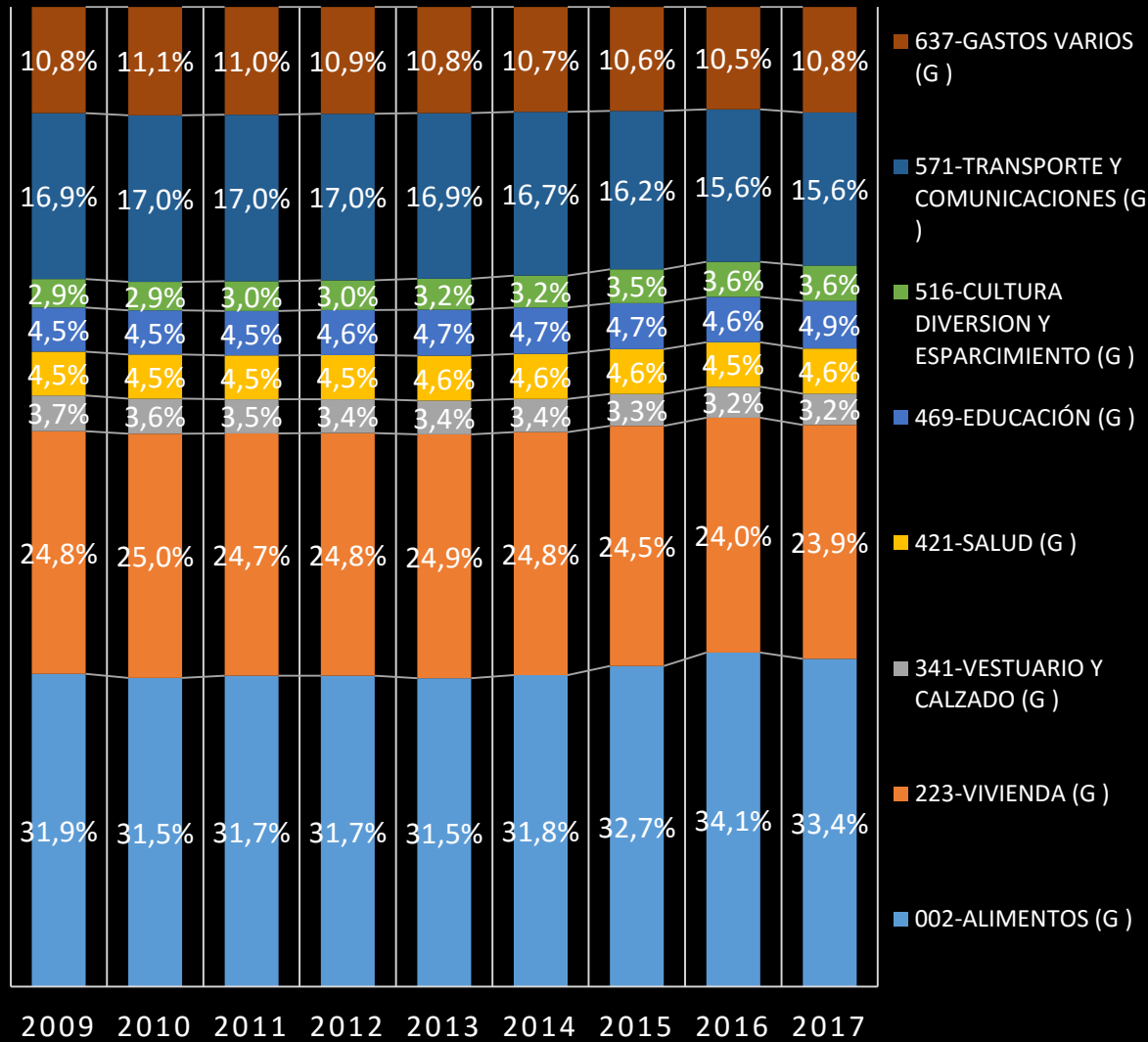


GASTO PER CAPITA REAL EN PESOS DE 2017

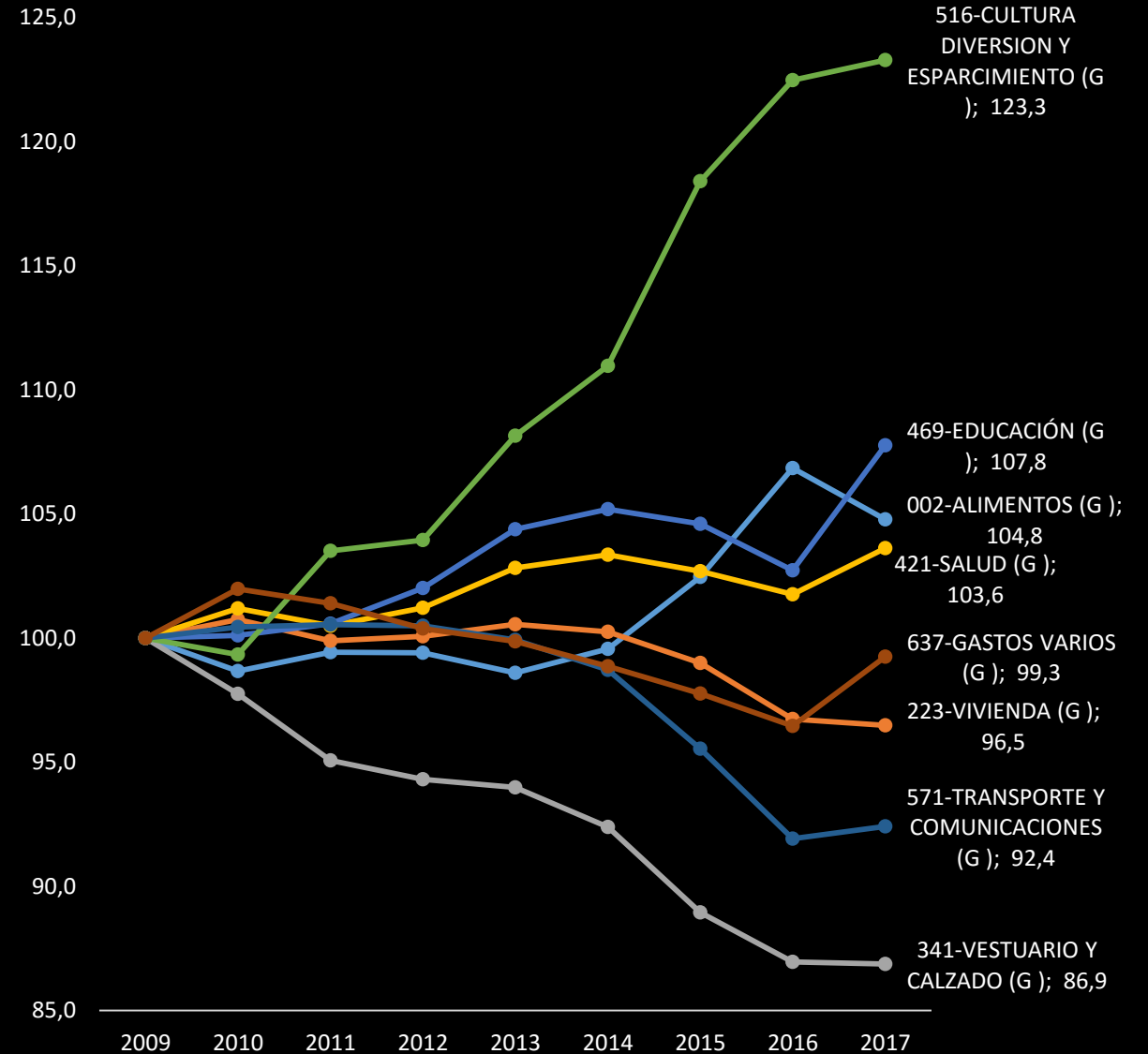


¿QUÉ ENCONTRAMOS?

POCKETSHARE DE LOS COLOMBIANOS EN PESOS



INDICE DE POKTSHARE EN PESOS



A person in silhouette, wearing a dark coat and boots, walks across a wet, reflective street. They are holding a bright red umbrella. The background is a dark, rainy street with a circular manhole cover visible. The overall mood is somber and reflective.

YA PASÓ LA
TORMENTA.....



... EL COMPRADOR
ESTA MOJADO ...

A close-up photograph of a woman with dark hair, looking unwell. She has a white tissue pressed against her mouth and nose, and her eyes are closed in discomfort. She is wearing a grey cardigan over a dark blue top. In the foreground, a clear glass filled with water is visible. The background is softly blurred, showing what appears to be a window with greenery outside.

...EL CONSUMIDOR
TIENE GRIPA...



... Y TODO ESTA
EMBARRADO...



PASAMOS DE SER
SHOPPERS PREMIUM...

RADDVA



...A BUSCADORES DE
PRECIOS BAJOS.

