



Alimentación saludable ¿Un reto para el bolsillo de los colombianos?

Audit / Tax / Advisory

www.crowe.com.co



Alimentarse mejor y con alimentos más saludables se ha convertido día a día en una prioridad para los colombianos en los últimos años. Desde el 2017 y 2018, el Estudio Global de Nielsen sobre Salud y Percepciones de Ingredientes encontró que 4 de cada 10 colombianos estaban cambiándose a la versión saludable de sus productos preferidos.

Esta transformación en la alimentación de los consumidores se produce gracias a que, hoy en día el comprador está más informado sobre los ingredientes, métodos de elaboración y las consecuencias sobre la salud de los alimentos que adquiere para sí mismo y su núcleo más cercano.

En el año 2020, los colombianos gastaron 260 billones de pesos en comida que representaron el 34,2% del ingreso de los hogares, pues según cifras estimadas de la firma Radar, Colombia y el mundo estaban en uno de los ciclos más graves de la pandemia del covid-19.

Para el 2021 y según el informe de consumo de alimentos realizado por la Cámara de la Industria de Alimentos de la ANDI, se indicaba que los

colombianos preferían productos alimenticios “con alto valor nutricional y aporte de proteína y calcio”. Pues así mismo, indicó que, el 36,0% de los colombianos compra alimentos por necesidad, el 22,8% por gusto, y el 14,4% lo hace por antojo y calidad.

Desde Crowe Colombia realizamos por primera vez la encuesta “Hábitos de consumo 2022” en la cual quisimos abordar las preferencias y retos de los consumidores al buscar una alimentación sana y balanceada.

Con una participación de encuestados del 63% de población femenina y 37% de población masculina, señalando que los consumidores que hicieron parte de esta encuesta tienen diversos niveles socioeconómicos entre los cuales están: 44% de estratos 1 y 2, seguido del 54% que se ubica en el 3 y 4, finalizando con un 4% que está ubicado en los más altos como 5 y 6, con el fin de identificar qué tan alta es la vida saludable de las familias y por qué la inflación ha traído consigo un panorama poco alentador en el consumo de alimentos saludables.



Panorama actual

Tras atravesar lo más duro de la pandemia en los dos últimos años, el consumidor ha tomado en cuenta la alimentación saludable para su comida habitual y el cuidado del cuerpo. Esto, debido a que el virus afectó en gran medida a personas con enfermedades base y relacionadas con la alimentación, como la diabetes, hipertensión, problemas de obesidad, fallas cardíacas, entre otras.

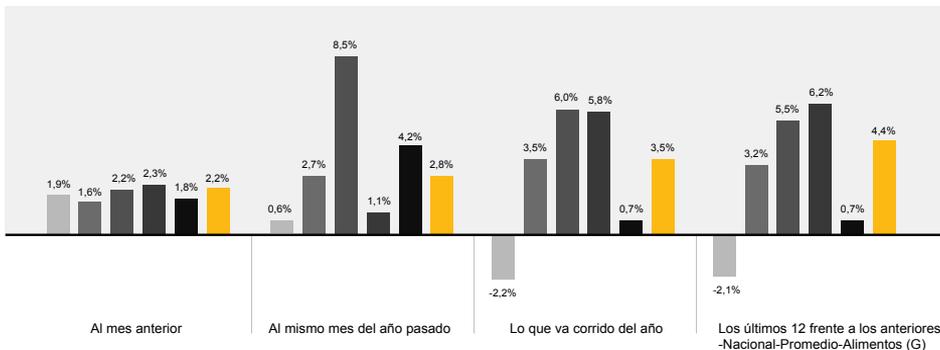
Otro factor que ha transformado las decisiones de compra por alimentos más saludables han sido las nuevas generaciones de consumidores con su interés por cuidar el medio ambiente y reducir la contaminación desde la nutrición. Investigaciones preliminares de la firma Radar, señalan que “las nuevas generaciones de consumidores están volviendo a ver la alimentación como una forma de relacionarse con la naturaleza y ven en la nutrición un camino para reducir la contaminación, recuperar los ecosistemas y para controlar su salud”.

