



RADDVA Consumer Knowledge Group

CALI
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%



BOGOTÁ

Var. anual del gasto real

3,23%

Tamaño de mercado
(billones de pesos)

33,5

Inflación anual

5,51%



BARRANQUILLA

Var. anual del gasto real

3,54%

Tamaño de mercado
(billones de pesos)

3,60

Inflación anual

4,13%



BUCARAMANGA

Var. anual del gasto real

2,85%

Tamaño de mercado
(billones de pesos)

1,82

Inflación anual

7,02%



MEDELLÍN

Var. anual del gasto real

3,06%

Tamaño de mercado
(billones de pesos)

9,33

Inflación anual

4,96%

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

\$6,79 Billones de pesos

TAMAÑO DE MERCADO

4,40%

INFLACIÓN ANUAL

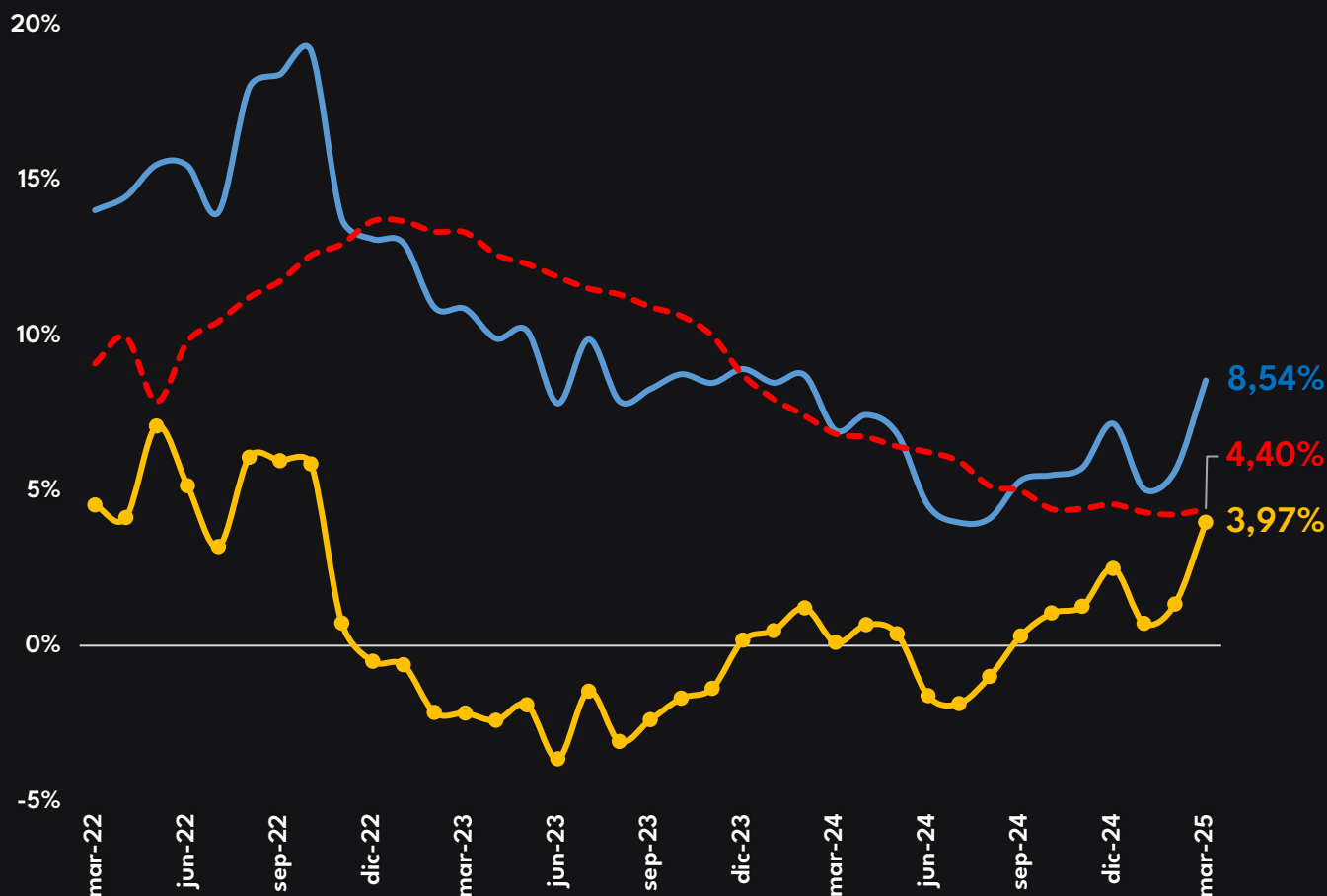
8,54%

GASTO CORRIENTE

3,97%

GASTO REAL

TAMAÑO DE MERCADO GASTO REAL INFLACIÓN ANUAL



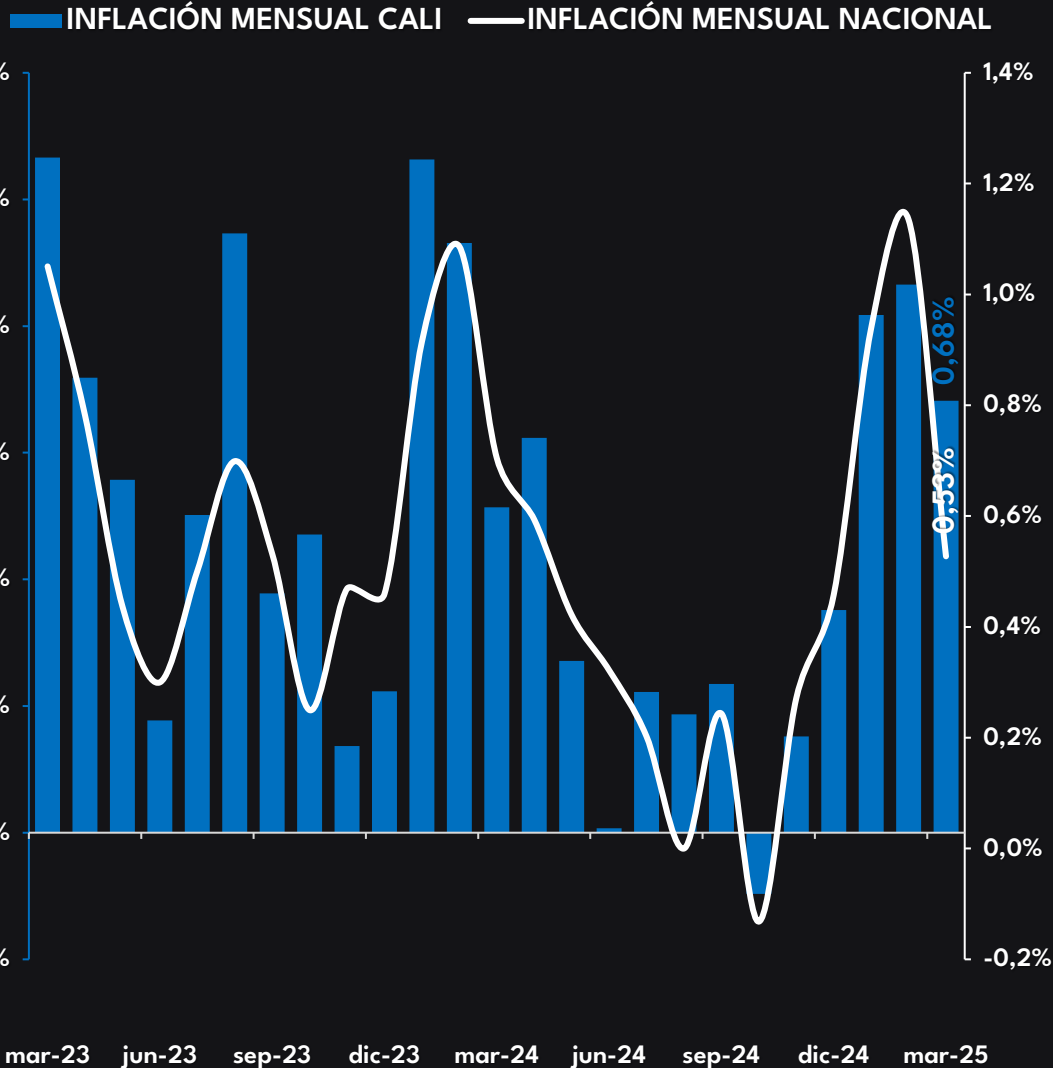
CON MENOS DESEMPLEO Y MÁS CONFIANZA, EN CALI REPUNTÓ NOTABLEMENTE EL GASTO EN MARZO

En marzo, el gasto real repuntó y alcanzó su máximo crecimiento de los últimos dos años. En línea con lo anterior, el gasto en dinero de los hogares aumentó respecto al año anterior, alcanzando la mejor dinámica de los últimos meses. Por su parte, la inflación mostró resistencia y repuntó moderadamente respecto al mes previo (+0,18 pp).