GASTO PER CÁPITA REAL EN PESO DE SEPTIEMBRE DE 2017



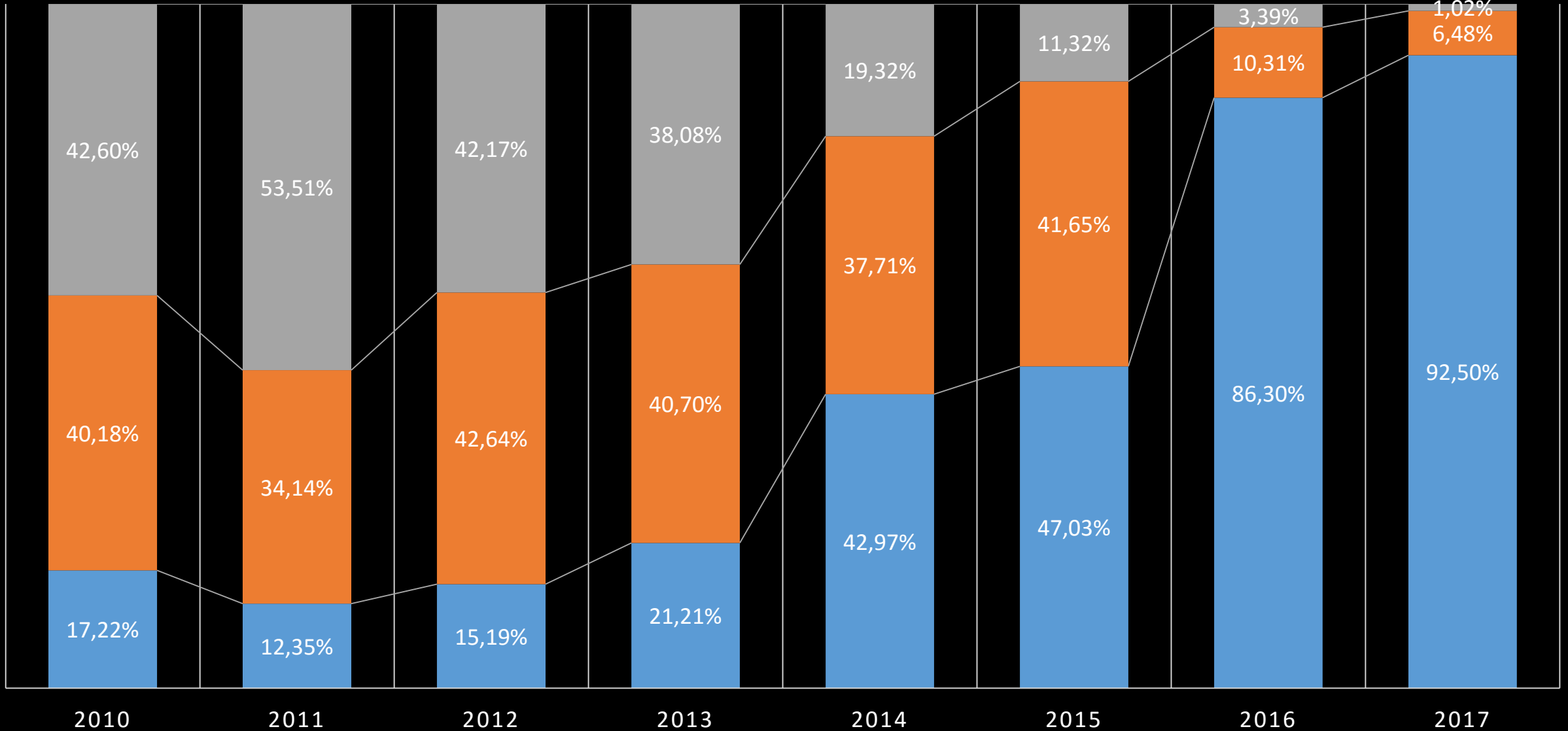
PASAMOS DE UN PROCESO DE PREMIUNIZACIÓN, A UNO DE COMODITIZACIÓN



UN NUEVO TIPO DE CONSUMIDOR
CONSUMIDOR CONFORMISTA
COMPRADOR CONVENIENTE
UN NUEVO TIPO DE COMPRADOR

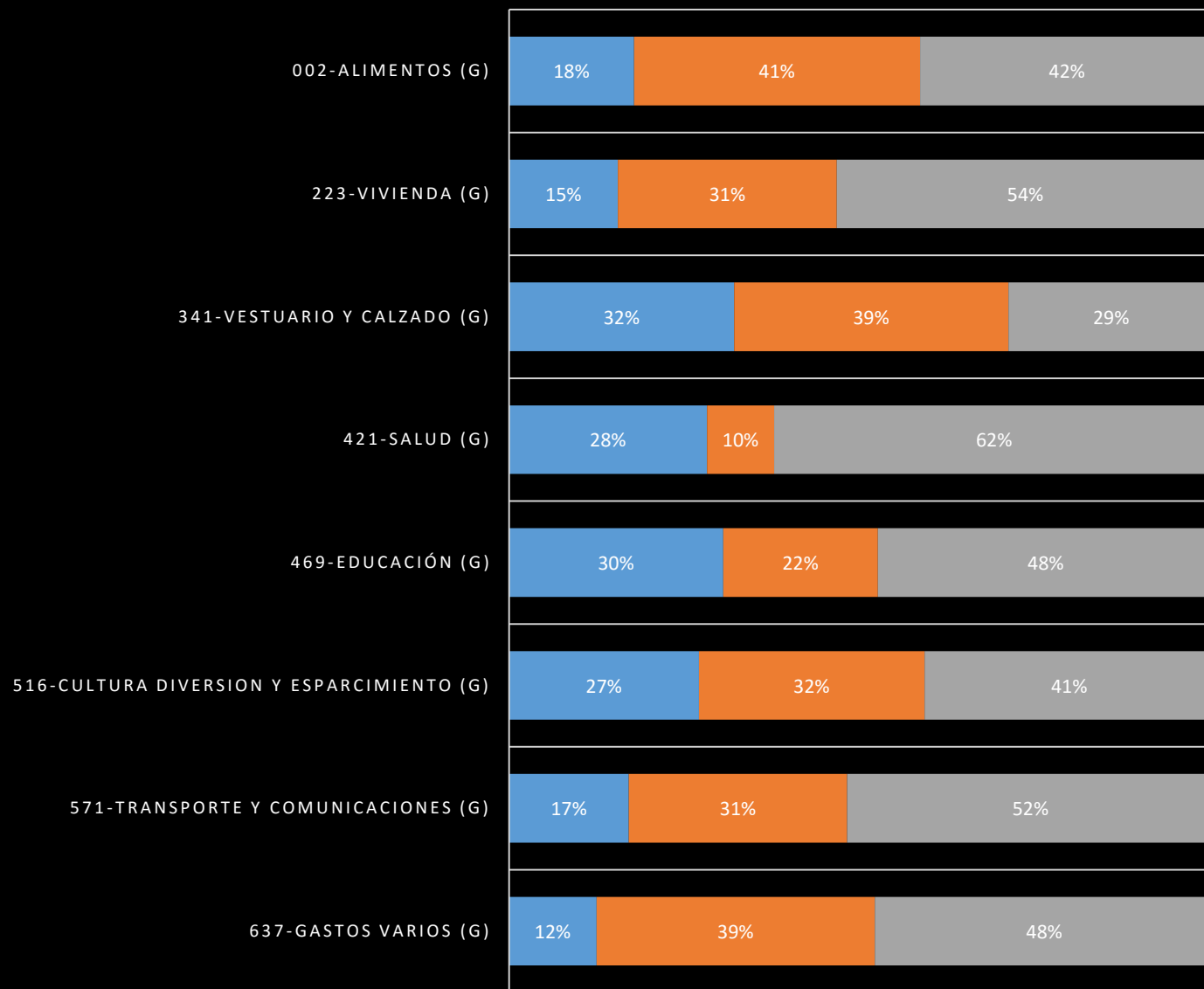
MINDSETS DE COMPRADOR EN COLOMBIA

■ 1. CAZADOR DE PROMOCIONES ■ 2. CAZADOR DE OPORTUNIDAD ■ 3. CAZADOR DE VALOR



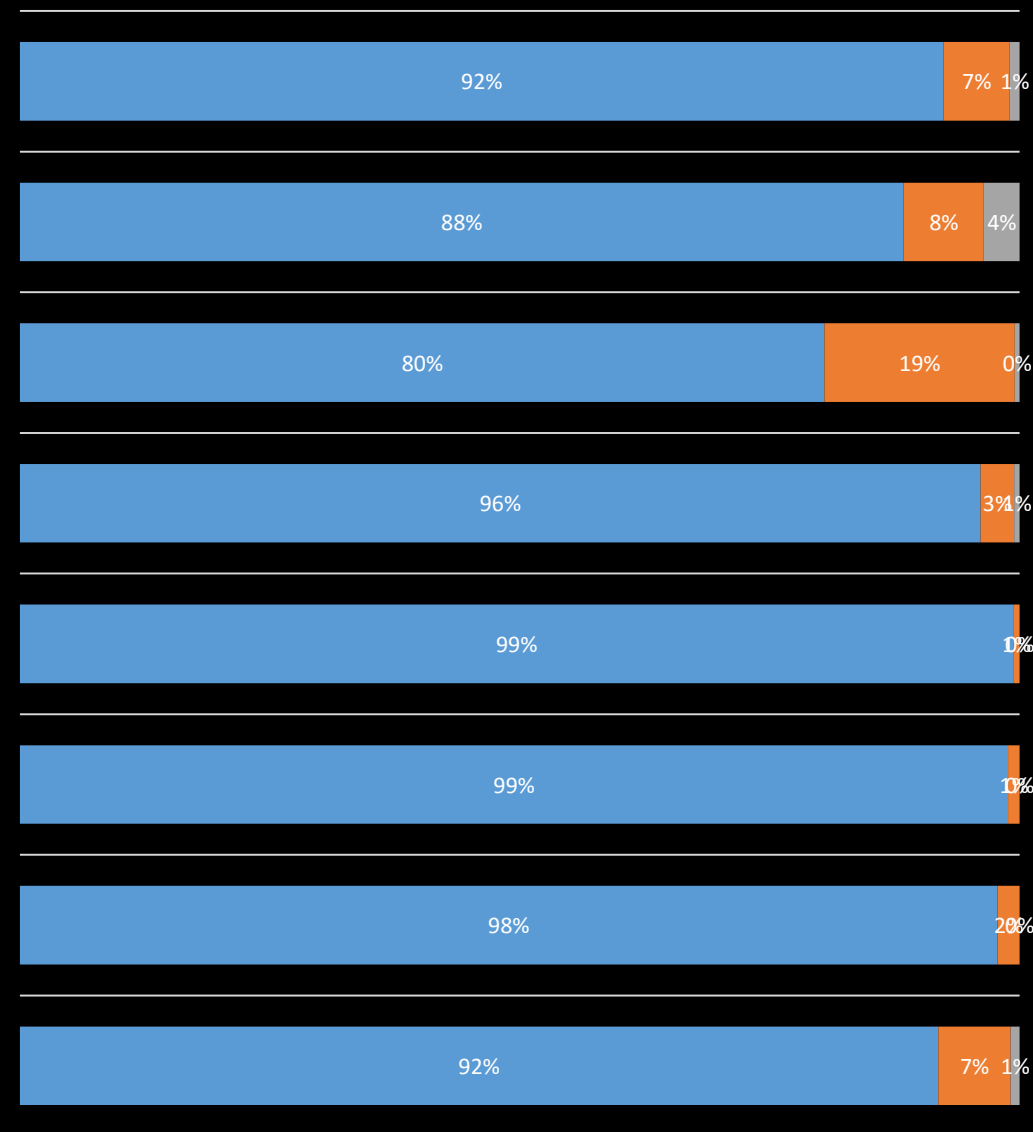
TIPOS DE COMPRADOR EN 2010

■ 1. CAZADOR DE PROMOCIONES ■ 2. CAZADOR DE OPORTUNIDAD ■ 3. CAZADOR DE VALOR



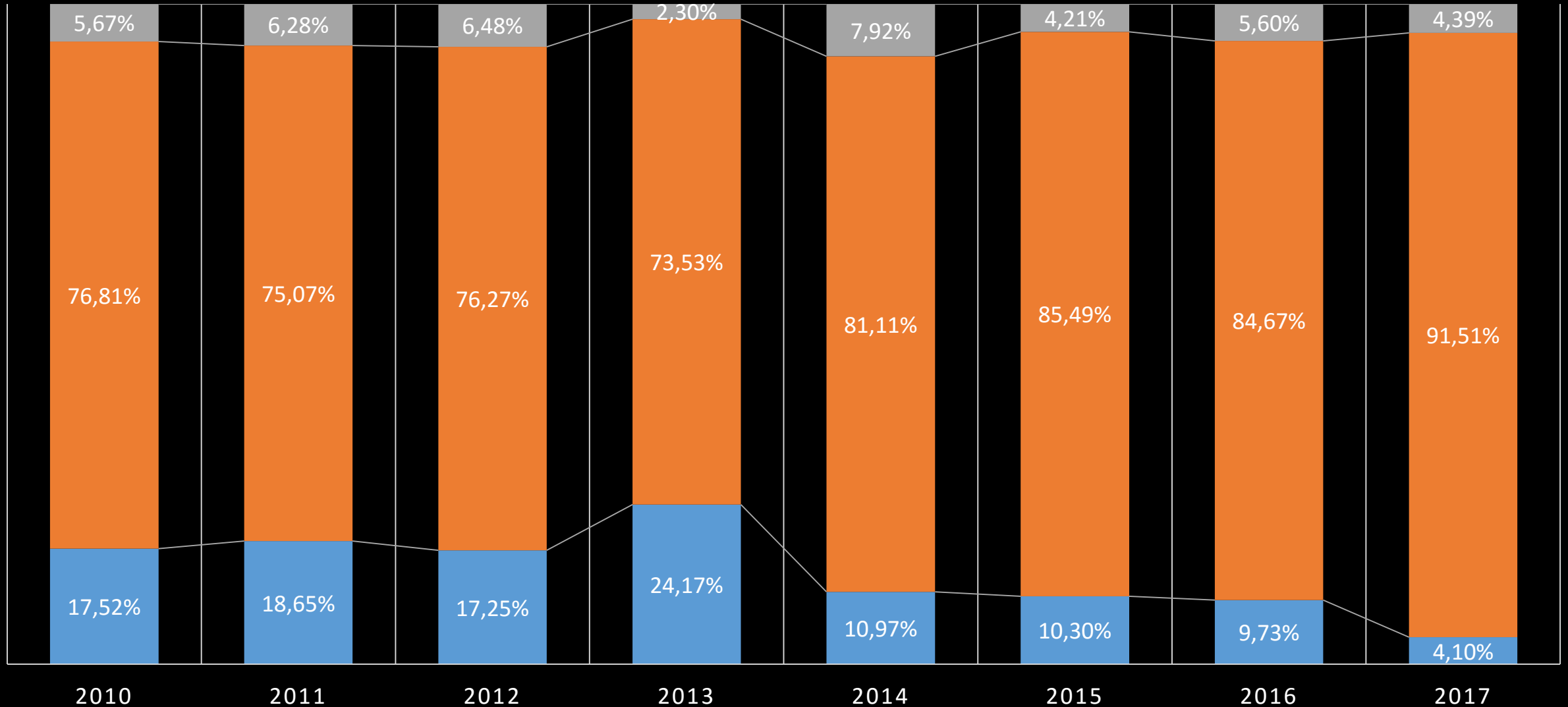
TIPOS DE COMPRADOR EN 2017

■ 1. CAZADOR DE PROMOCIONES ■ 2. CAZADOR DE OPORTUNIDAD ■ 3. CAZADOR DE VALOR



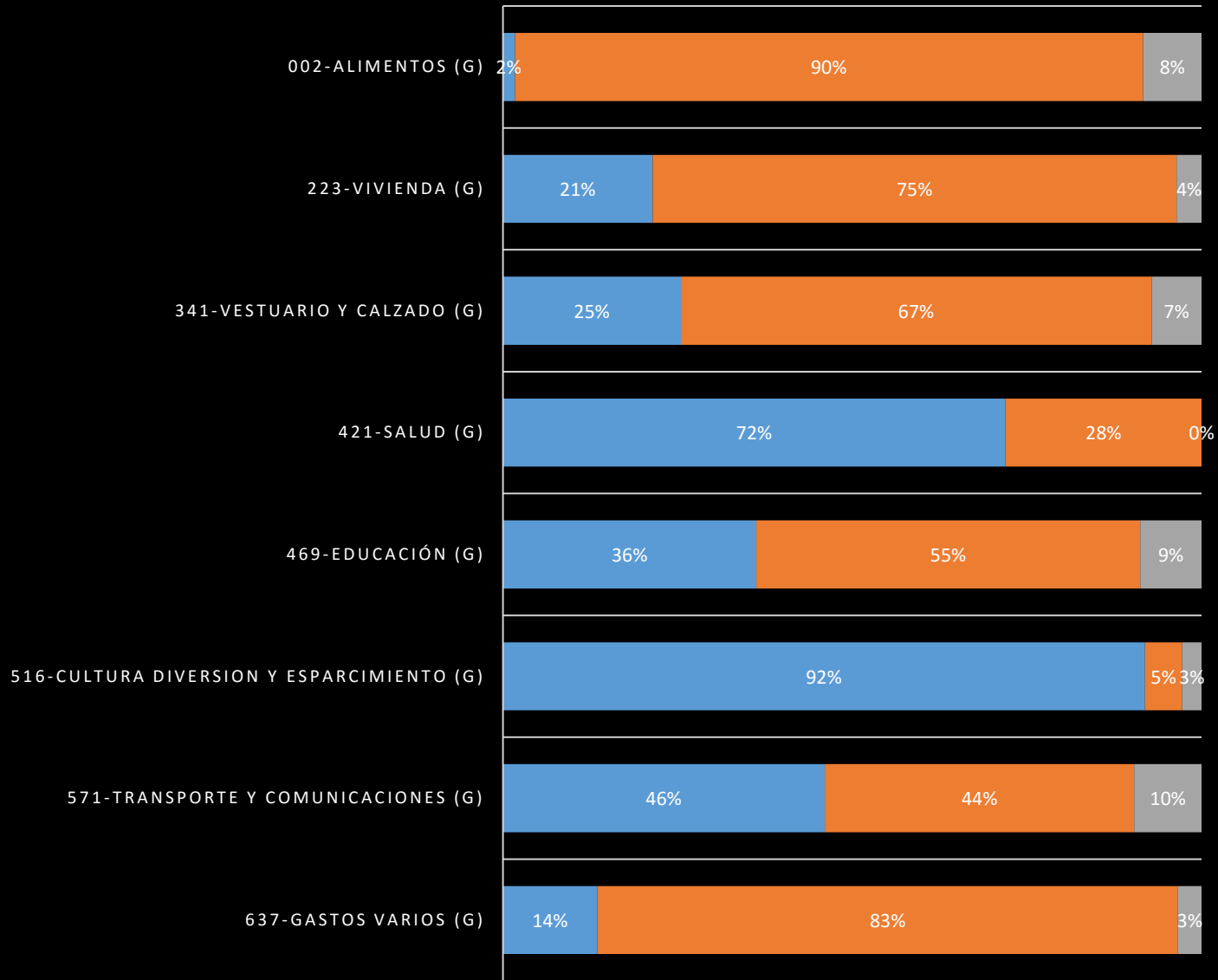
MINDSETS DE CONSUMIDOR EN COLOMBIA

■ 1. BUSCADOR DE EXPERIENCIAS ■ 2. BUSCADOR DE TIEMPO ■ 3. BUSCADOR DE BIENESTAR



