



RADDA Consumer
Knowledge
Group

BOGOTÁ

MARZO 2025

DINÁMICA DEL GASTO EN LAS CIUDADES PRINCIPALES MARZO-2025



CALI

Var. anual del gasto real

3,97%

Tamaño de mercado
(billones de pesos)

6,79

Inflación anual

4,40%



BARRANQUILLA

Var. anual del gasto real

3,54%

Tamaño de mercado
(billones de pesos)

3,60

Inflación anual

4,13%



BOGOTÁ

Var. anual del gasto real

3,23%

Tamaño de mercado
(billones de pesos)

33,5

Inflación anual

5,51%



MEDELLÍN

Var. anual del gasto real

3,06%

Tamaño de mercado
(billones de pesos)

9,33

Inflación anual

4,96%



BUCARAMANGA

Var. anual del gasto real

2,85%

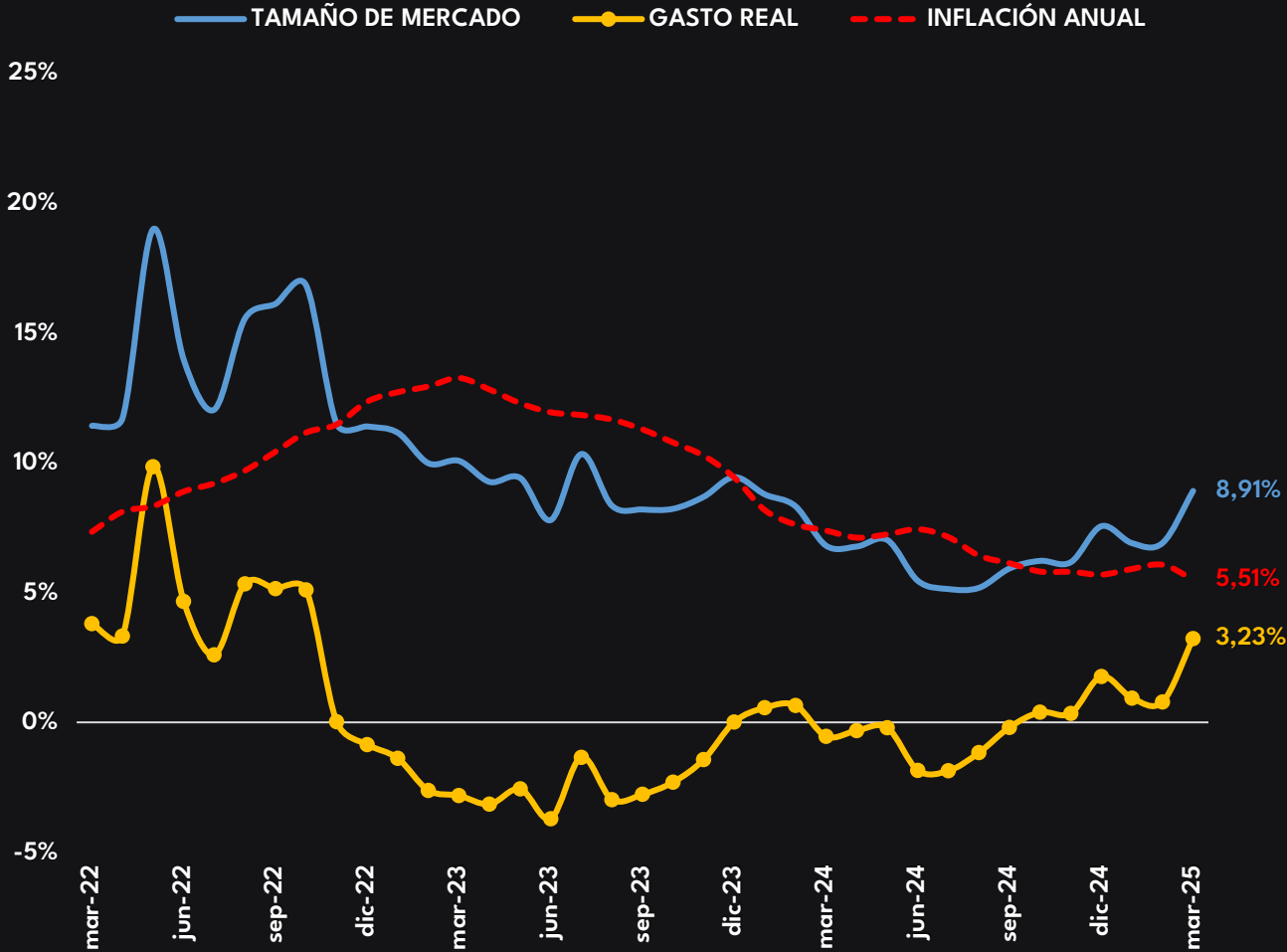
Tamaño de mercado
(billones de pesos)

1,82

Inflación anual

7,02%

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES EN BOGOTÁ EN MARZO DE 2025



\$33,5 Billones de pesos

TAMAÑO DE MERCADO		
5,51%	8,91%	3,23%
INFLACIÓN ANUAL	GASTO CORRIENTE	GASTO REAL

EL GASTO DE LOS HOGARES ALCANZÓ EL PUNTO MÁS ALTO DE LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS

El gasto en dinero de los hogares repuntó en marzo, favorecido por una desaceleración de la inflación. Lo que aportaría a que términos reales, el gasto presentara la variación más alta, tanto del primer trimestre del 2025, como de los últimos dos años.