Es así como para el 2022, la Cámara de la Industria de Alimentos registró que el gasto en la canasta de los hogares colombianos aumentó en diversas categorías de alimentos y con crecimientos en el portafolio gracias a la innovación y la búsqueda de una alimentación más saludable. Sin embargo, fenómenos como la inflación, la subida del dólar en el año y las condiciones climáticas han afectado este crecimiento.

Según el Informe mensual sobre el comportamiento del gasto de los hogares en Alimentos de la Andi y Raddar, el gasto mensual real de los colombianos en la canasta de alimentos fue de 626.346 pesos en octubre del 2022.

Dinámica de las compras de los hogares

Oct-17 Oct-18 Oct-19 Oct-20 Oct-21 Oct-22



Tomado de: Informe mensual Andy y Raddar





¿En qué consiste una alimentación sana?

Es cada vez más frecuente que los consumidores de mayor importancia a la buena alimentación y su impacto en la salud física y mental, por lo tanto, la demanda por alimentos de mejor calidad que sean capaces de satisfacer sus necesidades nutricionales y que estén libres de aditivos químicos se ha vuelto una prioridad.

Según expertos, la nutrición “sana y natural” se refiere usualmente a un mayor consumo de vegetales y de alimentos orgánicos, es decir, que no hayan tenido contacto con una gran cantidad de químicos (pesticidas, medicinas, fertilizantes), esto, lleva a los consumidores a reducir las comidas procesadas con una alta densidad energética, llenas de grasas y azúcares, y buscar alternativas orgánicas de alimentación.

Hábitos de consumo de los colombianos

Según la encuesta Hábitos de Consumo realizada por Crowe Colombia, el 89% de las familias colombianas consumen alimentos saludables, mientras que el 11% restante señaló no hacerlo.

En este orden de ideas y en el caso del consumo de frutas, el 51% de los consumidores consume de 1 a 3 veces por semana, seguido del 33% que las comen de 3 a 5 veces por semana y solo un 15% lo hace más de 5 veces por semana.

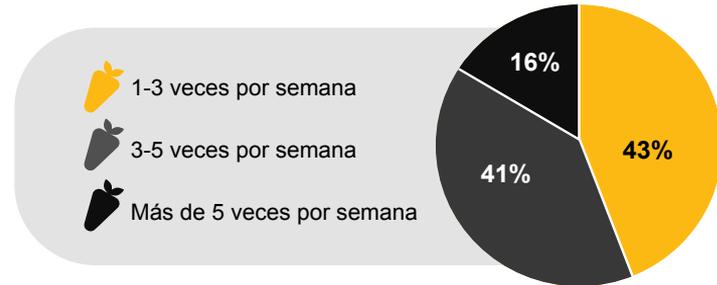
¿Con qué frecuencia los encuestados consumen frutas?



El porcentaje desciende en cuanto a las verduras, el 43% de los colombianos lo realiza de 1 a 3 veces por semana seguido de un 41% que comen verduras de 3 a 5 veces y el 16% lo realiza más de 5 veces en este mismo lapso.



¿Con qué frecuencia los encuestados consumen verduras?



En esta misma encuesta al ser preguntados por la frecuencia del consumo de proteínas solo el 12% dijo consumir este tipo de alimento de 1 a 3 veces por semana, seguido del 31% que lo realiza de 3 a 5 veces por semana y en mayor proporción con un 57% lo hace más de 5 veces por semana.

¿Con qué frecuencia los encuestados consumen proteínas?



Carbohidratos, lácteos y grasas

Según la encuesta hábitos de consumo, la mitad de las familias colombianas (50%) consumen carbohidratos más de 5 veces por semana, seguido del 34% que lo realiza de 3 a 5 veces por semana mientras que un 16% consume este tipo de alimentos de 1 a 3.