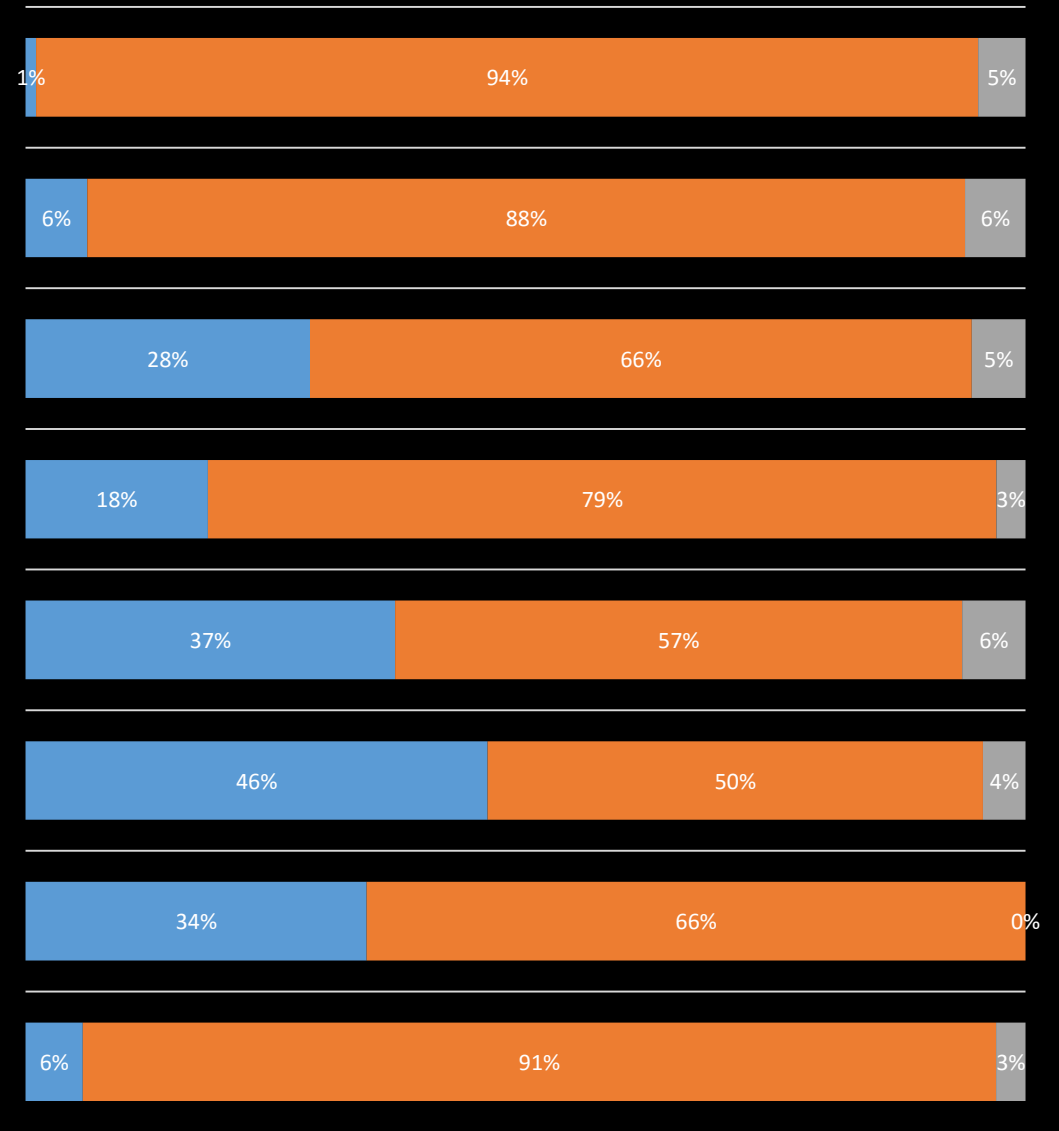
TIPOS DE CONSUMIDOR DE 2010

1. BUSCADOR DE EXPERIENCIAS 2. BUSCADOR DE TIEMPO 3. BUSCADOR DE BIENESTAR



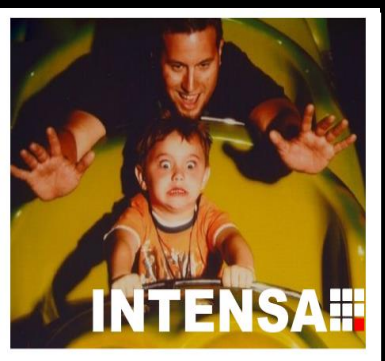
TIPOS DE CONSUMIDOR EN 2017

1. BUSCADOR DE EXPERIENCIAS 2. BUSCADOR DE TIEMPO 3. BUSCADOR DE BIENESTAR



PERSONALIDADES

Consumidor ← Aprendiz → Experto



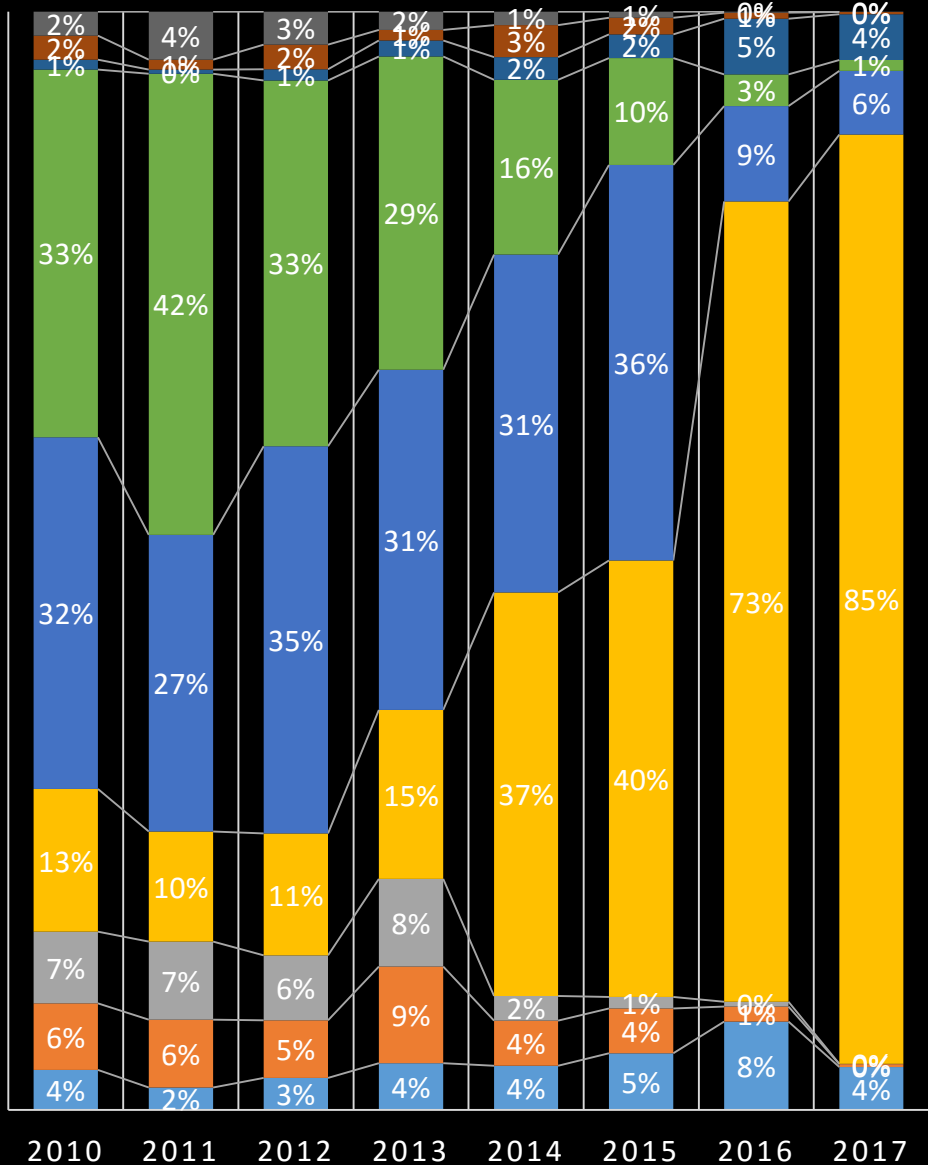
Precio → Valor

Comprador

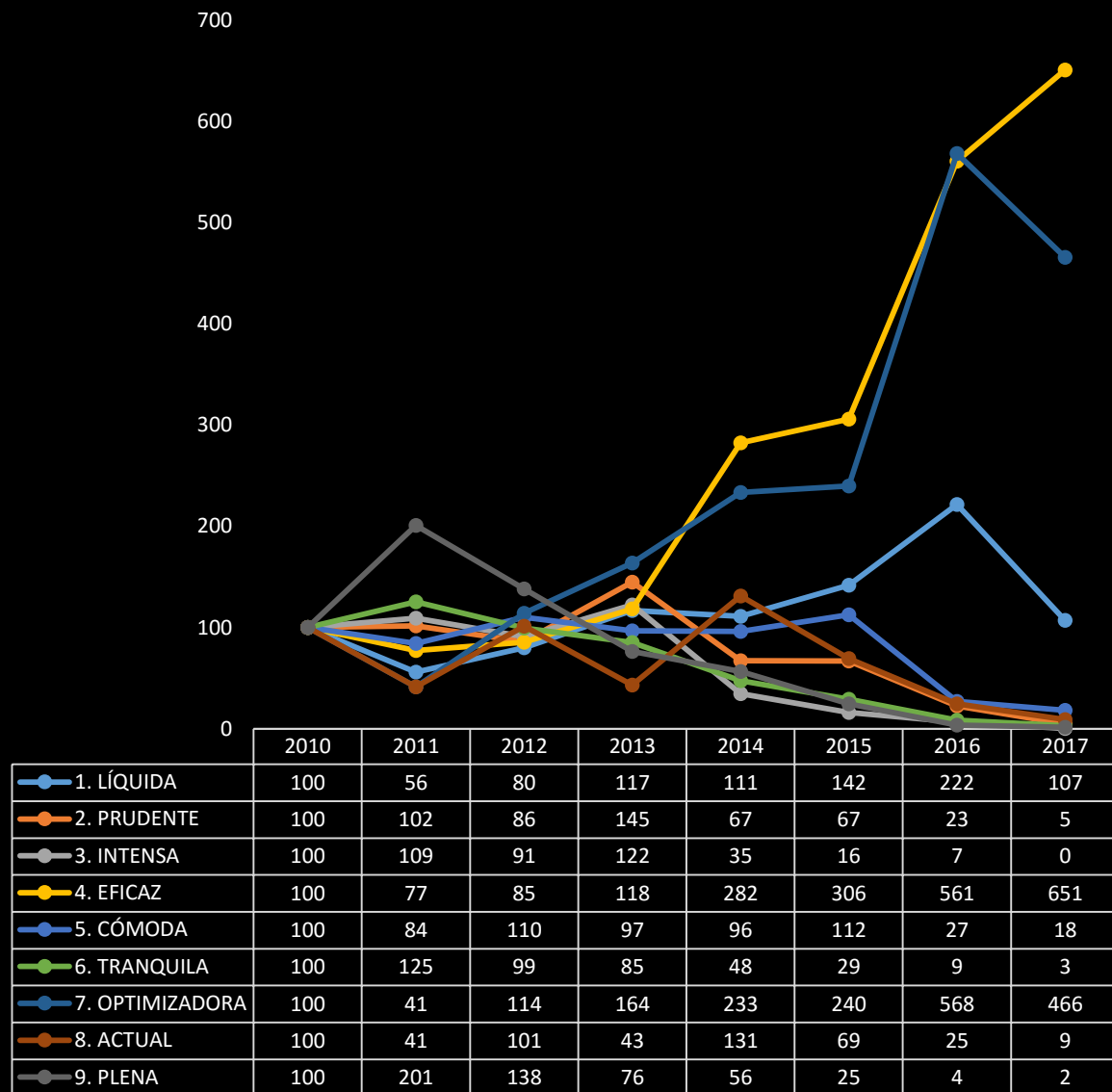
RADDVA

segmentación

TIPOS DE PERSONALIDADES EN COLOMBIA



DINÁMICA DE CAMBIOS EN EL MERCADO POR PERSONALIDADES DE CONSUMIDOR



**SON AQUELLOS BIENES Y SERVICIOS
QUE INSERTAN UN CONTENIDO
CULTURAL EN SU LÍNEA DE
PRODUCCIÓN Y SON CONSUMIDOS
COMO PRODUCTOS CULTURALES.
UNESCO**

**INDUSTRIAS DEL ENTRETENIMIENTO
ENTERTAINMENT INDUSTRIES**

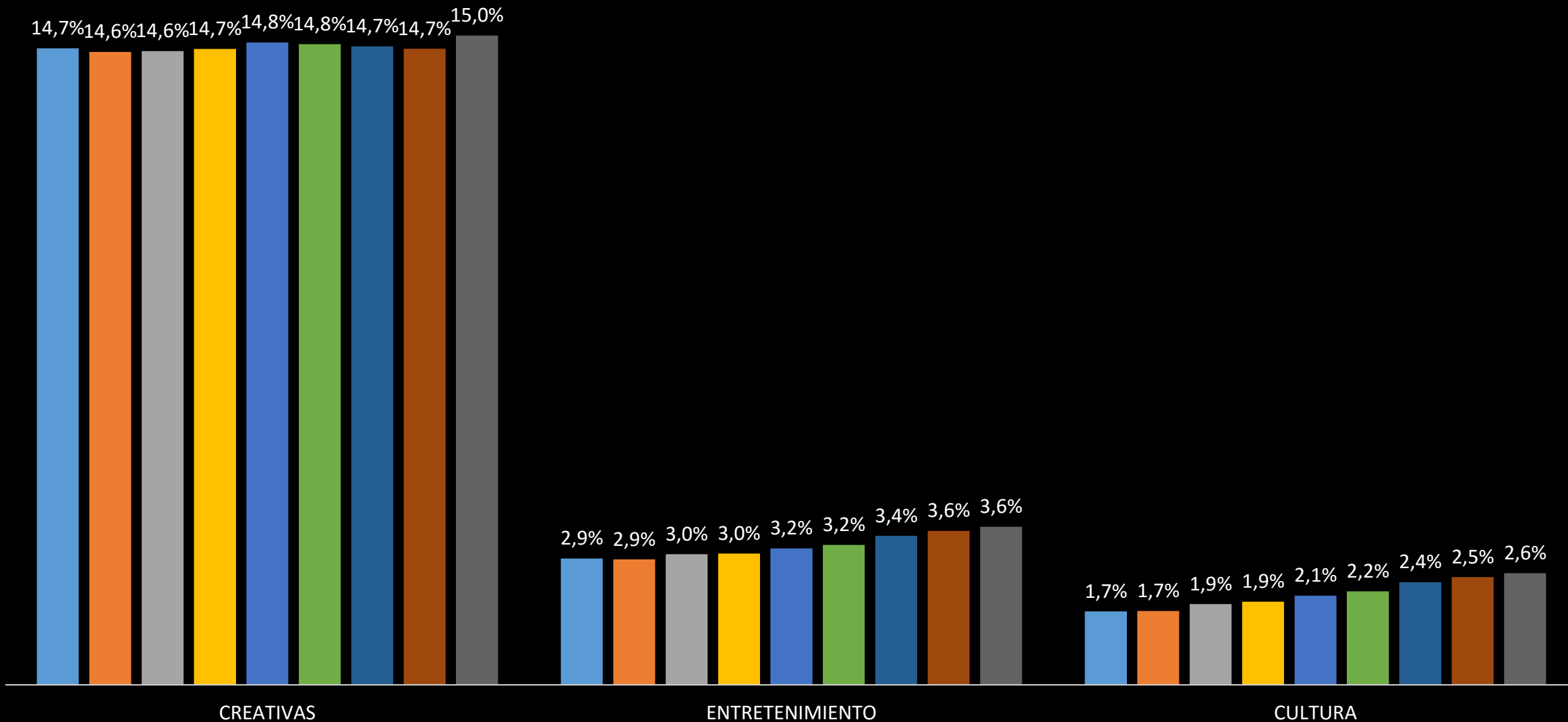
**INDUSTRIAS CULTURALES
CULTURE INDUSTRIES**