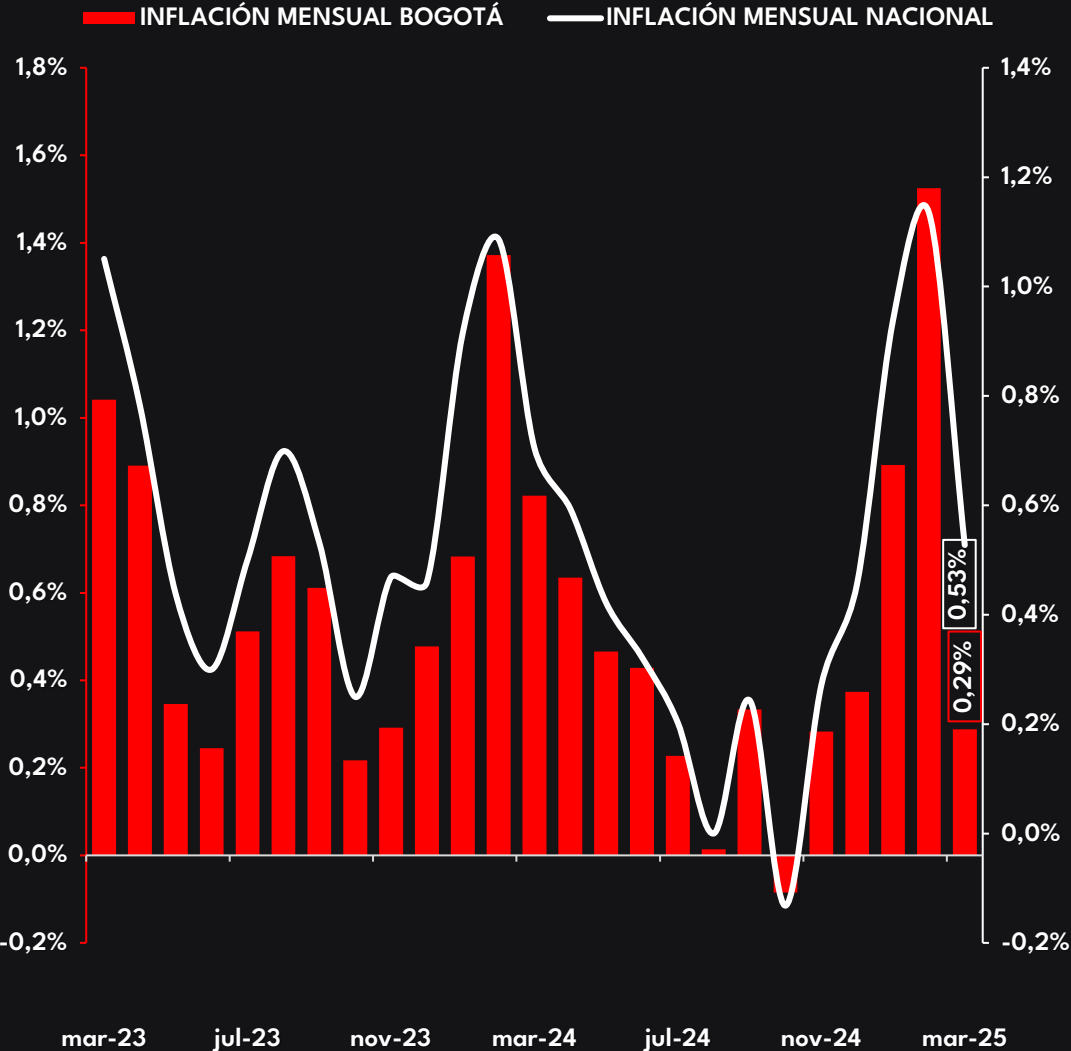
Puede que el aumento en 1,6 puntos porcentuales en la tasa de ocupación entre diciembre 2024 y febrero 2025, frente al mismo periodo del año anterior, haya tenido un impacto positivo en la dinámica de gasto de los hogares.

Aunque en el presente año la Semana Santa no tuvo lugar en marzo, los hogares tuvieron una agenda de entretenimiento y cultural variada, por ejemplo, con festivales de comida, eventos deportivos, el puente festivo de San José o con el esperado Festival Estéreo Picnic, además de diversas jornadas de descuento.

