

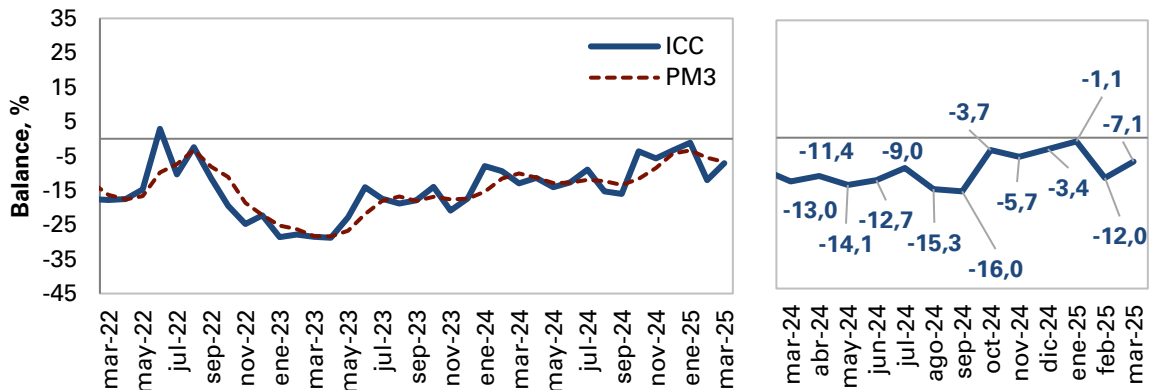
En marzo de 2025, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) alcanzó un balance de -7,1%, aumentando en 4,9 puntos porcentuales frente al mes de febrero de 2025 (-12,0%). Este resultado obedeció a un aumento de 5,5 puntos porcentuales en el Índice de Expectativas del Consumidor, y a un incremento de 3,8 puntos porcentuales en el Índice de Condiciones Económicas. Frente a marzo de 2024 (-13,0%), el ICC aumentó en 5,9 puntos porcentuales.

Al comparar los resultados en el primer trimestre de 2025 con los del cuarto trimestre de 2024, se observa una disminución en la confianza de los consumidores, así como en su disposición a comprar bienes durables y la valoración sobre la situación de su país. Por el contrario, la valoración de los consumidores sobre la situación de sus hogares incrementó respecto al trimestre anterior.

En el mes de marzo, la confianza del consumidor aumentó en cuatro de las cinco ciudades analizadas y en dos de los niveles socioeconómicos, respecto a febrero de 2025. Adicionalmente, la disposición a comprar bienes durables incrementó, mientras que la disposición a comprar vivienda y vehículo disminuyó, frente a febrero de 2025.

Los resultados de la Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) de marzo revelan que el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) alcanzó un balance de -7,1%, registrando un aumento de 4,9 puntos porcentuales frente al mes anterior (-12,0%) y un incremento de 5,9 puntos porcentuales frente a marzo de 2024 (-13,0%) (Gráfico 1).

Gráfico 1. Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



Fuente: Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) – Fedesarrollo. PM3: Promedio móvil 3 meses.

El crecimiento en la confianza de los consumidores en marzo con respecto al mes de febrero de 2025 obedeció a un aumento de 5,5 puntos porcentuales en el Índice de Expectativas del Consumidor, y a un incremento de 3,8 puntos porcentuales en el Índice de Condiciones Económicas (Gráfico 2). Al comparar con el mismo mes del año anterior, el crecimiento en la confianza de los consumidores obedeció a un aumento de 7,4 puntos porcentuales en el Índice de Condiciones Económicas, y al incremento de 4,9 puntos porcentuales en el Índice de Expectativas del Consumidor.

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) está conformado por cinco componentes que se detallan en el Cuadro 1. Los primeros tres componentes corresponden a las expectativas de los hogares a un año y conforman el Índice de Expectativas del Consumidor (IEC), mientras que los dos restantes reflejan la percepción de los consumidores acerca de la situación económica actual, y conforman el Índice de Condiciones Económicas (ICE).

Con relación a febrero de 2025, el crecimiento del ICC en marzo de 2025 se explicó por un aumento de 5,5 puntos porcentuales en el IEC, pasando de -9,5% a -4,0%, y a un incremento de 3,8 puntos porcentuales en el ICE, pasando de -15,7% a -11,9%. Frente a marzo de 2024, se observó un aumento de 7,4 puntos porcentuales en el ICE, pasando de -19,3% a -11,9%, y un incremento de 4,9 puntos porcentuales en el IEC, pasando de -8,9% a -4,0%.