**INDUSTRIAS CREATIVAS
CREATIVE INDUSTRIES**

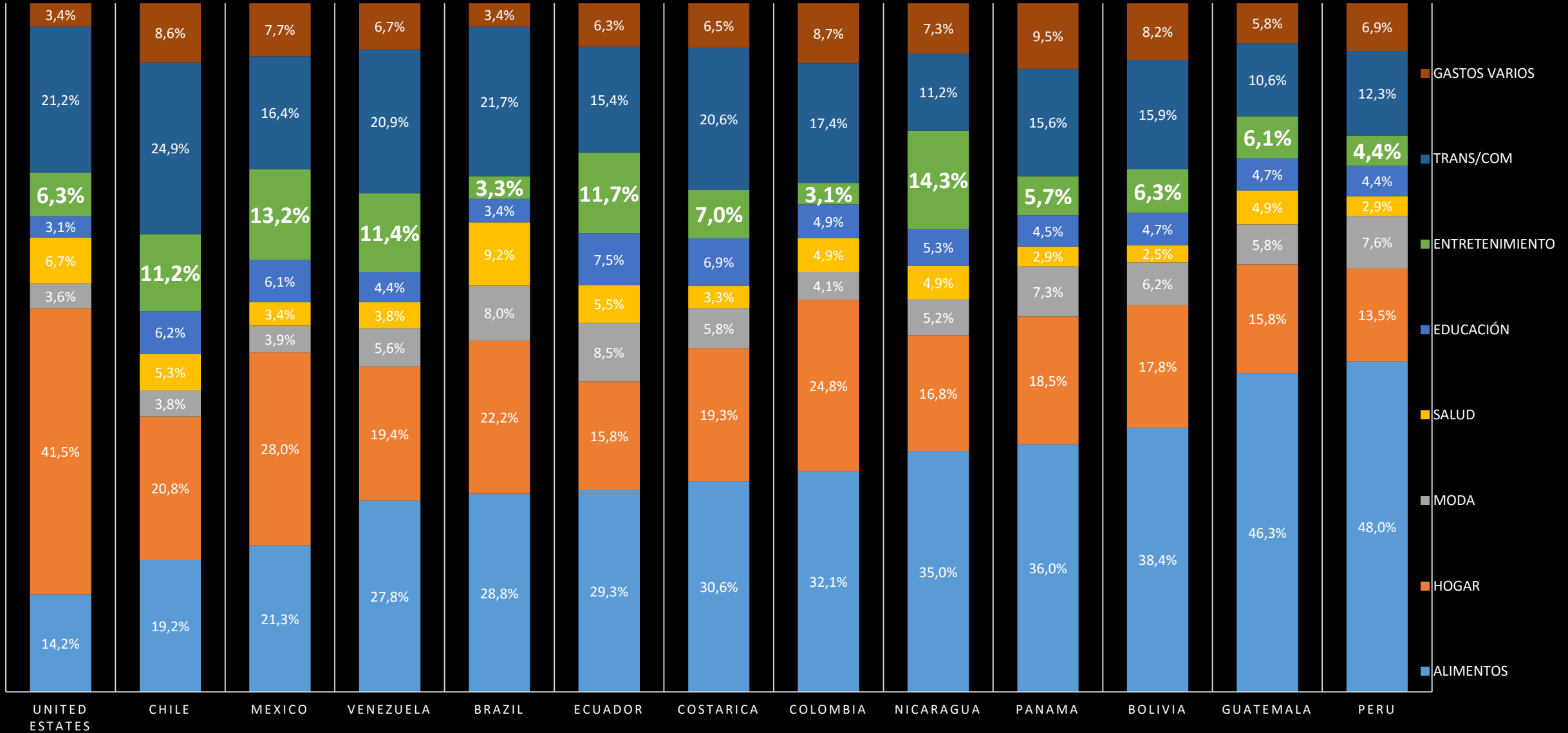


PARTICIPACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL GASTO DE LOS HOGARES EN COLOMBIA

■ 2009 ■ 2010 ■ 2011 ■ 2012 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017

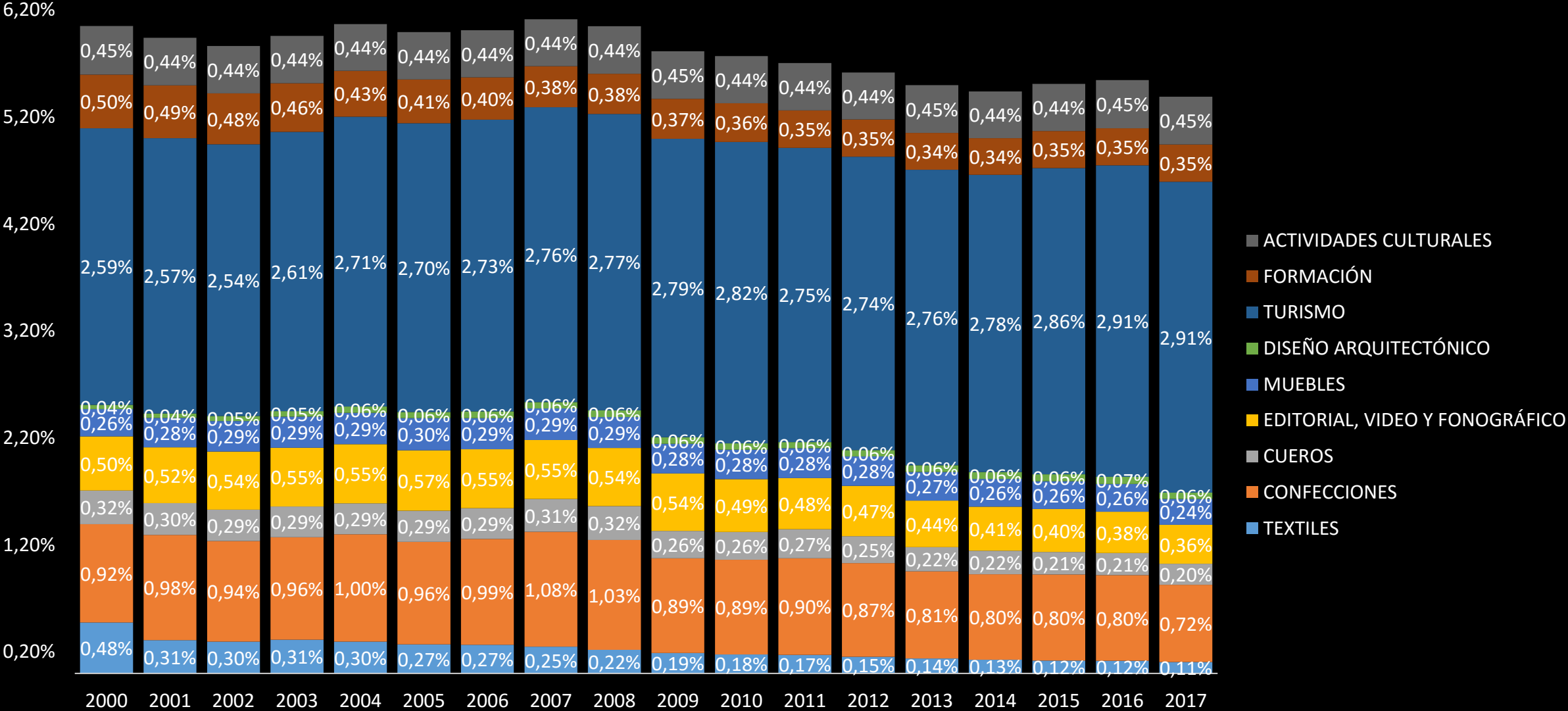


POCKETSHARE: ESTRUCTURA DEL GASTO DE LOS HOGARES EN AMÉRICA



Fuente: RADDAR Consumer Knowledge Group

CUENTA SATELITAL DE INDUSTRIAS CREATIVAS-COLOMBIA



EL MERCADO DE LA INDUSTRIAS CREATIVAS EN COLOMBIA COMO PORCENTAJE DEL PIB





REVOLUCIÓN COMERCIAL...



REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

PRODUCTIVIDAD



REVOLUCIÓN INDUSTRIAL TECNOLOGÍA



REVOLUCIÓN INDUSTRIAL
HIPERPRODUCCIÓN

RADVA



REVOLUCION INDUSTRIAL ROBOTIZACION



¿QUÉ VIENE?

RADDVA

amazon.com

BOOKS MUSIC

MOVIES CAFE

online off

RADDVA



SELF CHECKOUT

RADDVA



NESTLÉ® abre las puertas de la

Casa & Mercado DEL BIENESTAR



Brandstores

Ali  xpress

liderprice@



**CAMBIO DE
PARADIGMA:
DE GO TO
MARKET**

**A GO TO
CONSUMER**

ELEFANTE

EN LA SALA

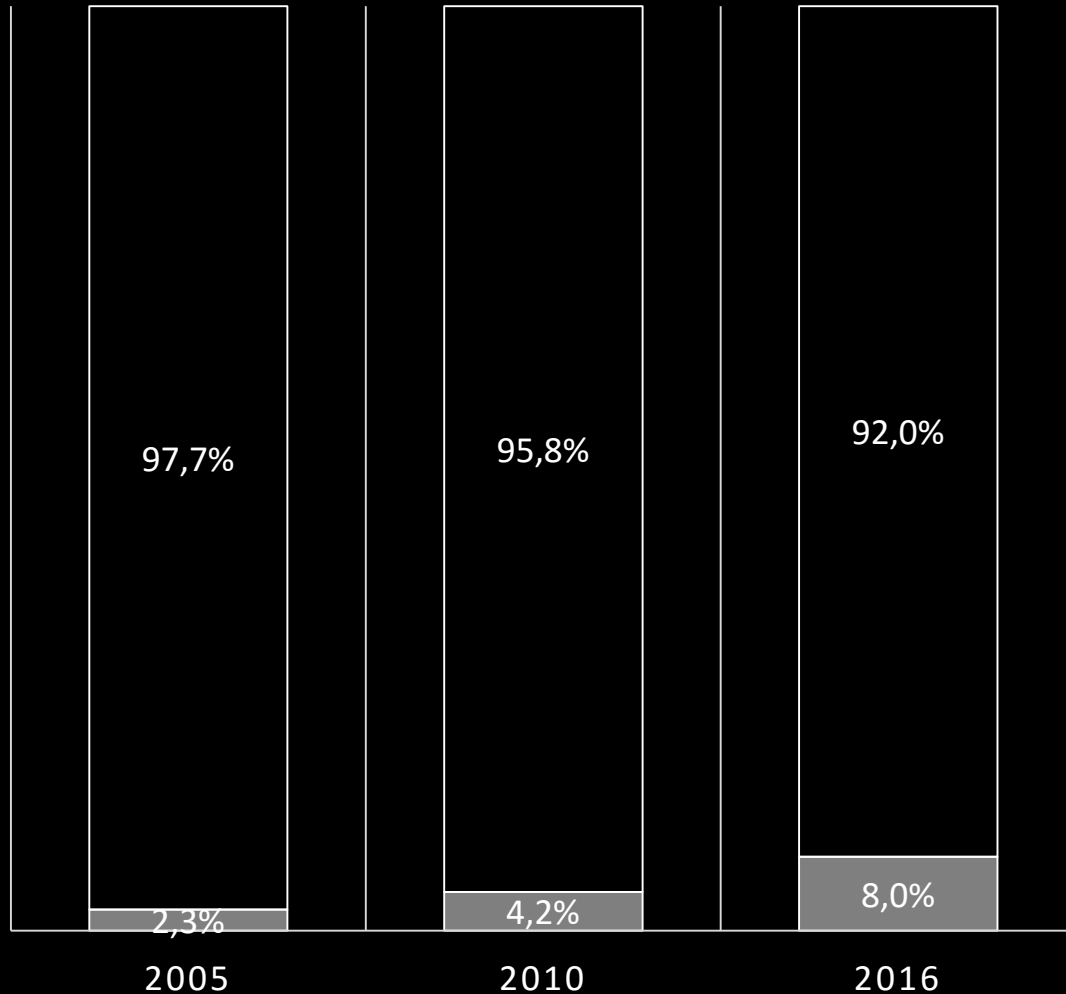
RADDVA

SEGUIRÁN

Los Point Of Sale POS ...

US COMMERCE

■ ECOMMERCE □ FCOMMERCE



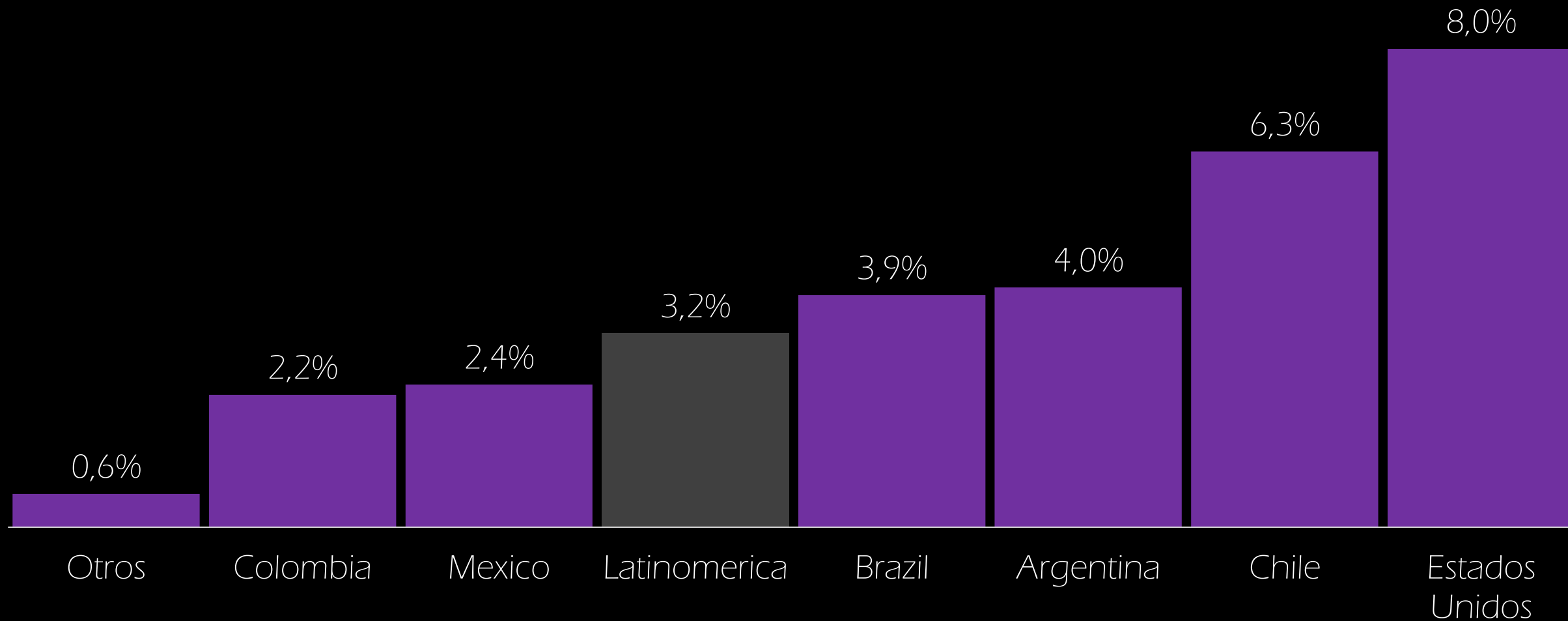
Total e-commerce sales for 2016 were estimated at \$394.9 billion, an increase of 15.1 percent ($\pm 1.8\%$) from 2015. Total retail sales in 2016 increased 2.9 percent ($\pm 0.5\%$) from 2015. E-commerce sales in 2016 accounted for 8.1 percent of total sales. E-commerce sales in 2015 accounted for 7.3 percent of total sales.