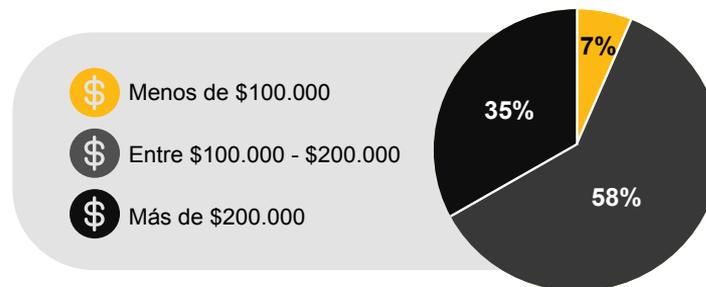
En cuanto al consumo de productos alimenticios lácteos, el 42% de los colombianos consumen lácteos de 1 a 3 veces por semana mientras que el 31% lo realiza de 3 a 5 ocasiones por semana seguido de un 23% que lo hace 5 veces por semana y un 4% que lo hace ocasionalmente.

Con respecto al consumo de grasas, un 64% de los consumidores lo hace de 1 a 3 veces por semana sucesivo del 27% que lo hace de 3 a 5 veces y finalizando con un 9% que las consume de forma más frecuente por más de 5 veces por semana.

¿Cuánto dinero gastan los consumidores en comida?

La encuesta Hábitos de Consumo también indagó sobre el dinero que los consumidores gastan en adquirir comida semanal y más de la mitad de ellos (58%) señalaron invertir entre 100 mil y 200 mil pesos en productos alimenticios, seguido del 35% que por semana gasta más de 200 mil pesos y terminando con un 7% que usa menos de 100 mil pesos por semana para alimentarse, teniendo en cuenta los niveles socioeconómicos de los encuestados.

¿Cuánto dinero gastan los encuestados al comprar comida por semana?



¿Dónde compran los consumidores sus alimentos?

Según los datos recogidos por la encuesta realizada desde Crowe Colombia, los supermercados de conveniencia (D1) son los comercios donde más se compran alimentos con un 42%, seguido de las tiendas de barrio con un 25%, continuado por las grandes superficies (Éxito, Carulla, Jumbo) con 19%, continuando por otras opciones (9%) y al final, encontramos otras elecciones para la adquisición de alimentos como PriceSmart (3%) y plataformas digitales como Rappi y Joker con un 2%.

Crowe Colombia investigó los precios de los alimentos saludables de un mercado completo (Frutas, verduras, proteínas, carbohidratos, especias, lácteos, grasas y otros, la mayoría de ellos pesados en libras) en diferentes canales de compra y adquisición.

El mercado más barato y con alimentos saludables se encontró en los supermercados de barrio con un costo de **\$ 489.750** pesos, sin embargo, esta misma cantidad de alimentos elevó su precio cuando es comprado en tiendas de barrio a un costo total de **\$ 698.140** pesos. En grandes superficies como Olímpica, este mercado completo tendría un costo de **\$ 622.540** pesos, pero este precio se elevaría si el consumidor los adquiere en plataformas como Merqueo y grandes superficies como Jumbo donde todo llegaría a costar alrededor de **\$ 886.420** pesos.

Al hacer este análisis por productos podemos encontrar que las frutas y las verduras tienen un precio más barato en las tiendas de barrio, seguido de los supermercados de barrio mientras que, en grandes superficies, aplicaciones y otras, suelen tener un costo más elevado para el salario del consumidor. En el caso de las proteínas y carbohidratos, sus precios son más elevados que las verduras y frutas, pero en su promedio de precio tienden a disminuir su costo en los supermercados de barrio donde sus precios fueron un poco menores a las otras opciones.

¿Qué porcentaje del salario va para la compra de alimentos?