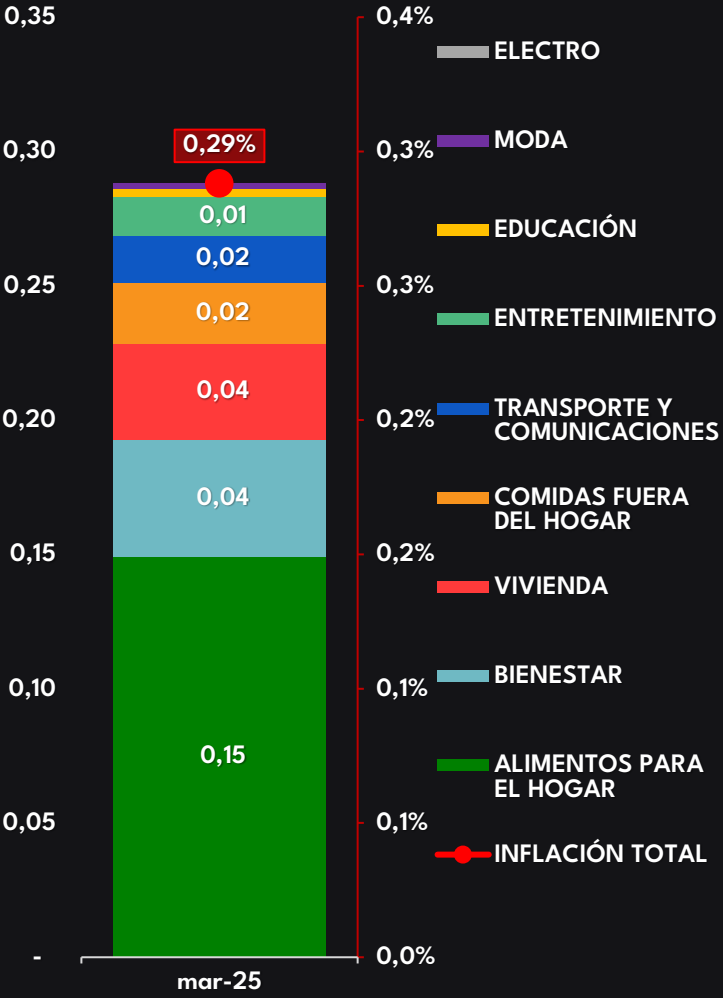
Cabe resaltar que el clima pudo ser clave en la dinámica de gasto de los hogares, ya que las lluvias pudieron tener un efecto en su movilidad, salud, y en los precios de algunos alimentos. Dado que esta situación podría mantenerse o acentuarse, la dinámica de gasto podría verse impactado en cierta medida.

EN LA DINÁMICA MENSUAL LOS HOGARES SENTIERON UN ALIVIO EN EL BOLSILLO: MODA Y ELECTRO FUERON LAS QUE MENOS APORTARON A LA INFLACIÓN

COMPORTAMIENTO INFLACIÓN MENSUAL



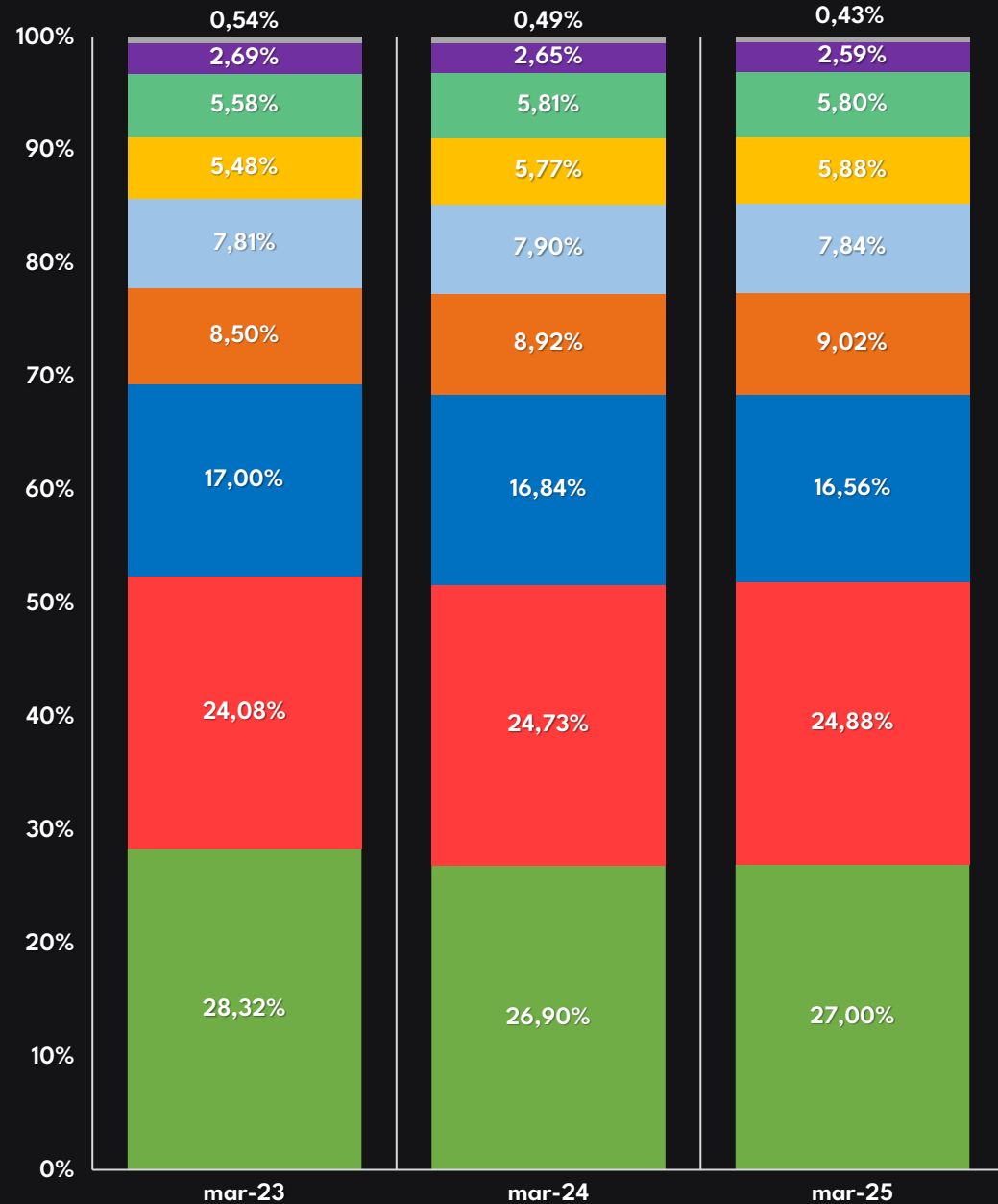
APORTE A LA INFLACIÓN MENSUAL POR CANASTAS (PUNTOS PORCENTUALES)