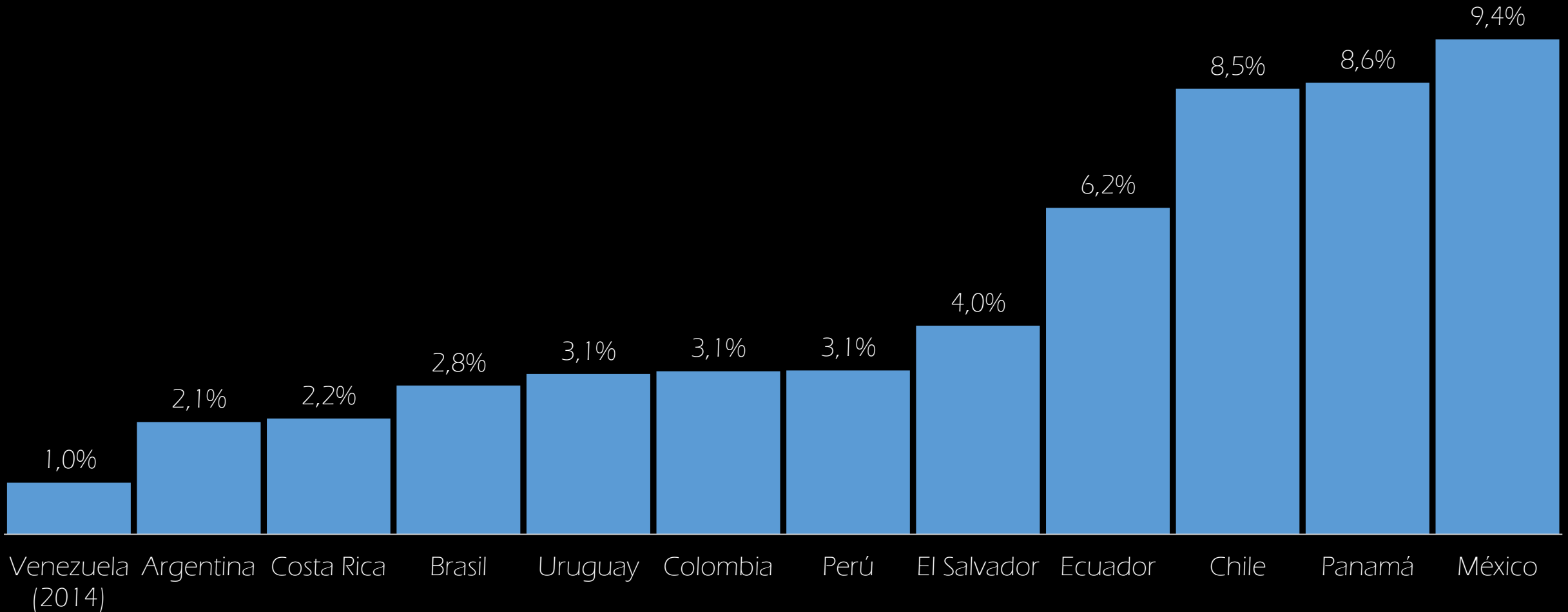
U.S. Census Bureau News

U.S. Department of Commerce • Washington, D.C. 20233

FOR IMMEDIATE RELEASE
FRIDAY, FEBRUARY 17, 2017, AT 10:00 A.M. EST

HOUSE HOLDEXPEDITURE SHARE - ECOMMERCE 2016



PARTICIPACIÓN DE LAS VENTAS DE LAS 3 PRINCIPALES CADENAS DE RETAIL
EN EL CONSUMO DE HOGARES

FÍSICO & DIGITAL





DIGITAL

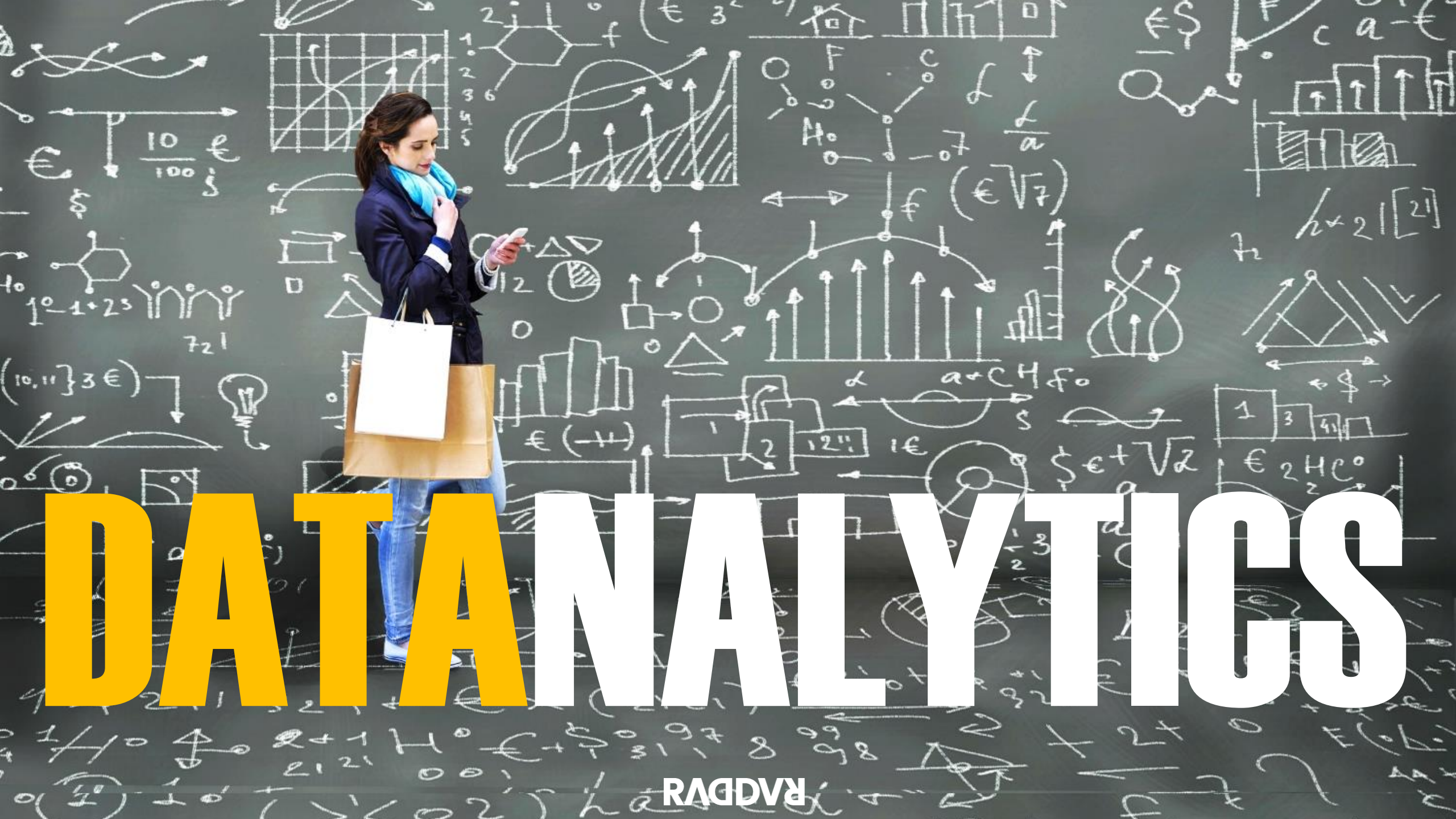


RADDVA



FÍSICO



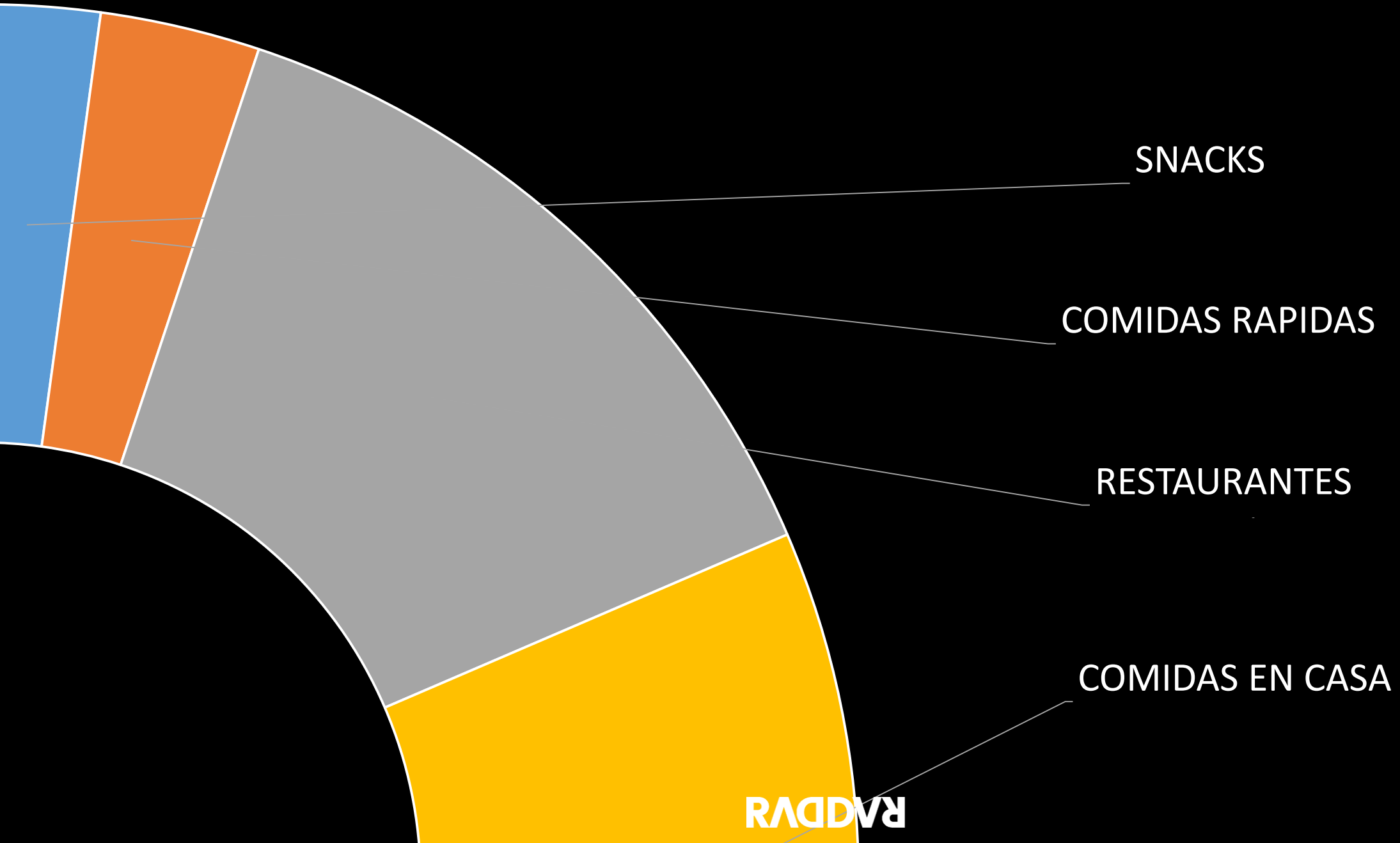


DATA ANALYTICS



RADDVA

STOMACK SHARE EN COLOMBIA 2017 EN PESOS



SNACKS

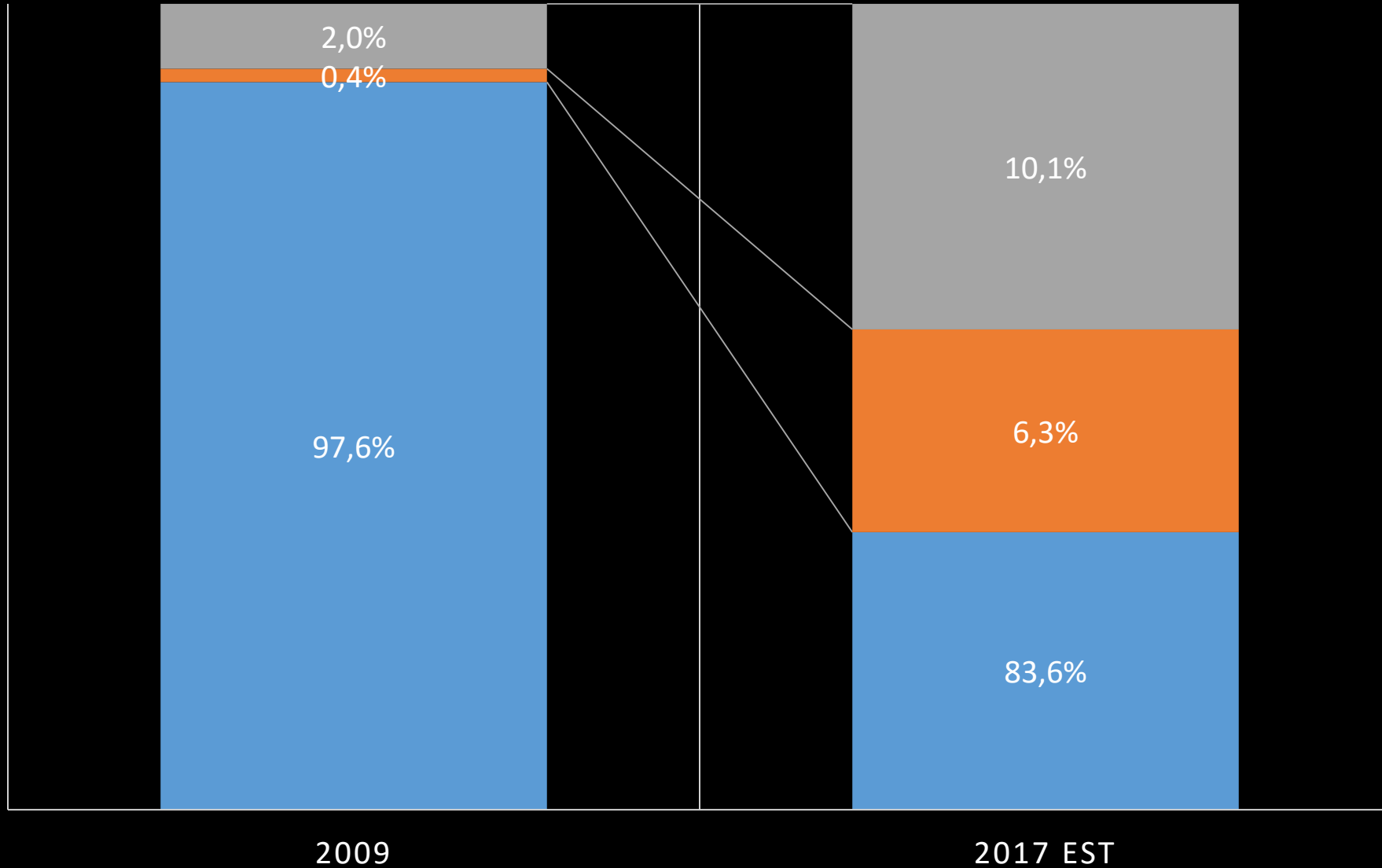
COMIDAS RAPIDAS

RESTAURANTES