En este sentido, la encuesta de hábitos analizó el porcentaje del salario que los consumidores colombianos utilizan en la adquisición de alimentos en diferentes puntos de compra. En el caso de comprar la comida en aplicaciones y en grandes superficies, una persona que gana un salario





mínimo se **gastaría el 59%** de este, mientras que uno que gane dos salarios mínimos **sería del 41%** de la destinación salarial para alimentos, por otra parte, quien devenga tres salarios mínimos el porcentaje **sería del 25%** y para quienes ganen más, (superior a \$14 millones), sería solo **del 2%** de su salario el que se destinaría para alimentación.

Por otra parte, en una situación en la que solo se adquieran los alimentos exclusivamente en grandes superficies como Olímpica, una persona con el salario mínimo se gastaría el **42%** en la compra de alimentos, seguido del que gana dos salarios que usaría un **26%**, mientras que el consumidor que devengue más de tres salarios mínimos solo destinaría un **18%** de su salario para alimentarse, sin embargo en el caso de la persona que gane más de 14 millones, la destinación de su paga para la alimentación sería solo del **4%**.

En el caso de adquirir los alimentos a través de los supermercados de barrio el porcentaje de salario para comida cambia, pues es así como una persona que se gane el mínimo destinará el **33%** para alimentos, mientras que el que se gana dos salarios mínimos sería del **20%**. En el caso del consumidor que ganó tres salarios mínimos destinaría el **14%** del mismo en comida, mientras que para quienes ganen mucho más (superior a 14 millones) solo sería del **3%**.

El uso de este dinero en el transcurso del 2023 tendrá diversos cambios debido a que la inflación ha afectado a casi todos los rubros de los presupuestos en los hogares colombianos, pues estos tendrán que hacer ajustes para alimentarse de forma más saludable y para cumplir con el resto de sus obligaciones.

Aspectos que afectan el precio de los alimentos saludables

El 2022 fue un año de reactivación en el mercado de los alimentos, sin embargo, ha sido un tiempo donde el mercado de la canasta familiar se ha visto afectado por diversas razones, el clima, la economía, fenómenos políticos y sociales, la volatilidad de dólar, la reforma tributaria, entre otras.

Analizaremos algunas de ellas:

Inflación

Según el Índice de Precios al Consumidor (IPC) realizado por el Departamento Administrativo de Estadística (DANE), la variación anual del IPC (Inflación) fue 13,12%, en diciembre del 2022 es decir, 7,50

puntos porcentuales mayor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 5,62%.

Según el DANE, la división alimentos y bebidas no alcohólicas registró una variación anual de 27,81%, siendo esta la mayor variación anual. En diciembre de 2022, los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases arracachas, ñame y otros tubérculos (109,84%), cebolla (106,81%) y yuca para consumo en el hogar (88,08%). Los menores incrementos de precio se reportaron en las subclases, panela cruda para consumo en el hogar (4,10%), agua mineral (con y sin gas) para consumo en el hogar (8,96%) y concentrados para preparar refrescos (9,03%).

Datos de la consultora NielsenIQ señalan que a nivel mundial el 2022 ha sido el año de la inflación a nivel mundial y que esto ha tenido un gran impacto entre los consumidores y sus intenciones de gasto. El 45% de los consumidores le indicaron a Nielsen que están más seguro de poder costear los gastos del hogar (Alimentación, uno de los rubros más importantes) mientras que el 31% se mostró menos seguro seguido de un 20% que señaló sentirse seguro. Tan solo el 4% de los consumidores indicó no saber si es capaz de costear sus gastos.

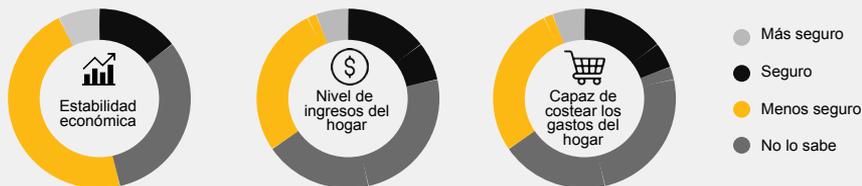
Además, esta investigación encontró que las intenciones de compra para los próximos 12 meses se centran en los servicios públicos con un 17% seguido de los alimentos con 15%.