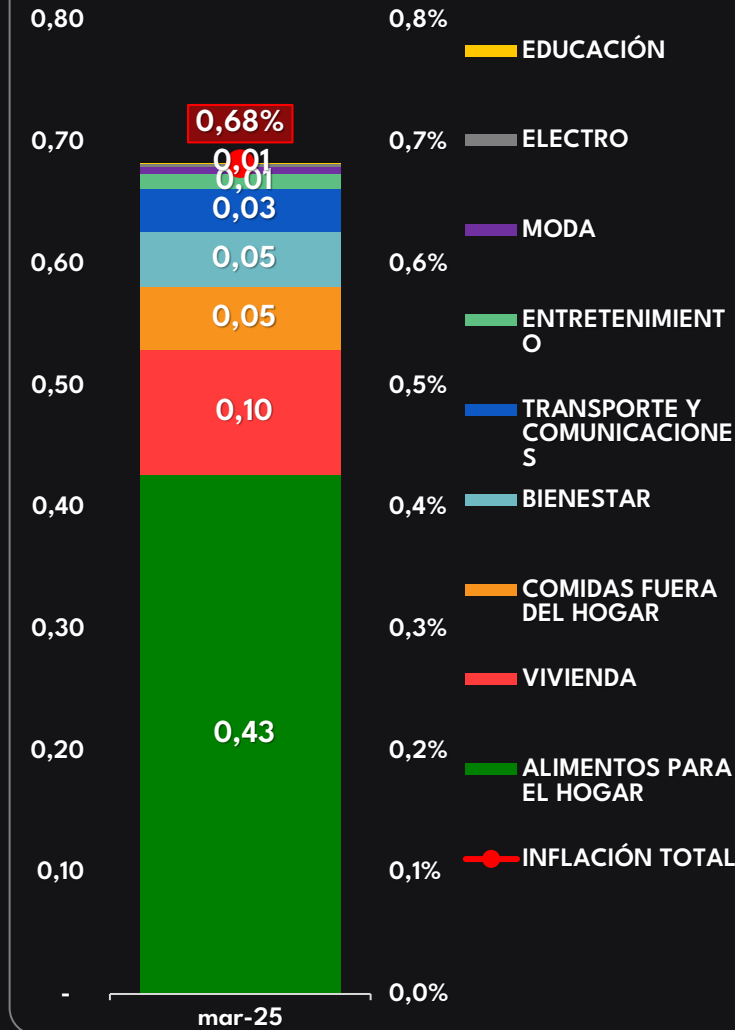
En general, la dinámica de gasto en Cali estuvo enmarcada en una disminución de la tasa de desempleo en 1,0 pp, para ubicarse en 10,7% en el trimestre móvil diciembre-febrero, respecto al mismo trimestre móvil del año pasado. Adicionalmente, la confianza del consumidor reflejó una mejora en la ciudad, al situarse en 4,2% en marzo de 2025, aumentando 3,4 pp y 0,9 pp en comparación con el mes inmediatamente anterior y mismo mes del año pasado, respectivamente. Es importante destacar que, en un contexto de paulatina recuperación en la actividad económica a nivel nacional, los hogares en la ciudad podrían estar siendo beneficiados por la estabilización macroeconómica, en las que se destacan la desaceleración de la inflación, tasas de interés más accesibles y una recuperación del empleo. Hacia futuro, los hogares podrían seguir con una dinámica favorable de gasto real, aunque dicho dinamismo dependerá de que la inflación continúe convergiendo a su rango meta, los efectos contagio de los conflictos geopolíticos internacionales se mantengan estables y la economía colombiana siga recuperándose.

INFLACIÓN MENSUAL MODERA SU RITMO EN MARZO TRAS CUATRO MESES AL ALZA

COMPORTAMIENTO INFLACIÓN MENSUAL



APORTE A LA INFLACIÓN MENSUAL POR CANASTAS (PUNTOS PORCENTUALES)



Después de cuatro meses consecutivos al alza, durante marzo, la inflación mensual cambió de tendencia y registró un menor crecimiento.

Las canastas que más contribuyeron a la contención de la inflación mensual de la ciudad (0,68%), que se ubicó por encima de la inflación nacional, fueron: Alimentos para el hogar (+0,43 pps), Vivienda (+0,10 pps), Comidas Fuera del Hogar (+0,05 pps) y Bienestar (+0,05 pps).

En línea con lo anterior, dentro de los productos o servicios que durante el mes tuvieron mayor inflación, se destacaron: Otras hortalizas y legumbres frescas (+13,60%), Café (+8,90%), Otras frutas frescas (+5,25%), Cebolla (+3,36%), Seguro privado (+3,01%) y Exámenes de laboratorio (+2,73%).

Las diversas presiones inflacionarias percibidas por los hogares en Cali pudieron estar vinculadas a: i) el mantenimiento de la oferta y abastecimiento de alimentos para el hogar en la ciudad (0,3 pps) –según la UPRA*–, lo que con niveles crecientes de demanda pudo presionar los precios al alza y, ii) la creciente demanda por seguro privado de salud que ha podido presionar los precios al alza, ante limitaciones de oferta.