COMIDAS EN CASA

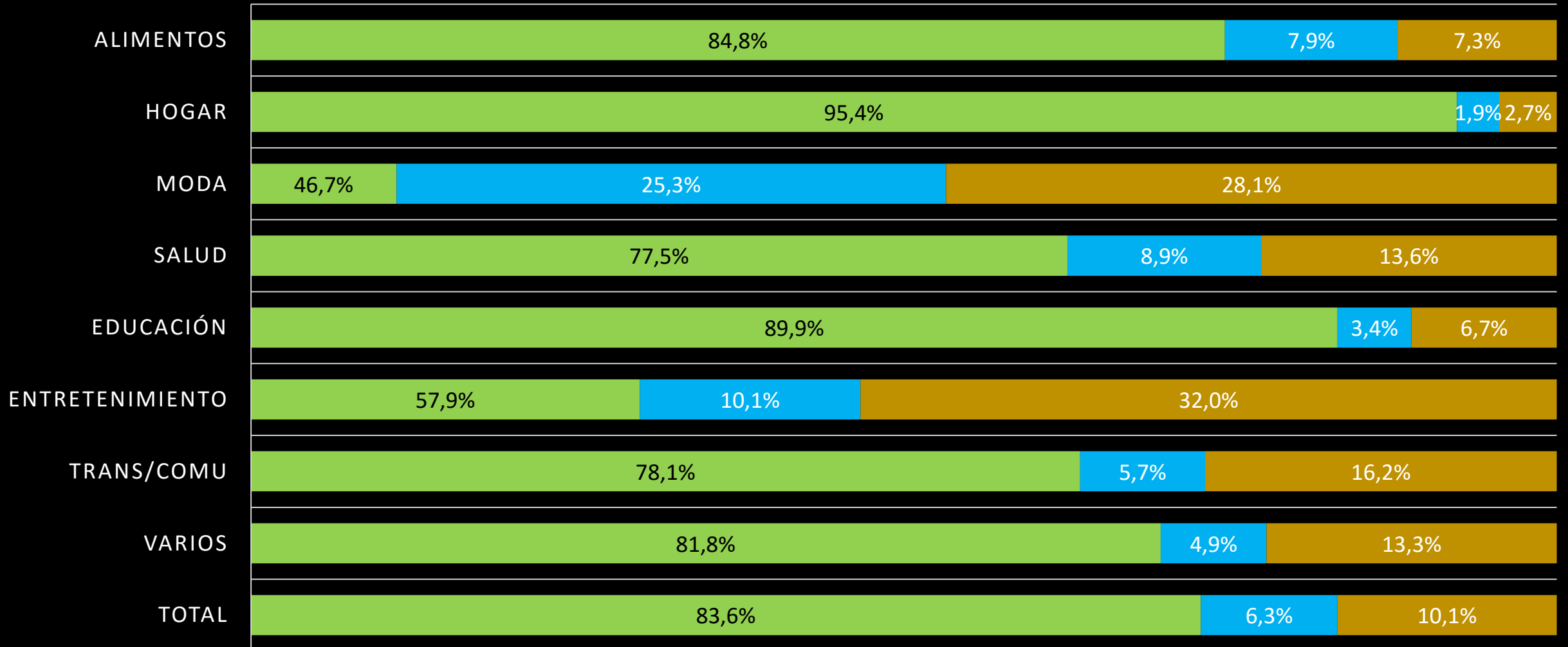
MEDIOS DE PAGOS EN EL GASTO DE HOGARES

■ Efectivo ■ Tarjetas Débito ■ Tarjetas de Crédito



ESTIMADO DE LA PARTICIPACIÓN DE MEDIOS DE PAGO EN EL GASTO LOS HOGARES EN 2017

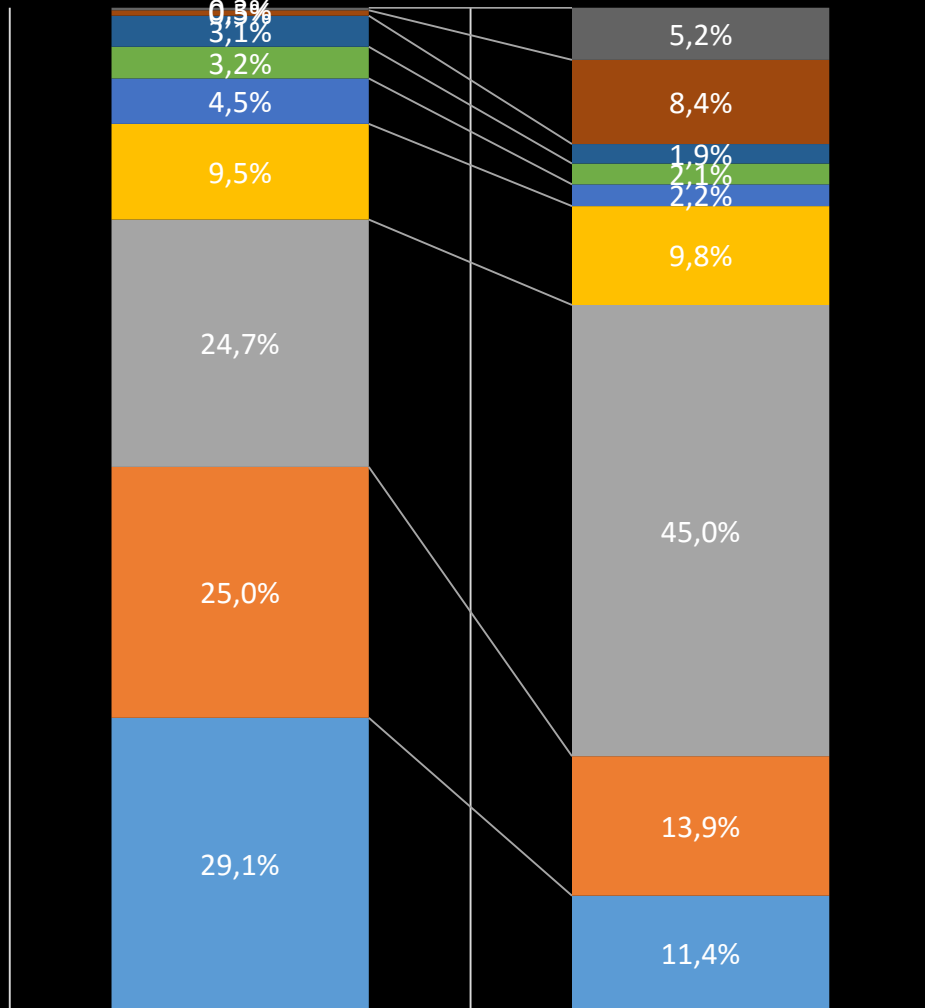
■ EFECTIVO ■ DÉBITO ■ TARJETA DE CRÉDITO



	2009	2017 est	VARIACIÓN
Cajeros Automáticos	9.760	15.291	57%
Datáfonos	128.731	381.960	197%
Tarjetas de Crédito	7.575.624	14.752.987	95%
Tarjetas Débito	15.030.756	26.396.825	76%

% DE LAS TRANSACCIONES BANCARIAS			
	2009	2017 est	VARIACIÓN
Internet	24,7%	45,0%	82%
Telefonía Móvil	0,3%	5,2%	1818%