En línea con la desaceleración de los precios a nivel nacional, en la capital estos también presentaron una disminución, donde las canastas que menos aportaron fueron Electro y Moda, gracias a categorías como el vestuario para bebé y para hombre, y a los aparatos domésticos. Cabe destacar que durante marzo se realizaron distintas jornadas de descuentos, como el Hot Sale, Madrugón Olímpica y Aniversario Éxito, que pudieron facilitar el acceso a este tipo de productos.

Por el contrario, los Alimentos para el hogar fueron los que más aportaron al incremento de los precios, especialmente debido a los tubérculos, la panela, el café, el chocolate y las naranjas. Para el caso de los tubérculos, la entrada en una temporada de menor producción pudo ser una causa del aumento de la inflación, además de que también estuvieron afectados por una temporada más lluviosa, la cual podría tener un efecto en otros alimentos como el café.

POCKETSHARE DE LOS HOGARES EN BOGOTÁ



REESTRUCTURACIÓN VS. MAR-24

	ELECTRO	↓ -0,06%
	MODA	↓ -0,06%
	EDUCACIÓN	↑ 0,11%
	ENTRETENIMIENTO	↓ -0,01%
	BIENESTAR	↓ -0,06%
	COMIDAS FUERA DEL HOGAR	↑ 0,10%
	TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	↓ -0,28%
	VIVIENDA	↑ 0,15%
	ALIMENTOS PARA EL HOGAR	↑ 0,11%

TRANSPORTE Y COMUNICACIONES: LA CANASTA QUE MÁS HA CEDIDO ESPACIO EN EL BOLSILLO DE LOS HOGARES

La canasta que más cedió espacio en el bolsillo de los hogares fue Transporte y comunicaciones, gracias al transporte personal, particularmente por el combustible. Pues mientras en marzo del 2023 y 2024 este rubro presentaba una inflación superior al 12%, en el 2025 fue del 1,74%, indicando un impacto más medido en el bolsillo de los hogares. Sin embargo, cabe destacar que a partir del 22 de marzo se realizó un nuevo aumento en el precio de la gasolina, en promedio de \$74.

Lo anterior pudo dar paso a que los hogares pudieran asignar más dinero a canastas como Vivienda, ya que los ajustes en las tarifas de servicios públicos y de arriendos requirieron de más esfuerzo en dinero por parte de los hogares.

Las Comidas fuera del hogar también han aumentando el espacio en el bolsillo de los hogares. Aunque esta canasta ha presentado un aumento de precios importante, los hogares igual se esforzaron por gastar en esta categoría, que usualmente complementa las actividades de Entretenimiento, como el cine y los conciertos. Además, los festivales de comida, como Burgerville, pudieron motivar el gasto en esta canasta.