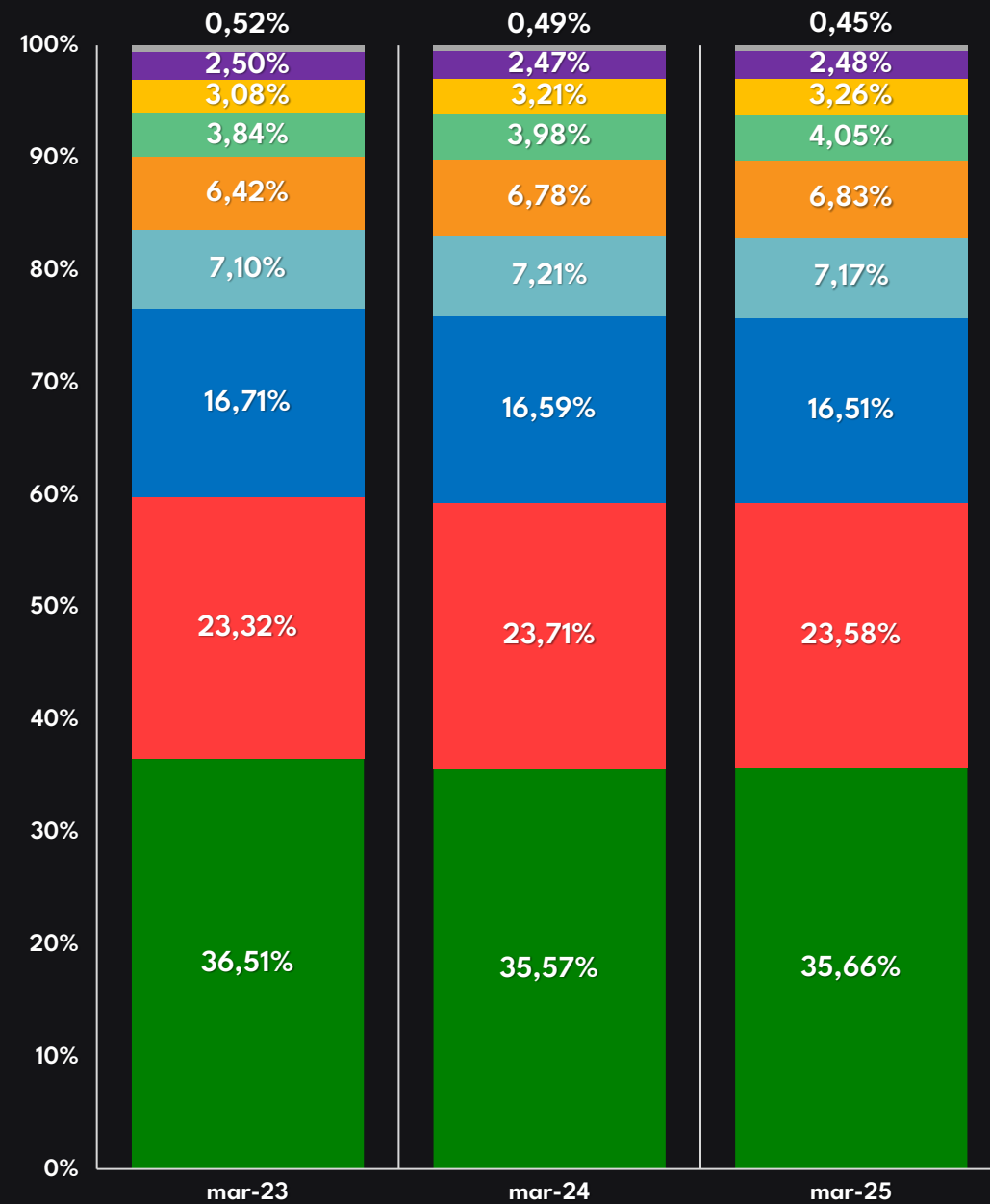
LOS HOGARES

DIVERSIFICARON SU GASTO, ASIGNANDO EN BIENES ESCENCIALES, ASÍ COMO EN SERVICIOS INDULGENTES

Durante el tercer mes del año, los hogares en Cali diversificaron y reestructuraron ciertas canastas de gasto, entre las cuales se destacó que hicieron una mayor reestructuración y asignación de gasto en i) Alimentos para el hogar, ii) Entretenimiento y, iii) Comidas Fuera del Hogar:

- i) En medio de presiones inflacionarias y dificultades logísticas a nivel nacional por el aumento de las lluvias, los Alimentos para el hogar pudieron tener mayores precios, por lo que esto pudo afectar a los hogares, llevándolos a asignar más dinero de su bolsillo.
- ii) La oferta cultural y de entretenimiento de la ciudad pudo impulsar el gasto en esta canasta, destacándose eventos como: los conciertos de temporada de la Filarmónica de Cali, las dos funciones de ballet de Giselle, el Run Centro 5K, el partido amistoso Sub-20 de Colombia Vs Rusia y, los conciertos de Delirio, Don Tetto, Milagros, Flora Martínez, entre otros.
- iii) Alineado con un mayor ocio y actividades al aire libre, los hogares pudieron asignar más dinero al gasto en comidas fuera del hogar, aunque también por las mayores presiones inflacionarias relacionadas con ajustes en los precios de los arriendos y tarifas del gas para establecimientos de comidas han podido tener algún impacto en el bolsillo de los hogares.