COMPOSICIÓN DE LAS TRANSACCIONES BANCARIAS EN COLOMBIA



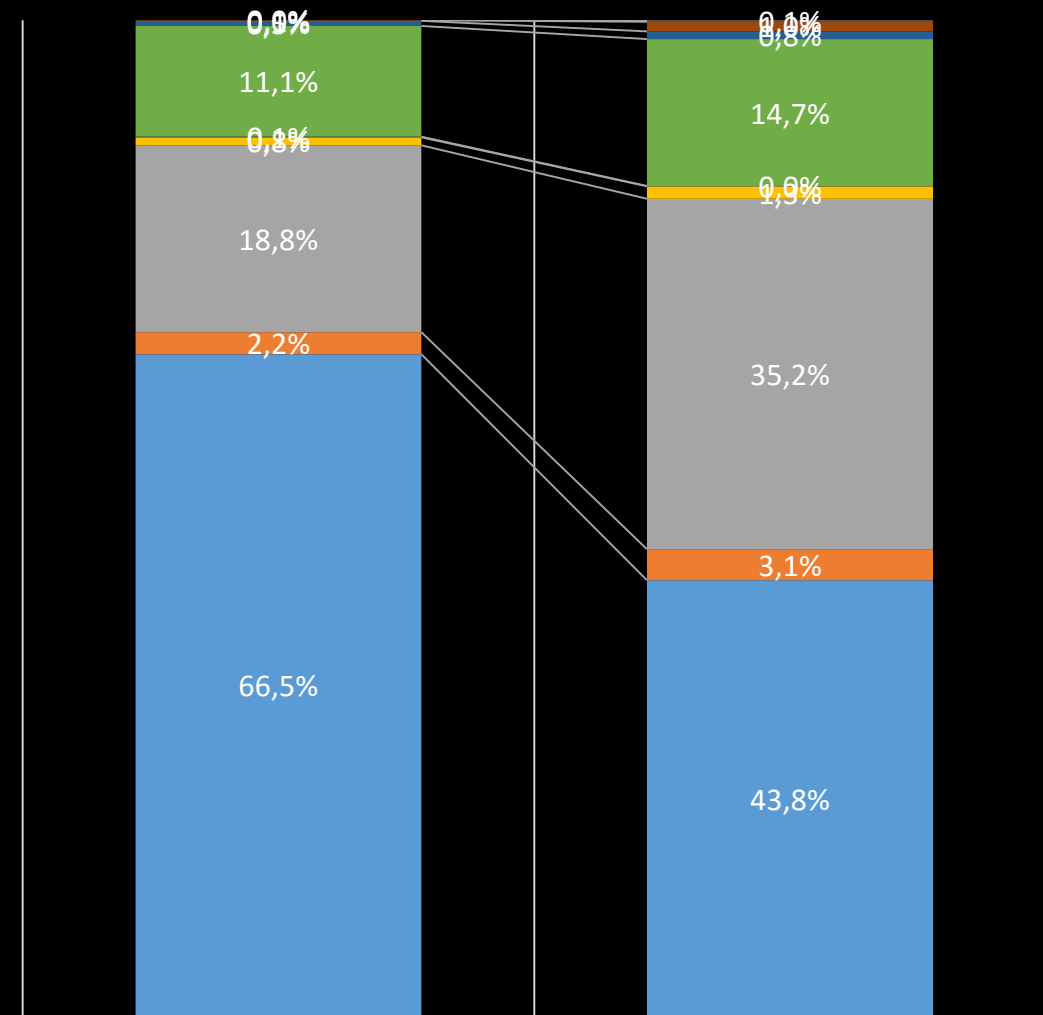
2009

2017

2.427M Tr

5.988M Tr

COMPOSICIÓN DEL MONTO DE LAS TRANSACCIONES BANCARIAS EN COLOMBIA



2009

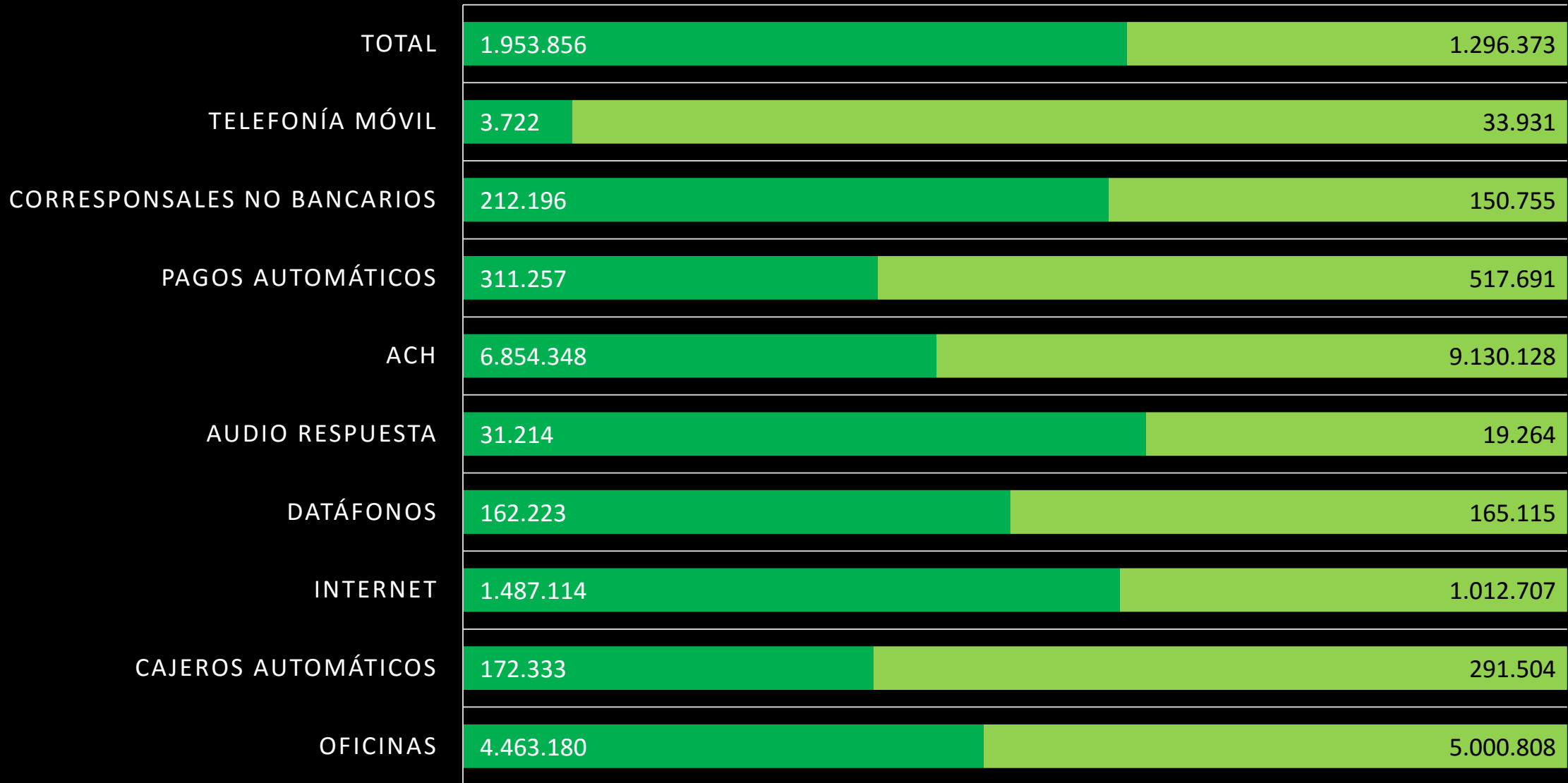
2017

\$4.741B

\$7.763B

VALOR PROMEDIO ESTIMADO DE TRANSACCIÓN BANCARIA

■ 2009 ■ 2017



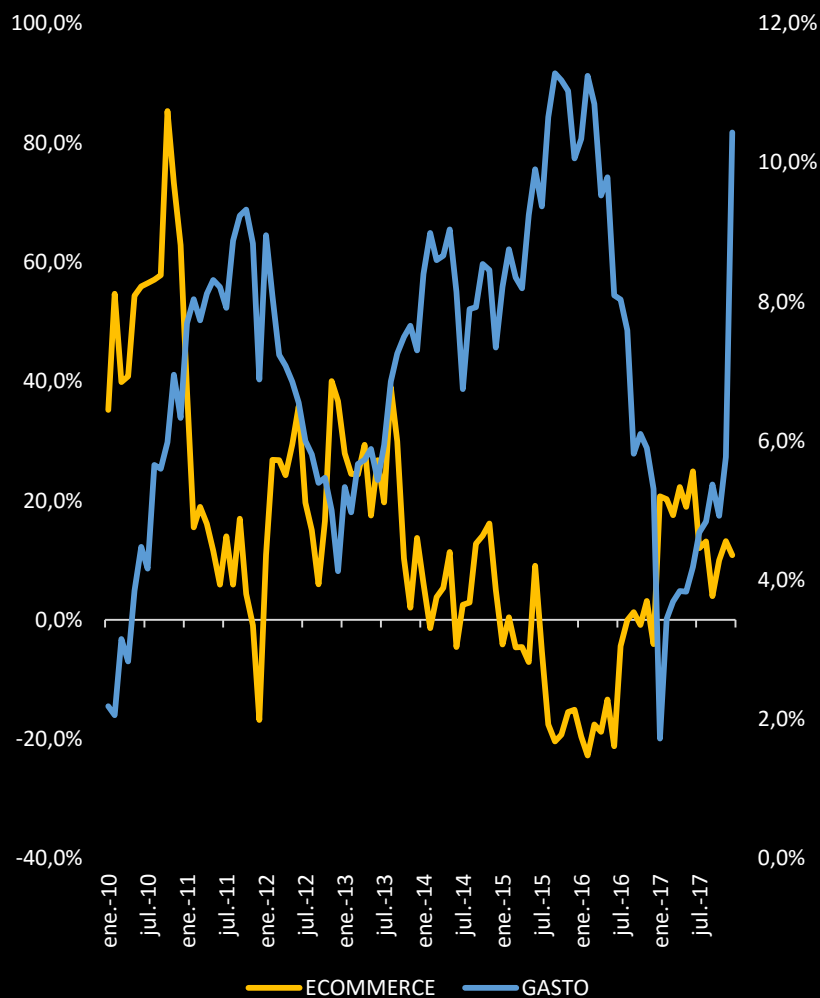
\$614

GASTO DE LOS HOGARES EN 2017

\$16,2

EGASTO DE LOS HOGARES EN 2017

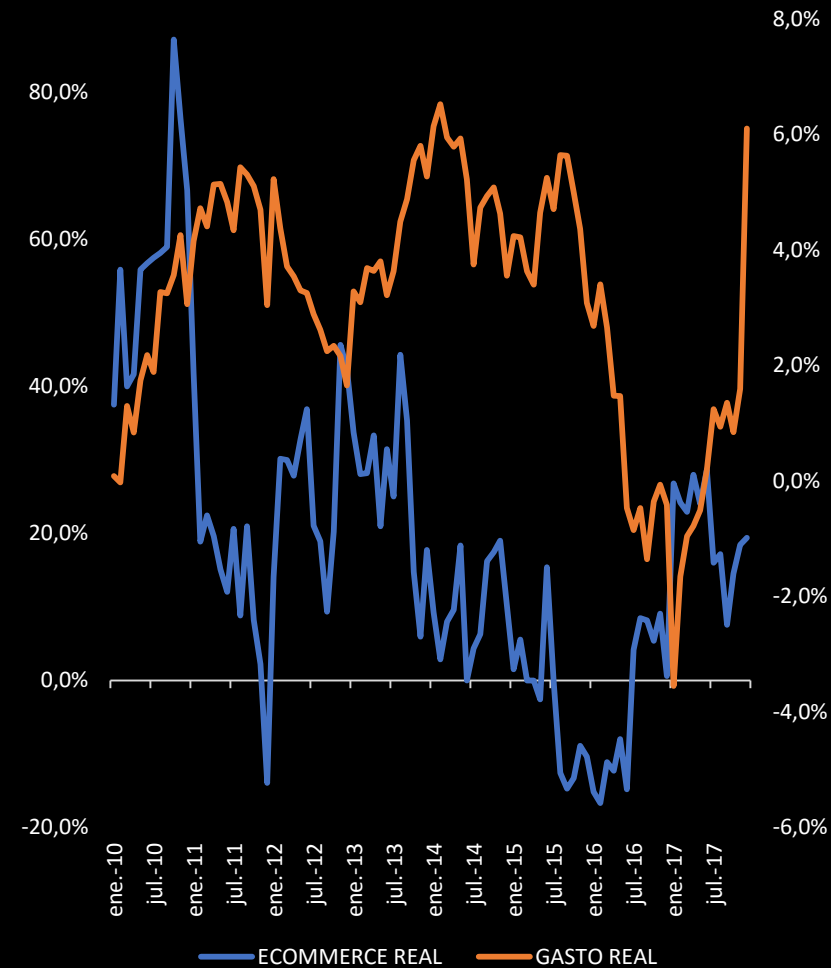
DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES



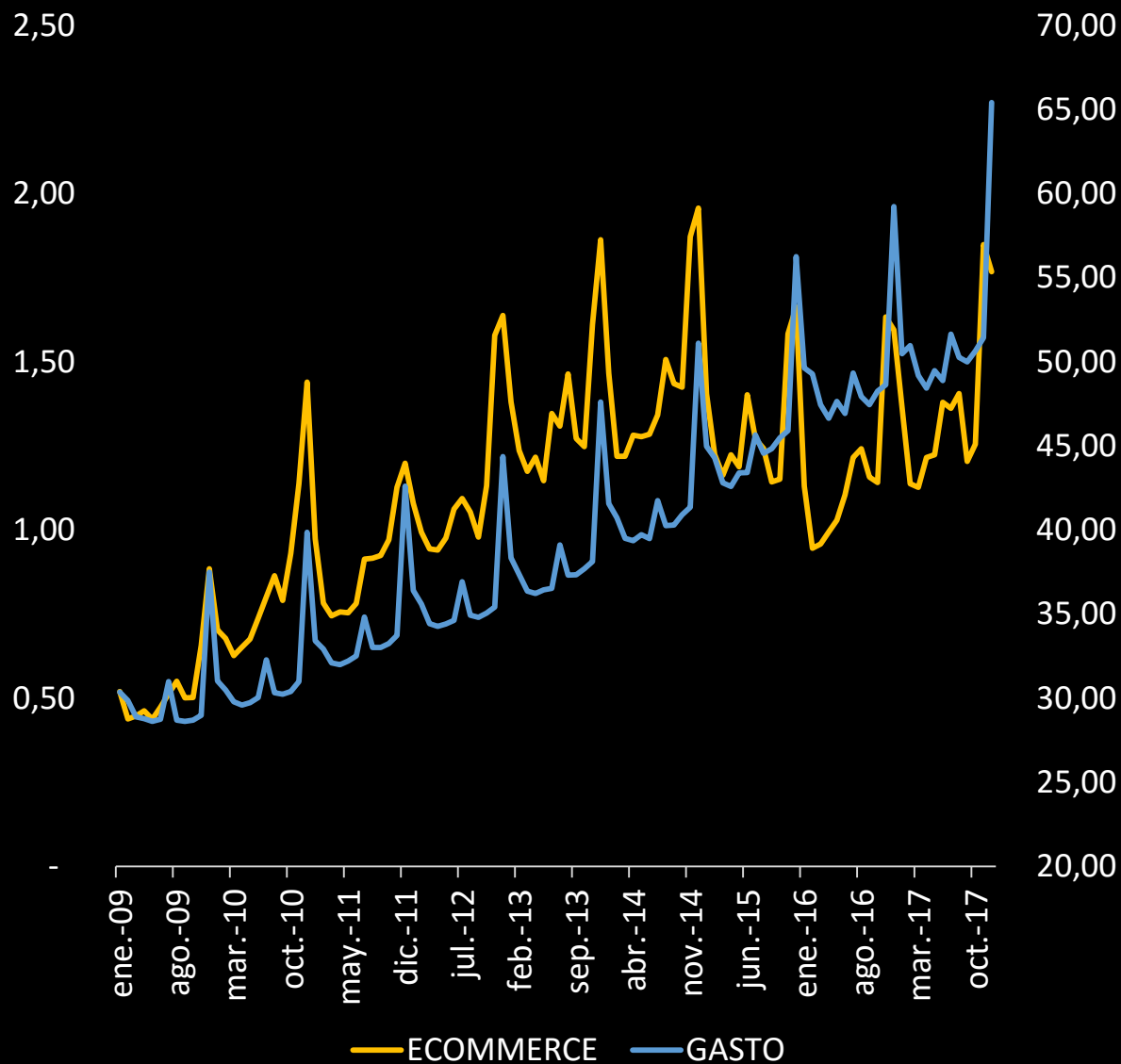
INFLACIÓN DEL GASTO DE HOGARES



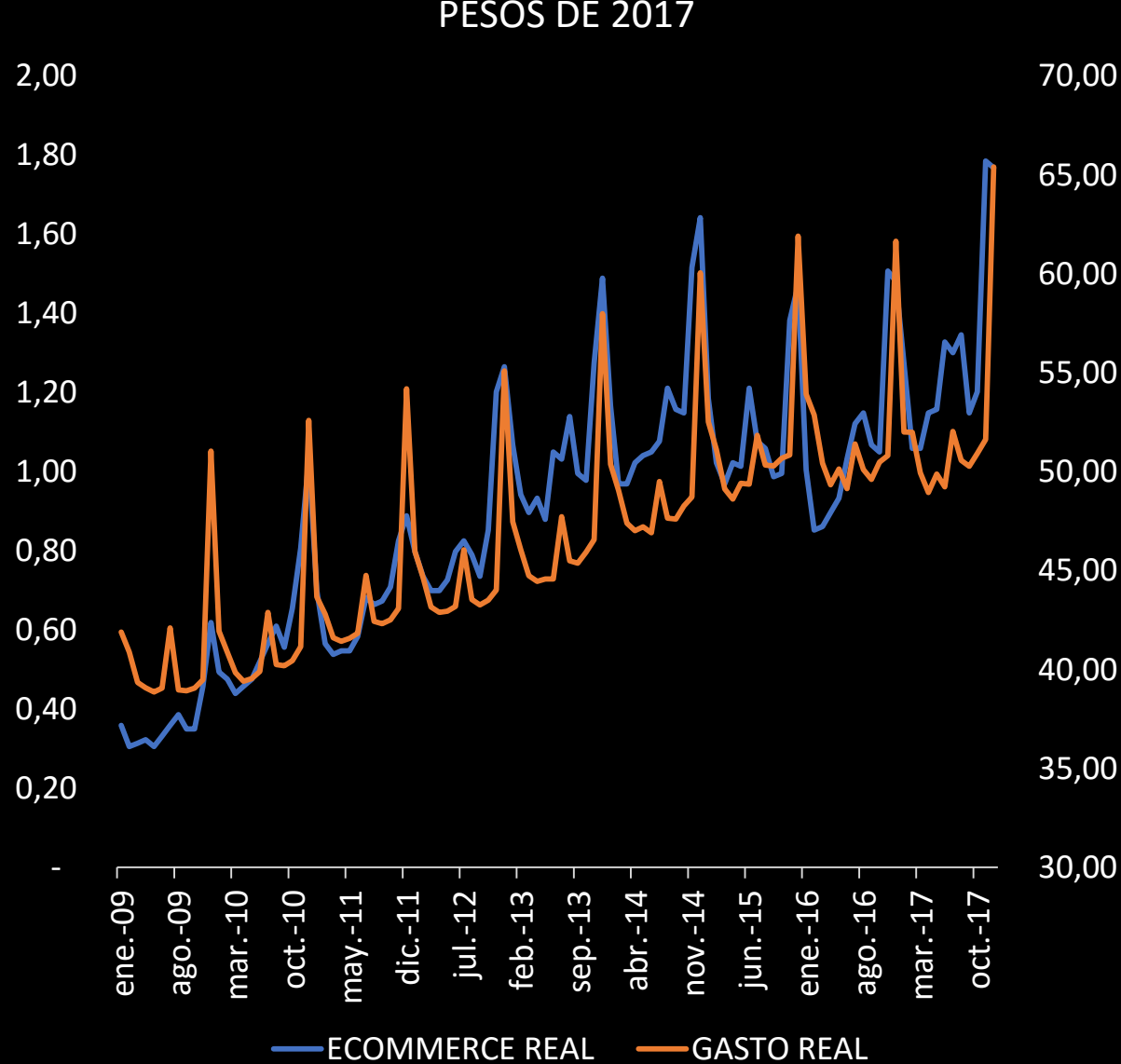
DINÁMICA DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES