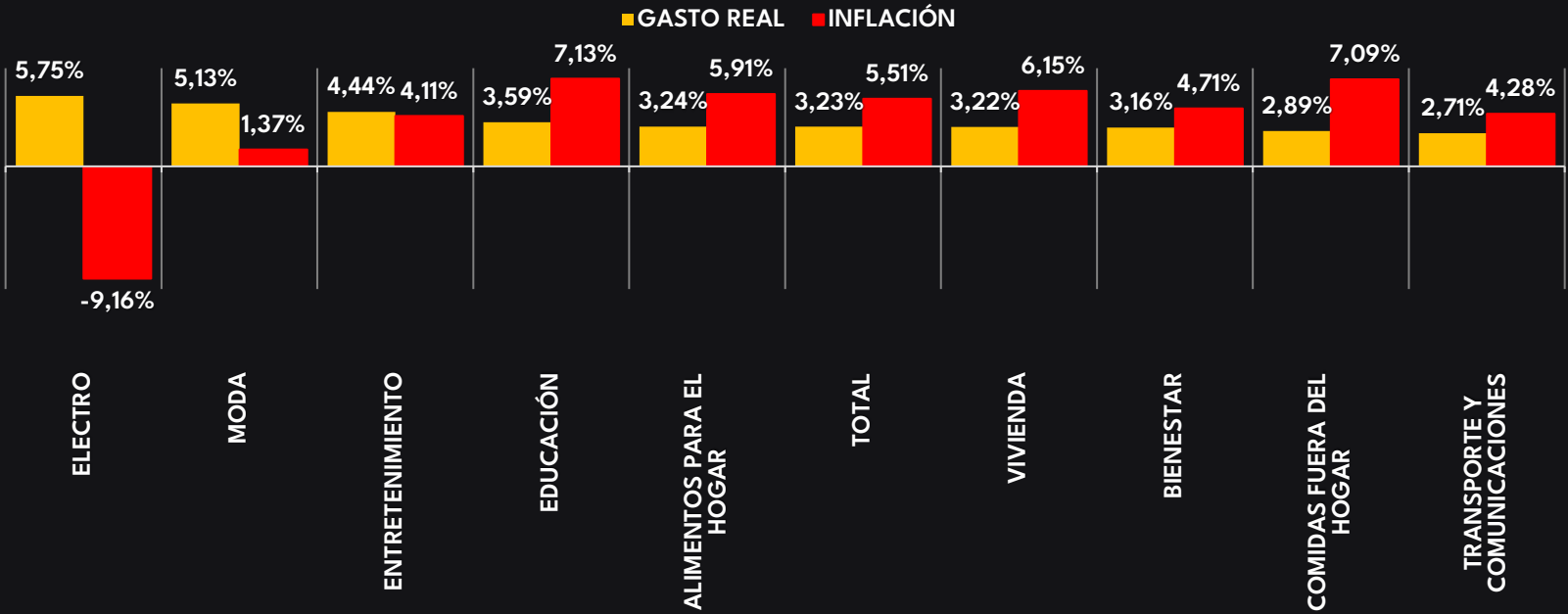
TODAS LAS CANASTAS EN TERRENO POSITIVO: UN PANORAMA MÁS OPTIMISTA PARA LA CAPITAL

Electro, Moda y Entretenimiento continuaron en el top de canastas con mayor crecimiento de gasto real en la capital, relacionado en parte con que la inflación de estos grupos se ubicó por debajo de la total.

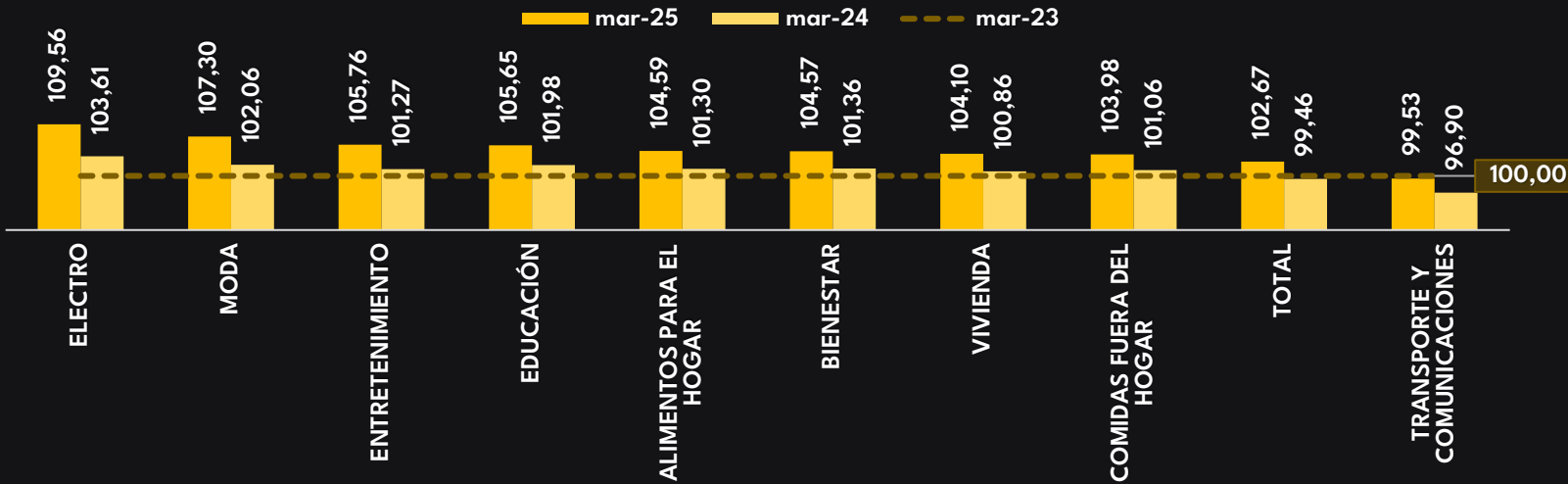
Asimismo, las jornadas de descuento pudieron ser un motivador de gasto, no solo para Electro y Moda, sino también de Entretenimiento. Pues en el caso del Hot Sale categorías relacionadas con el turismo estuvieron contempladas, lo que pudo darles a los hogares la oportunidad de anticiparse a la Semana Santa o las vacaciones de mitad de año.