POCKETSHARE DE LOS HOGARES EN CALI



REESTRUCTURACIÓN VS. MAR-24

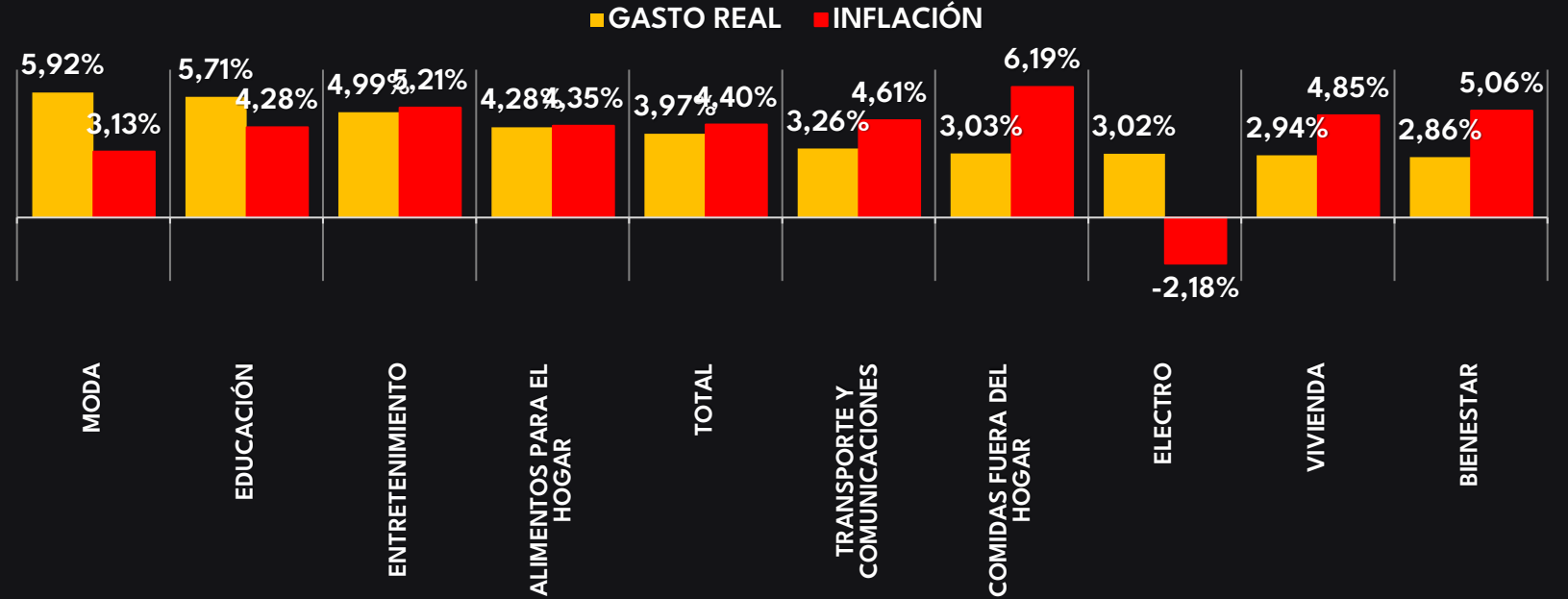


EN MEDIO DE ESTIMULADORES DE COMPRA, LOS HOGARES AUMENTARON SU GASTO REAL EN TODAS LAS CANASTAS

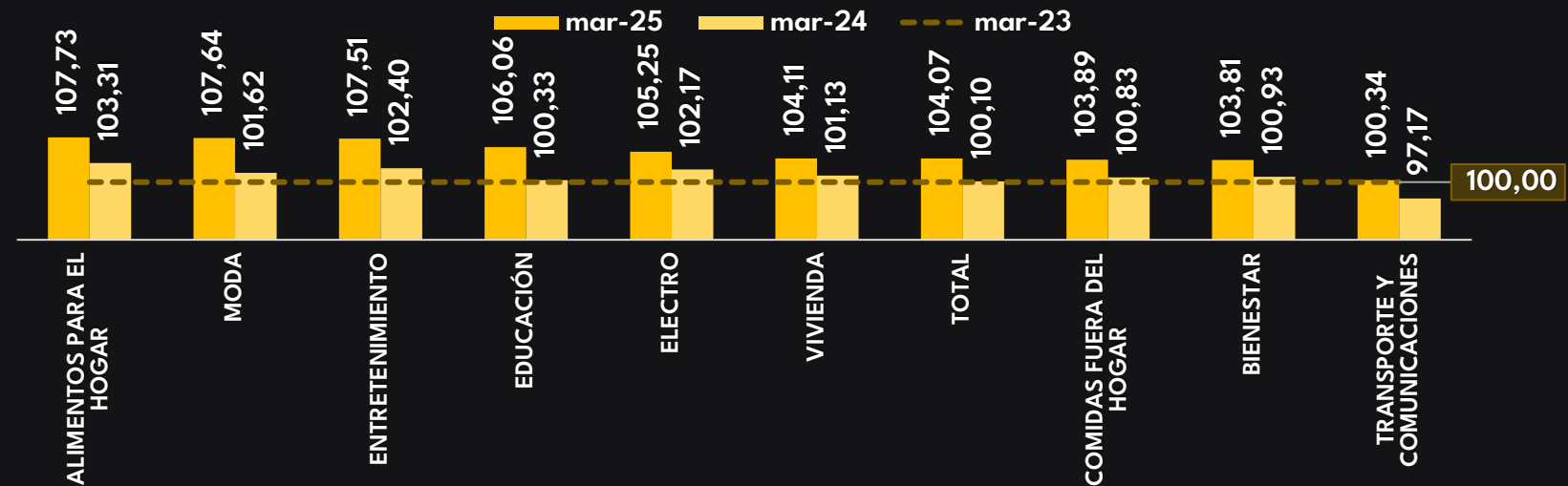
En marzo, se ubicaron en terreno positivo de gasto real todas las canastas, destacándose el mayor crecimiento de canastas como Moda, Educación, Entretenimiento y Alimentos para el hogar. En cuanto a la primera, el mayor apetito comprador pudo obedecer a una inflación más baja, así como estimuladores de compra en el marco del *Hot Sale* y los *Cyber Days* celebrados durante el mes, así como las promociones de Mercado Libre, Amazon y AliExpress en el cambio de temporada y nueva colección de la primavera. Además, la canasta de Electro también pudo verse impulsada por los descuentos de estas jornadas en las principales plataformas de compra *on-line*.

Por otra parte, Comidas fuera del hogar y Vivienda se destacaron por ubicarse en el top 3 de las canastas con mayor inflación, respondiendo, en parte, a los ajustes en los precios de arrendamientos durante el trimestre en la ciudad, los cuales fueron de 5,90%, cuyo valor estuvo por encima del techo establecido por la inflación anual del 2024 (5,20%). Adicionalmente, los ajustes transitorios en las tarifas del gas hicieron que los hogares, en medio de presiones inflacionarias, tuvieran que ajustar su asignación de gasto real para suplir con este servicio básico en sus viviendas.

DINÁMICA INTERANUAL DEL GASTO POR CANASTAS EN CALI



ÍNDICE DEL GASTO REAL POR CANASTAS





RADDVA Consumer Knowledge Group

CALI
IQ 2025

DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES EN CALI EN EL AÑO IQ 2025