Percepción predominante de los consumidores

La mayoría de los consumidores creen que la economía está estancada. Esta creencia se ve alimentada por la incerteza ante lo que está por venir.

59% de los consumidores en el mundo creen que su país ya está en recesión

¿Qué tan seguro se siente en los próximos 6 meses en comparación con la actualidad?



El panorama del consumo a mediados de 2022

La cautela del consumidor es el clima dominante en un panorama de consumo fragmentado

77% de los consumidores son prudentes a la hora de gastar, independientemente de su situación financiera

Principales mentalidades y comportamiento de los consumidores

Principales preocupaciones	Principales comportamientos ante la alza de precios	Principales estrategias de ahorro al comprar	Formas preferidas de manejar los precios
1. Aumento de los precios de los alimentos	1. Cocinar en casa	1. Seleccionar el producto de menor precio del surtido preferido	1. Paquetes económicos
2. Aumento de las facturas de servicios públicos	2. Cuidado para evitar el despilfarro	2. Controlar el costo de la cesta general	2. Embalaje más barato
3. COVID-19	3. Ahorrar en gas/ electricidad	3. Comprar lo que esté en promoción	3. Mantener la calidad e incrementar el precio

Tomada de: nielseniq.com

Guerra Rusia – Ucrania

Este conflicto bélico ha desatado una crisis alimentaria que ha afectado a todo el mundo, pero en especial a los países en desarrollo, según QU Dongyu, director general de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), ambas naciones juegan un papel muy importante en toda la cadena de producción y ministros de alimentos y su conflicto deriva en graves repercusiones en todo el mundo.

“Rusia y Ucrania desempeñan un papel importante en la producción y el suministro de alimentos a nivel mundial. Rusia es el mayor exportador mundial de trigo, mientras que Ucrania es el quinto mayor exportador. En conjunto, proporcionan el 19 % del suministro de cebada, el 14 % del trigo y el 4 % del maíz del mundo y representan más de un tercio de las exportaciones mundiales de cereales. También son los principales proveedores de colza y representan el 52 % del mercado mundial de exportación de aceite de girasol. El suministro mundial de fertilizantes también está muy concentrado, con la Federación de Rusia como principal productor”, explicó el director general de la FAO.

Así mismo, Colombia y su producción de alimentos se han visto afectada por esta guerra debido al incremento de los precios de los fertilizantes, así mismo según datos de la SAC (Sociedad de Agricultores de Colombia), en el país se producen 73 millones de toneladas de comida al año, y para producir esta cantidad se necesitan 2 millones de toneladas de fertilizantes y otros insumos que están atados al precio del dólar, lo que incide directamente en el precio de la canasta familiar.



El dólar

La volatilidad de la moneda norteamericana sí que ha afectado el precio de los alimentos en Colombia. En los últimos meses, el dólar ha tocado máximos históricos por lo que ha elevado el precio de alimentos importados de la canasta familiar, afectando el bolsillo de los consumidores.

Algunos alimentos como la carne, pescados, lácteos, cereales, grasas y aceites, café, azúcares así como frutas y verduras son importadas y al verse afectada la tasa de cambio, los precios al consumidor se elevan haciendo que el colombiano vaya perdiendo poder adquisitivo sobre estos alimentos que influyen en una alimentación saludable.

Reforma tributaria del gobierno

La Reforma Tributaria para la Igualdad y la Justicia Social incluyó un impuesto saludable a alimentos y bebidas ultra-procesadas, este gravamen comenzará con un 10 % para el 2023, un 15 % para el 2024 y, finalmente un 20 % durante el 2025.