Por otro lado, en la ciudad se realizaron más de 81 conciertos, entre artistas nacionales e internacionales, como Sting, Marco Antonio Solís, Joaquín Sabina, y el Festival Estéreo Picnic, el cual duró 4 días y más de 125 mil asistentes, que tuvo un impacto económico estimado de \$154 mil millones de pesos en sectores de hotelería, gastronomía, comercio y transporte, de acuerdo con ProColombia. Adicionalmente, marzo tuvo el primer puente festivo desde enero, por lo que los hogares pudieron aprovechar para realizar viajes cortos o realizar actividades de esparcimiento.

DINÁMICA INTERANUAL DEL GASTO POR CANASTAS EN BOGOTÁ



ÍNDICE DEL GASTO REAL POR CANASTAS





RADDA Consumer Knowledge Group

BOGOTÁ
IQ 2025

En el IQ 2025 los hogares gastaron en total

\$279,70
BILLONES DE PESOS

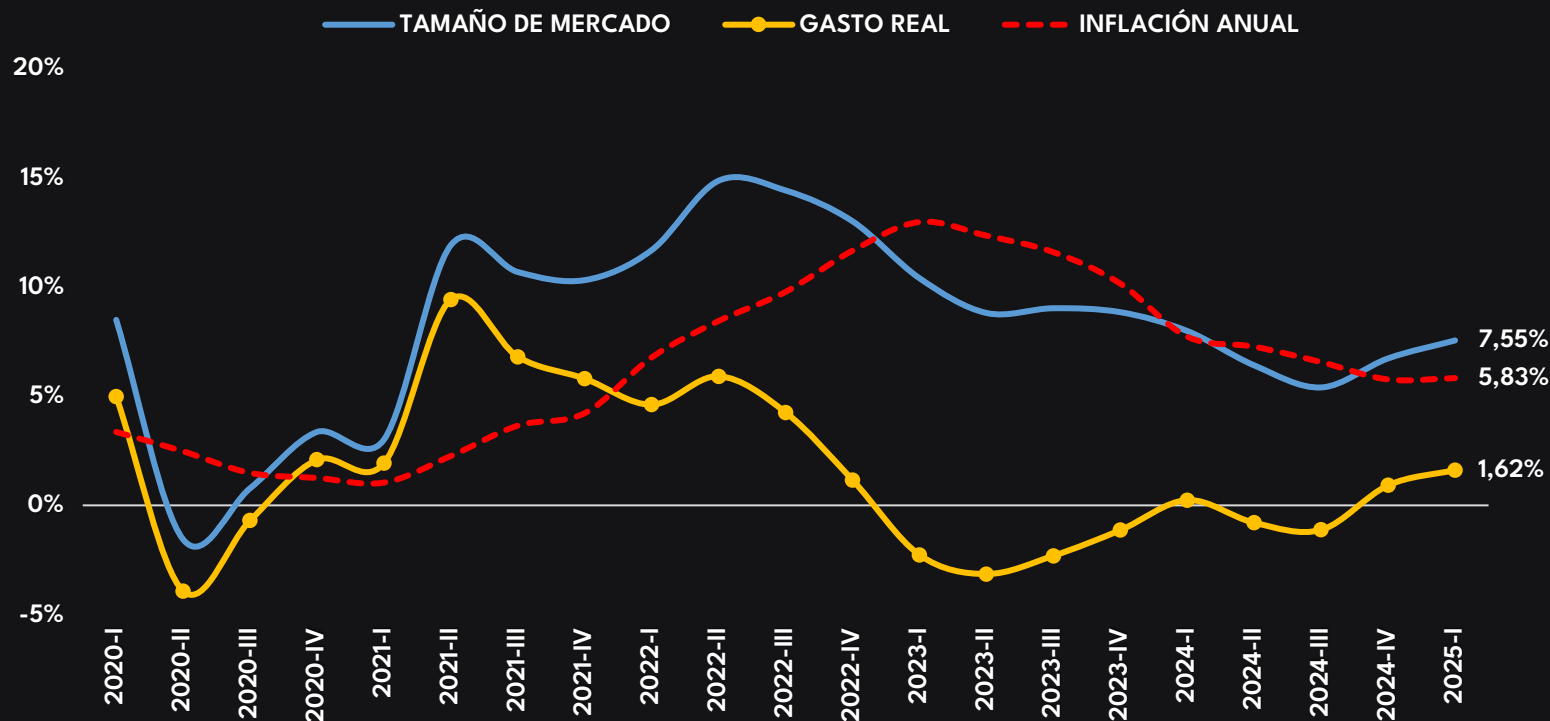
36,85%*

\$103,07
BILLONES DE PESOS

En la ciudad de
Bogotá

*Peso de la canasta en el gasto total nacional IQ 2025.

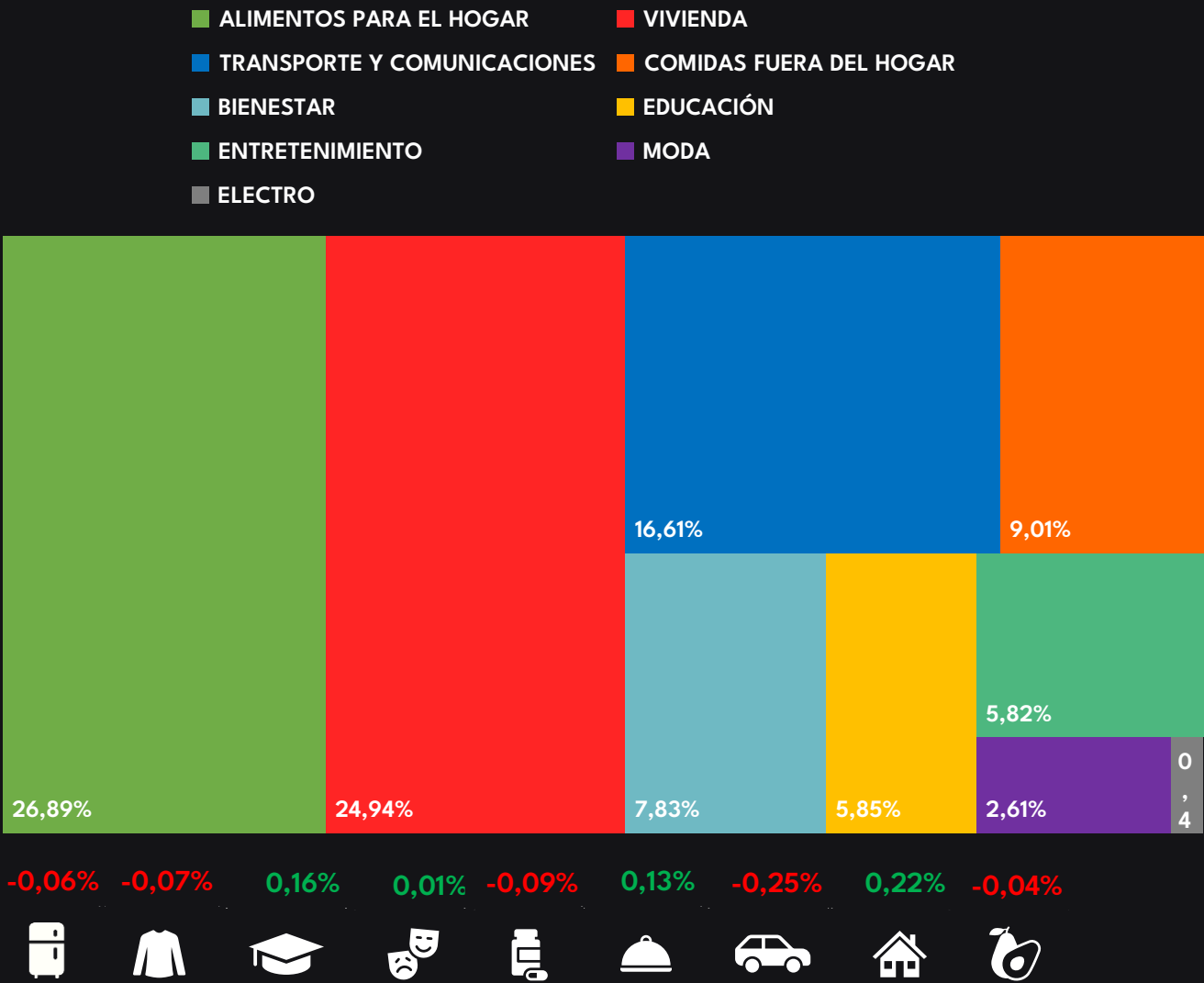
DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES EN **BOGOTÁ** EN EL AÑO IQ 2025