En el IQ 2025 los hogares gastaron en total

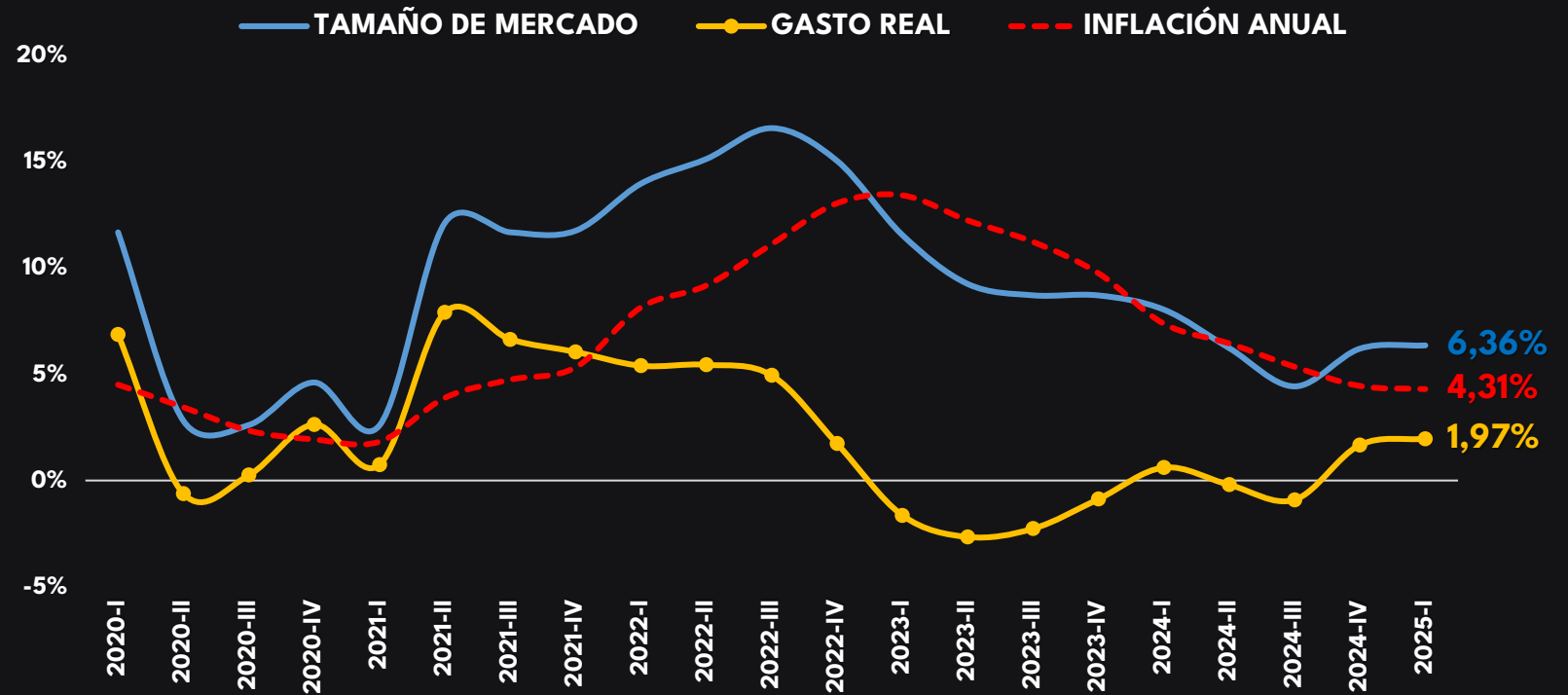
\$279,70
BILLONES DE PESOS

7,41%*

\$20,71
BILLONES DE PESOS

En la ciudad de
Cali

*Peso de la ciudad en el gasto total nacional IQ25.



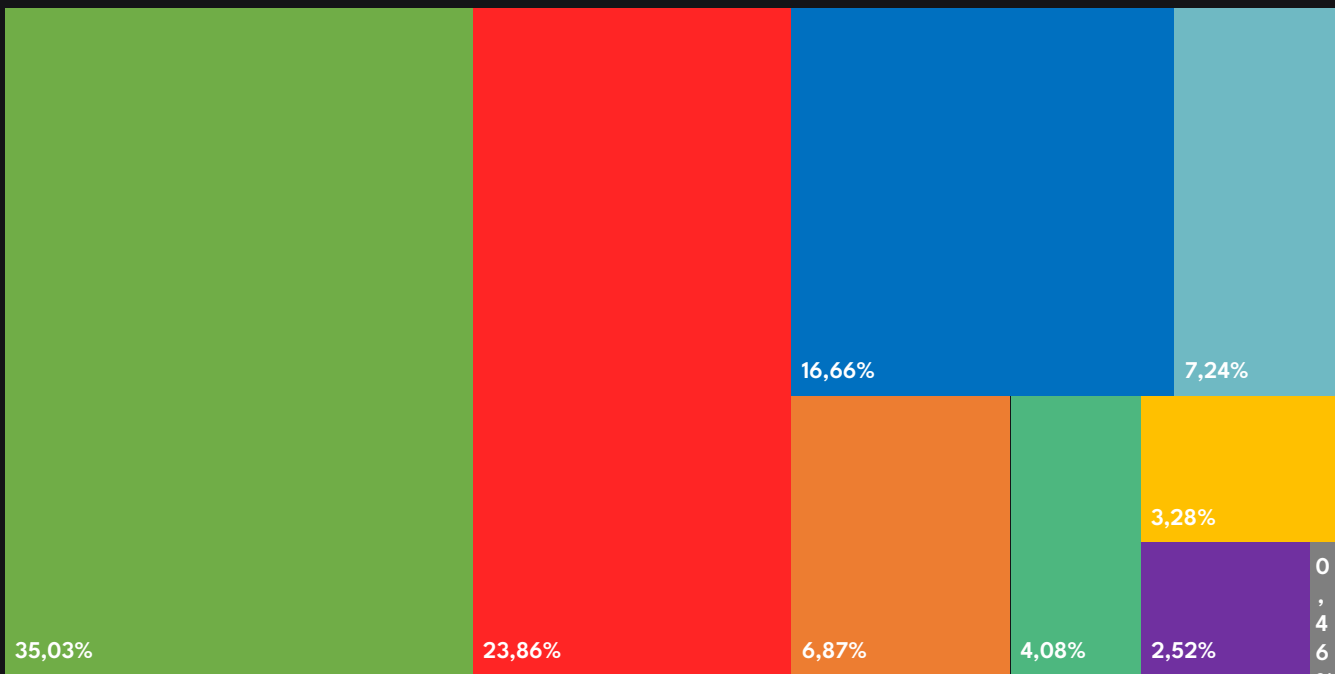
En el primer trimestre del año, el gasto real de la ciudad se ubicó por segundo trimestre consecutivo en terreno positivo y registró su mayor crecimiento trimestral en los últimos dos años. Adicionalmente, la inflación continuó su proceso de descenso, aunque moderó la velocidad de reducción observada desde el IQ24. Es importante destacar que, durante el trimestre, los hogares hicieron un esfuerzo por mantener su gasto en dinero.