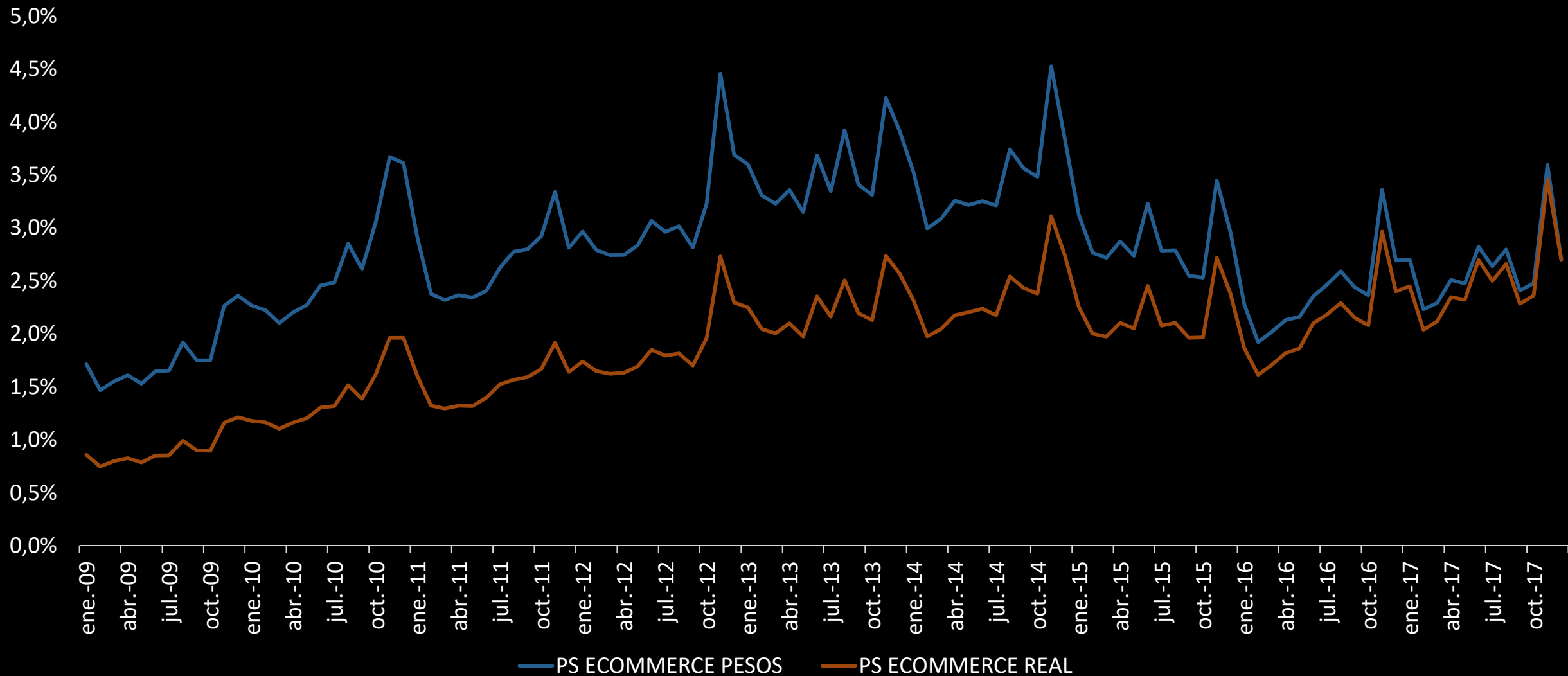
GASTO DE HOGARES EN BILLONES DE PESOS



GASTO REAL DE LOS HOGARES EN BILLONES DE PESOS DE 2017

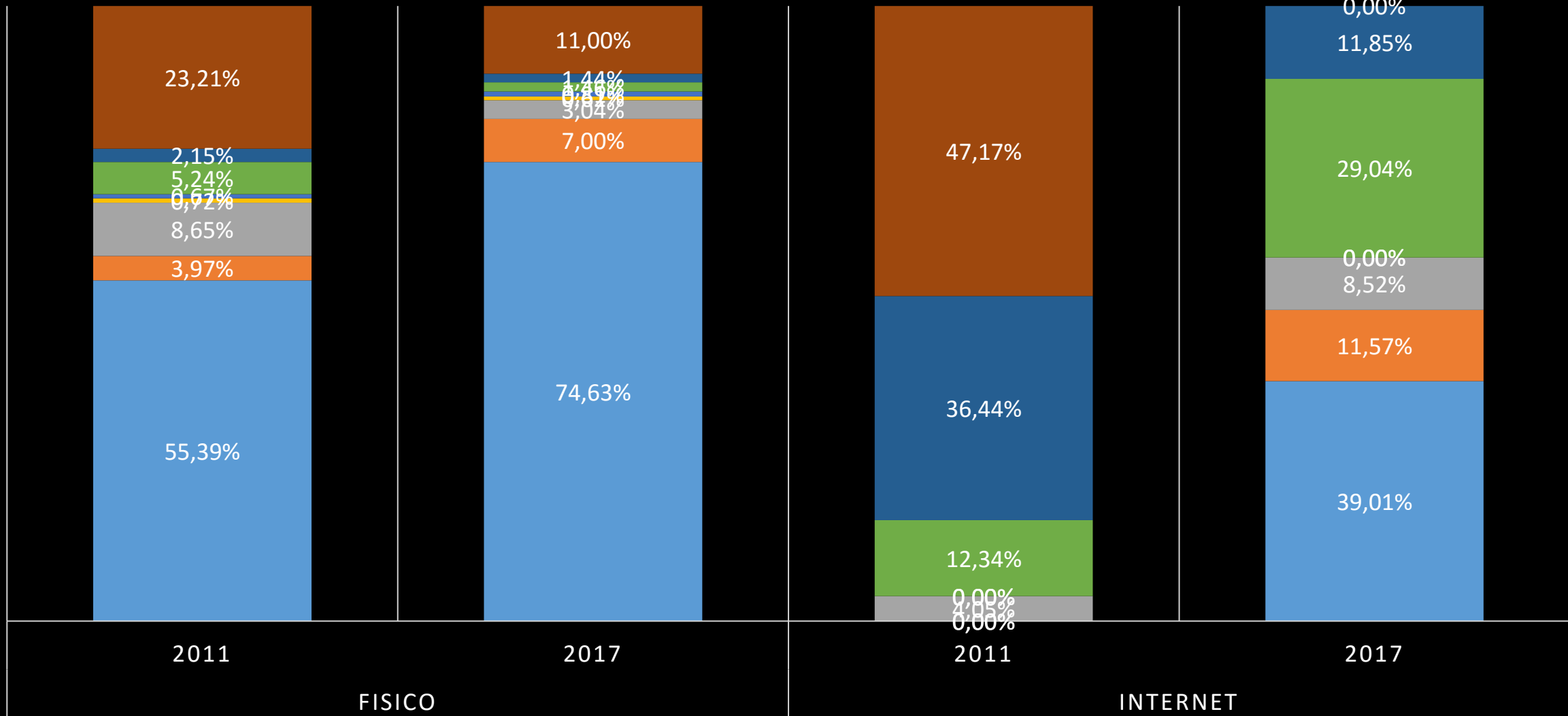


POCKETSHARE DEL ECOMMERCE EN EL GASTO DE LOS HOGARES



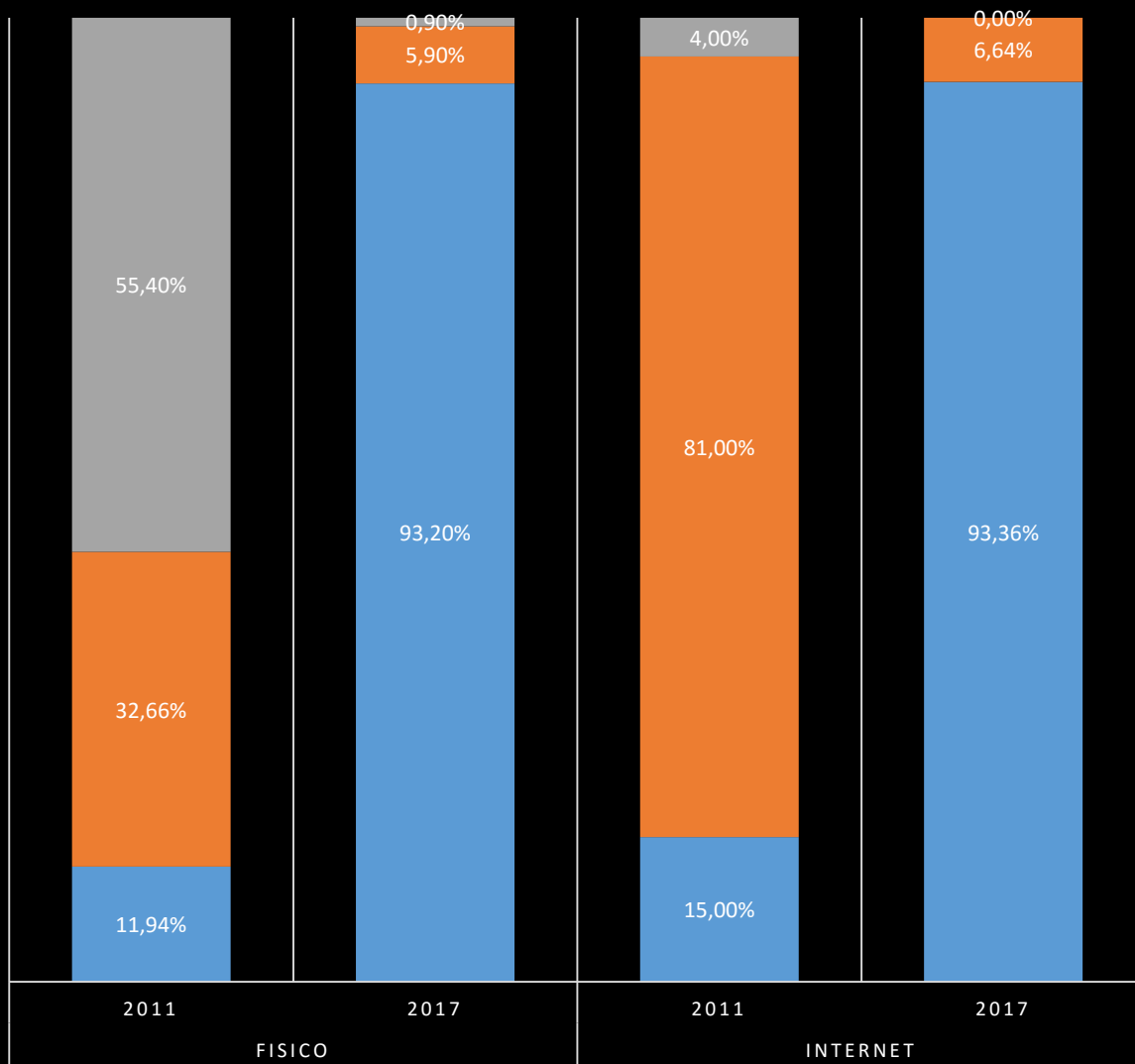
CANTIDAD DE TRANSACCIONES DE COMPRA

■ ALIMENTOS
 ■ HOGAR
 ■ MODA
 ■ SALUD
 ■ EDUCACIÓN
 ■ ENTRETENIMIENTO
 ■ TRANS/COM
 ■ VARIOS



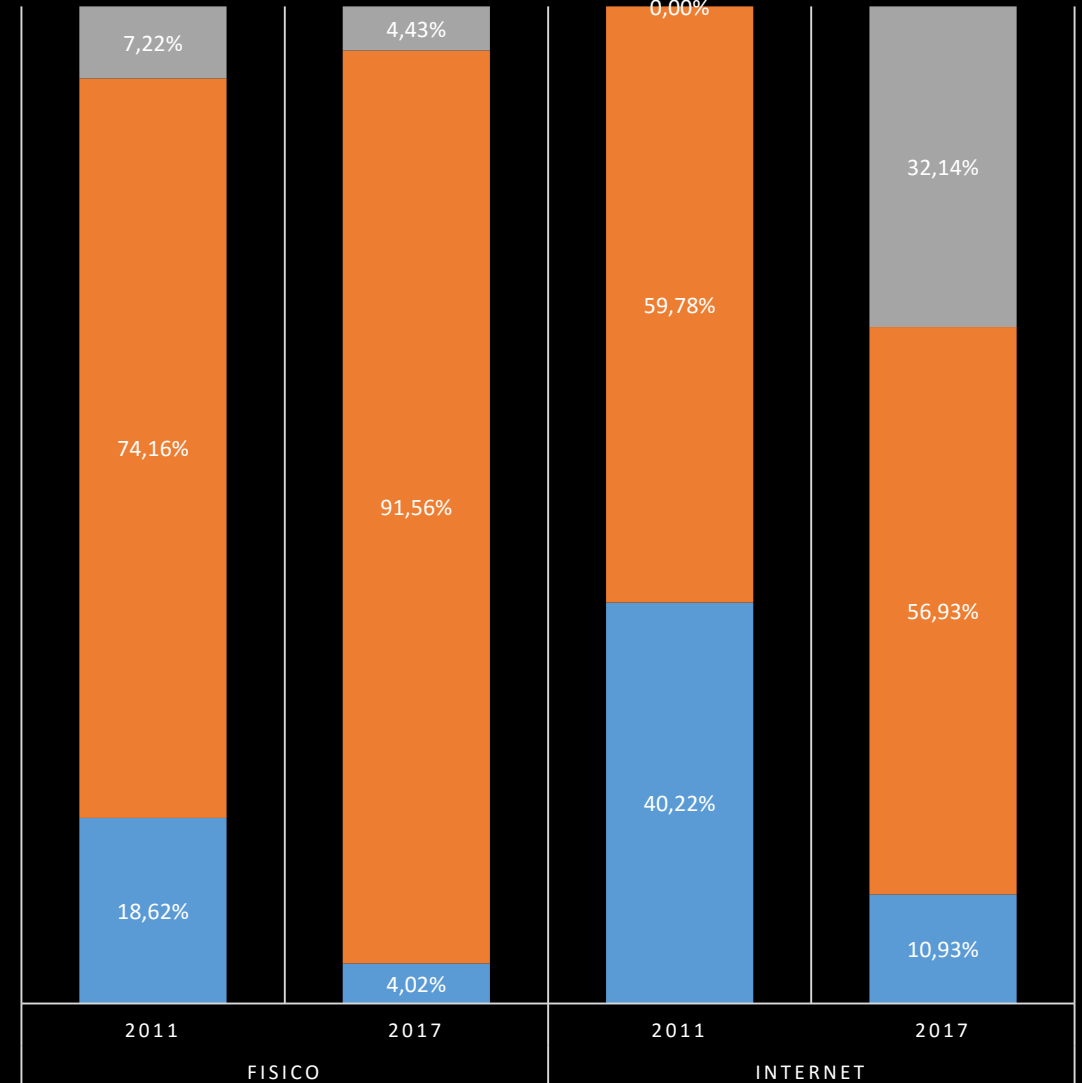
TIPOS DE COMPRADOR EN COLOMBIA

■ 1. CAZADOR DE PROMOCIONES ■ 2. CAZADOR DE OPORTUNIDAD ■ 3. CAZADOR DE VALOR



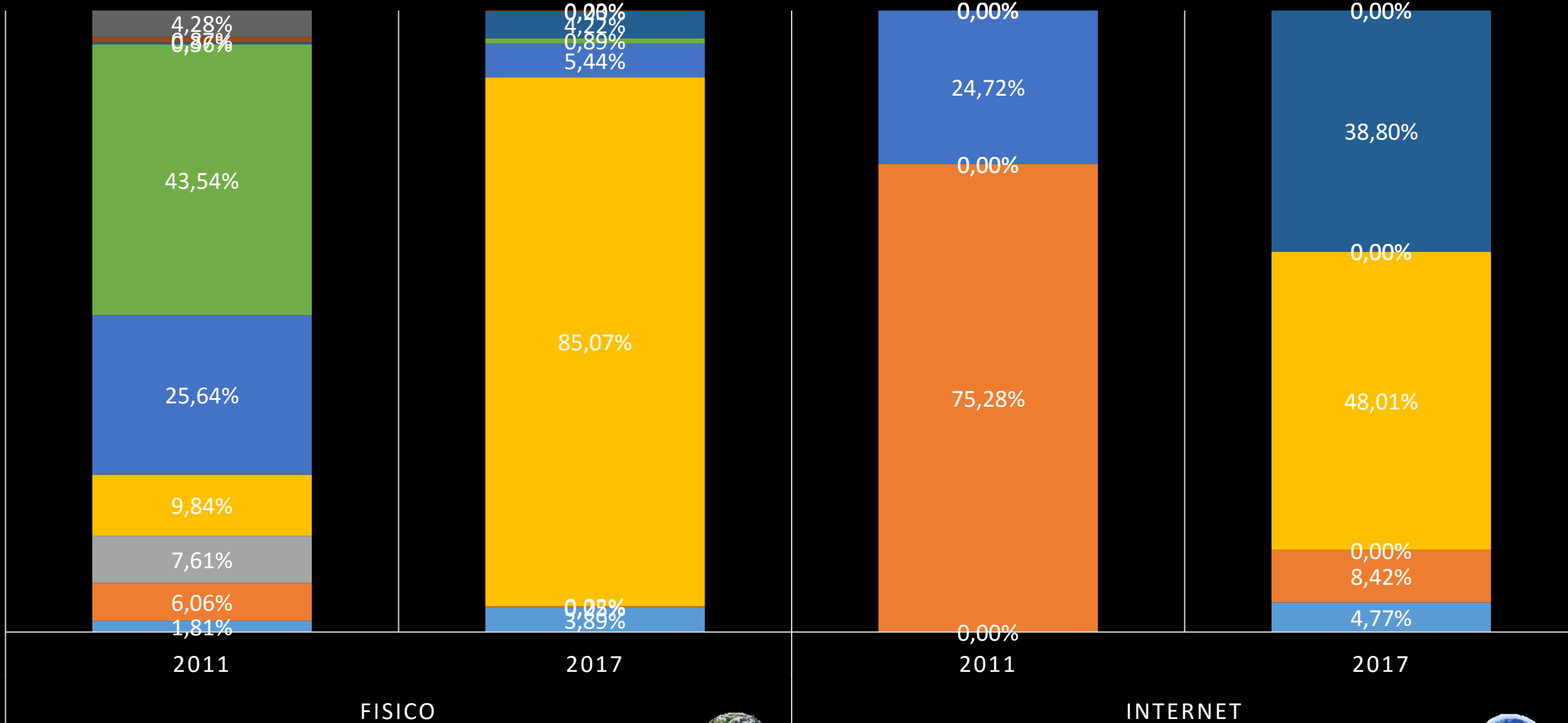
TIPOS DE CONSUMIDOR

■ 1. BUSCADOR DE EXPERIENCIAS ■ 2. BUSCADOR DE TIEMPO ■ 3. BUSCADOR DE BIENESTAR



PERSONALIDADES DE CONSUMO

■ 1. LÍQUIDA
 ■ 2. PRUDENTE
 ■ 3. INTENSA
 ■ 4. EFICAZ
 ■ 5. CÓMODA
 ■ 6. TRANQUILA
 ■ 7. OPTIMIZADORA
 ■ 8. ACTUAL
 ■ 9. PLENA



¿CÓMO ES EL CONSUMIDOR DIGITAL EN COLOMBIA?

- ↘ **APRENDIÓ QUE LO BUENO ES MÁS CARO**
- ↘ **ENTENDIÓ QUE LOCAL ES MÁS PODEROSO QUE LO IMPORTADO**
- ↘ **RECORDÓ QUE LAS COSAS PUEDEN CAMBIAR SIN AVISAR**

- **BUSCA PRECIOS BAJOS HASTA QUE PASE LA CRISIS**
- **ESPERA UN VINCULO EMOCIONAL DE LAS MARCAS CON ÉL**
- **QUIERE SER PARTE DE ALGO**

- ↗ **RETORNO A LO BÁSICO, A LO AUTOCTONÓ, A LA INFANCIA**
- ↗ **COMIENZA A COMPRENDER LA VISIÓN DE FUTURO PROPIO**
- ↗ **SINTIÓ UN PROBLEMA GLOBAL, CON SOLUCIONES INDIVIDUALES**



**EL
NUEVO
CONSUMIDOR
COLOMBIANO** **POR LO
DIGITAL**



GRACIAS
POR ESCUCHAR AL CONSUMIDOR

RADDAR Consumer
Knowledge
Group

camiloherrera@raddar.net