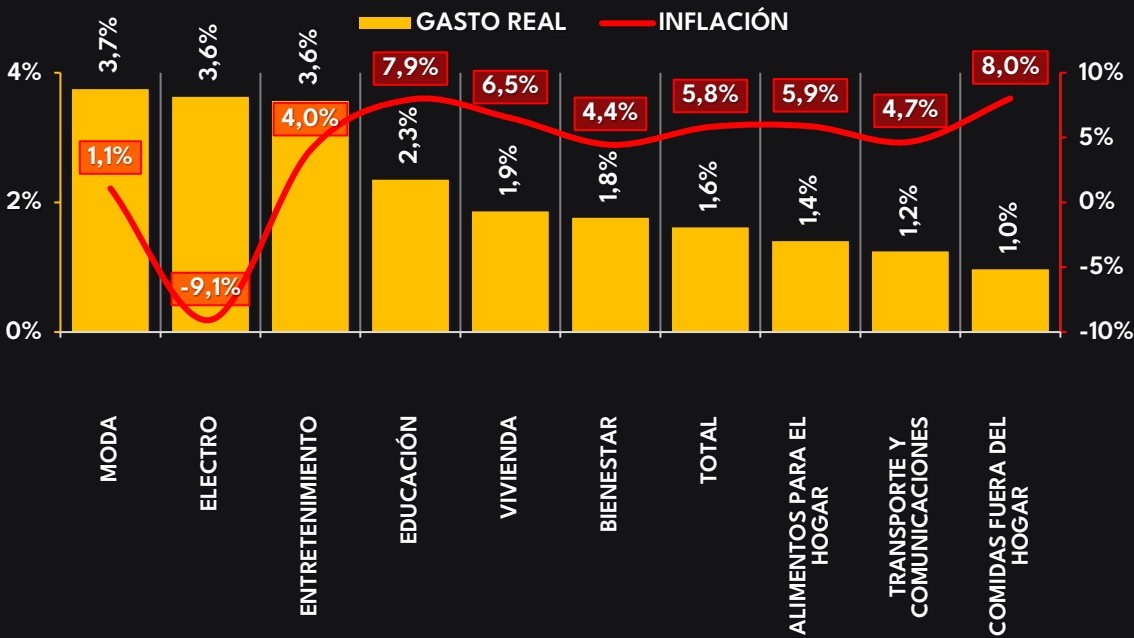
Bogotá tuvo un primer trimestre más favorable que en los últimos años, el cual incluso superó la dinámica del IVQ 2024, que tradicionalmente suele ser un importante motivador de gasto. Durante el IQ del 2025, febrero y marzo presentaron una dinámica de crecimiento favorecedora, especialmente gracias a canastas como Electro, Moda y Entretenimiento. Aunque la inflación no desaceleró notablemente, a causa de los ajustes en los precios de las tarifas de los arriendos, los servicios públicos, y el encarecimiento de algunos alimentos, los hogares se esforzaron por asignar un 7,5% más de dinero en comparación con el IQ del 2024, que pudo estar favorecido por una mejora en el mercado laboral respecto al 2024, que pudo estar beneficiado por las diversas campañas de empleo que ha realizado la Alcaldía. Por otro lado, cabe resaltar que el inicio de la temporada lluviosa estaría impactando en la movilidad de los hogares, además de el aumento de enfermedades respiratorias, y dado que se espera que las precipitaciones continúen o se intensifiquen en los próximos meses, la dinámica de gasto podría verse impactada, por ejemplo, en cambios de canales de compra, medios de transporte, y priorización de la canasta de Bienestar, por compra de medicamentos, por ejemplo.

LOS DESCUENTOS Y EL ENTRETENIMIENTO PROTAGONIZARON EL IQ DEL 2025

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN BOGOTÁ



DINÁMICA INTERANUAL DEL GASTO POR CANASTAS EN BOGOTÁ



Electro, Moda, y Entretenimiento tuvieron una dinámica de gasto mejor que las otras canastas, destacando que las dos últimas tuvieron la mejor dinámica desde el 2023. Los tradicionales descuentos de inicio de año pudieron motivar la renovación de electrodomésticos y vestuario. Además, estrategias como “Hecho en Bogotá” pudieron acercar a los hogares a emprendimientos locales de Moda, en espacios como el Festival Estéreo Picnic, Parque de la 93, la Feria de “Mujeres Productoras”, entre otros.

Para el caso de Entretenimiento, las ferias y fiestas de inicio de año, como la Feria de Manizales, el Carnaval de Barranquilla, y el Carnaval de Negros y Blancos pudieron tener un impacto positivo en los servicios de turismo. Además, estrenos de cine, como los de las películas de los Oscars, o la venta de más de 30 conciertos de grandes artistas nacionales e internacionales pudieron motivar el gasto en esta categoría.

REESTRUCTURACIÓN VS IQ 2024



Raddar CKG



@Raddarckg



Raddarckg



RADDAR CKG

¡VISÍTANOS!



GRACIAS