El comportamiento del gasto de los hogares estuvo impulsado en los primeros meses del año por una combinación de factores, entre los que se destacaron: i) la temporada escolar de inicio de año, ii) la recuperación del empleo, en medio de programas y la firma del empréstito* de la alcaldía local, que registró un aumento, iii) las jornadas de descuento del Hot Sale, Cyber Days y promociones de cambio de temporada y, iv) los efectos generados por los más de 25 eventos desarrollados de enero a marzo, en lo que se destacó la conmemoración del Mes de la Historia Negra y la variada oferta de conciertos nacionales e internacionales.

EN LA MEDIDA QUE LA INFLACIÓN CEDIÓ, LOS HOGARES SE DIERON “PEQUEÑOS GUSTICOS”

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN CALI

- ALIMENTOS PARA EL HOGAR
- TRANSPORTE Y COMUNICACIONES
- COMIDAS FUERA DEL HOGAR
- EDUCACIÓN
- ELECTRO
- VIVIENDA
- BIENESTAR
- ENTRETENIMIENTO
- MODA

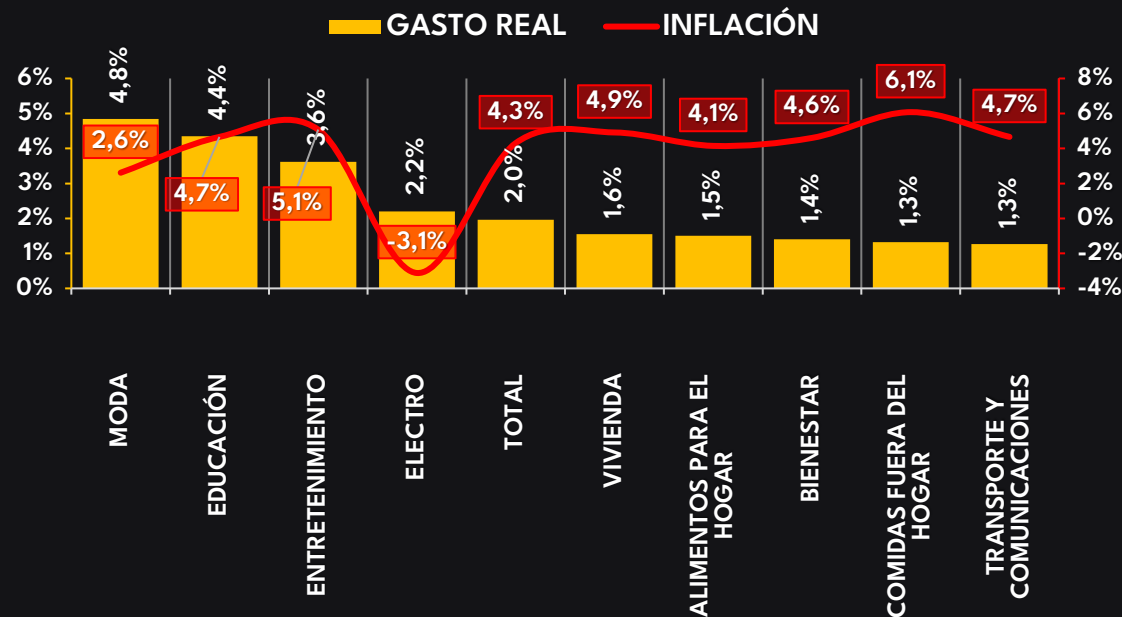


-0,03% 0,03% 0,09% 0,09% -0,02% 0,07% -0,06% 0,04% -0,21%



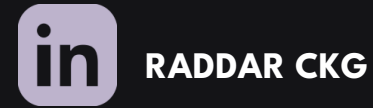
REESTRUCTURACIÓN VS IQ 2024

DINÁMICA INTERANUAL DEL GASTO POR CANASTAS EN CALI



Recientemente, se ha observado una menor volatilidad de la inflación de las distintas canastas; sin embargo, Comidas Fuera del Hogar continúa siendo la de mayor velocidad en el crecimiento de los precios, mientras que las canastas de primera necesidad mantuvieron una inflación entre el 4,0% y 5,0%, siendo esto inferior al nivel nacional (5,19%).

En el trimestre, el gasto real de los hogares continuó recuperándose, en la medida que la inflación fue cediendo y los ingresos de los hogares mejoraron moderadamente, en parte por mayores niveles de empleo con el programa de la alcaldía local “Más Empleos Cali 2025”. En particular, los hogares en Cali lograron maniobrar las presiones inflacionarias de servicios básicos, aumentando su asignación a la canasta de Vivienda en 0,04%, pero también, ante los requerimientos estacionales de la temporada de Educación, aumentaron su asignación a dicha canasta en 0,09%. No obstante, en la Sucursal del Cielo, los hogares buscaron darse pequeños “gusticos”, debido al crecimiento de Entretenimiento, Moda y Comidas fuera del hogar, en medio de distintos eventos desarrollados en el IQ25.



iVISÍTANOS!



GRACIAS