Según el texto conciliado de la reforma tributaria “estarán sujetas a este impuesto, en función de su nivel de azúcar añadido, las bebidas ultra

procesadas, así como los concentrados, polvos y jarabes que, después de su mezcla o dilución permiten la obtención de bebidas azucaradas”. Igualmente, se impone un gravamen a los productos comestibles ultra procesados que según el texto están sujetos a este “los productos comestibles ultra procesados que como ingredientes se les haya adicionado azúcares, sal/sodio y/o grasas y su contenido en la tabla nutricional”

Según esta nueva reforma, tendrán gravamen los productos como las barritas de cereal, las albóndigas, el chocolate de mesa, el Chocorrano, las salchichas, las chocolatinas, arepas precocidas, las papitas, los platanitos, las rosquitas o las achiras, incluso las compotas para bebé.

De igual manera, las gaseosas, las bebidas a base de malta, tipo té, a base de fruta en cualquier concentración, refrescos, zumos y néctares de fruta, bebidas energizantes, bebidas deportivas, refrescos, aguas saborizadas y mezclas en polvo, entre otros. Sin duda alguna, este impuesto tendrá un impacto negativo en el precio final al consumidor.

Fenómeno de la Niña y el clima

Según el IDEAM, El efecto de “La Niña” en Colombia se caracteriza por un aumento considerable de las precipitaciones (lluvias y granizo) y una

disminución de las temperaturas en las regiones Andina, Caribe, Pacífica y áreas del piedemonte de los Llanos orientales.

Las graves afectaciones en todo el país por las consecuencias derivadas de este fenómeno climático llevaron a que el gobierno anunciara la “declaratoria de emergencia nacional” desde el pasado 1 de noviembre del 2022. La Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres (UNGRD) presentó el balance de las afectaciones desde el primero de agosto de 2021 al 13 de noviembre de 2022, en donde “se han registrado 3.794 eventos de emergencia en 32 departamentos y 881 municipios con un total de 268 fallecidos”.

En cuanto a la infraestructura, actualmente “hay afectaciones en 343 puentes vehiculares, 241 puentes peatonales, 471 acueductos, 67 centros de salud, 457 sedes educativas, 170 centros comunitarios y en 28.162 hectáreas de tierra. Desde la declaratoria de situación de desastre se registran 52 vías afectadas, seis puentes averiados y uno más colapsó”.

Estos desastres, emergencias y destrucción de la infraestructura han afectado en el mercado de los alimentos saludables y sus precios al consumidor. Ya que al destruirse las siembras y cosechas como consecuencia de los fenómenos climáticos se encarecen los productos a nivel nacional, y, por ende, aumentan sus precios en los puntos de venta y distribución desde la plaza de mercado hasta las tiendas de barrio, supermercados y almacenes de cadena.



¡Contáctenos!

Sede Central Internacional

Crowe Global - New York City

515 Madison Avenue
8th Floor, Suites 9006--9008
New York, NY-10022
United States of America
MAIN +1.212.808.2000
Contactus@Crowe.org

Colombia

Bogotá D.C.

Carrera 16 # 93-92
Edificio Crowe
PBX +57.1. 605.9000
Contacto@Crowe.com.co

Barranquilla

Calle 77B # 57-103 Oficina 608
Edificio Green Towers
PBX +57.5.385.1888
Barranquilla@Crowe.com.co

Smart decisions. Lasting value.

Cali

Carrera 100 # 5-169 Oficina 706
Unicentro – Centro de Negocios
PBX +57.2.374.7226
Cali@Crowe.com.co

Manizales

Carrera 23 C # 62-06, Oficina 705
Edificio Forum Business Center
PBX +57.6.886.1853
Manizales@Crowe.com.co

Medellín

Avenida Las Palmas # 15 B 143 - Piso 5
Edificio 35 Palms Business Tower
PBX +57.4.479.6606
Medellin@Crowe.com.co



Oscar Villarruel

Socio de Auditoría & Aseguramiento

Contáctanos