Cuadro 1. Evolución de los componentes del ICC
(Balances entre respuestas favorables y desfavorables, %)

Variable / Balance %	2024	2025	
	Marzo	Febrero	Marzo
Índice de Confianza del Consumidor – ICC	-13,0	-12,0	-7,1
A. Índice de Expectativas del Consumidor – IEC	-8,9	-9,5	-4,0
- Dentro de un año ¿a su hogar le estará yendo económicamente mejor?	11,3	21,2	21,1
- Durante los próximos 12 meses ¿vamos a tener buenos tiempos económicamente?	-24,0	-30,8	-21,9
- Dentro de 12 meses ¿cree usted que las condiciones económicas del país en general estarán mejores?	-13,9	-18,8	-11,2
B. Índice de Condiciones Económicas - ICE	-19,3	-15,7	-11,9
- ¿Cree usted que a su hogar le está yendo económicamente mejor o peor que hace un año?	-16,1	-18,5	-13,9
- ¿Cree usted que este es un buen momento o un mal momento para que la gente compre muebles, nevera, lavadora, televisor, y cosas como esas?	-22,4	-12,9	-9,8

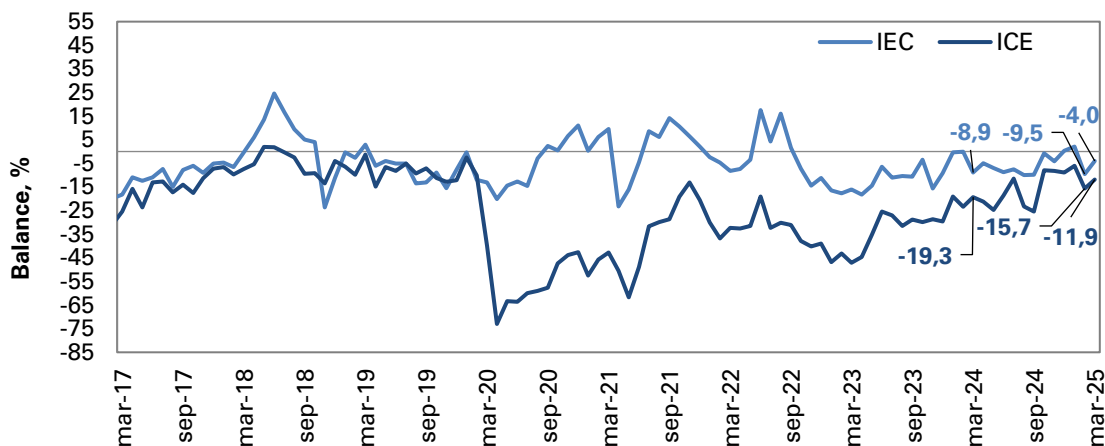
Fuente: Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) – Fedesarrollo.

Al comparar los resultados del primer trimestre de 2025 con los del cuarto trimestre de 2024, se observa una disminución de 2,4 puntos porcentuales en el ICC, pasando de -4,3% a -6,7%. Asimismo, la disposición a comprar bienes durables y la valoración de los consumidores sobre la situación de su país disminuyó en 5,2 y 0,6 puntos porcentuales,

respectivamente, frente al trimestre anterior. Por su parte, la valoración de los consumidores sobre la situación de sus hogares incrementó en 0,5 puntos porcentuales, en comparación con el balance registrado en el cuarto trimestre de 2024 (Gráfico 3).

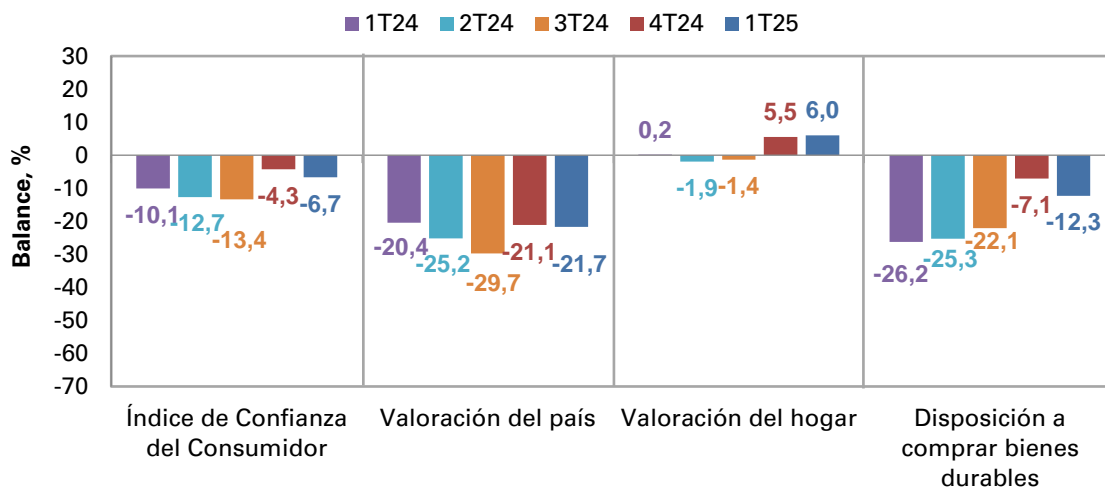
Frente al mismo trimestre del año anterior, se observa un incremento de 3,4 puntos porcentuales en el ICC (1T24: -10,1%), así como un incremento de 13,9 y 5,8 puntos porcentuales en la disposición a comprar bienes durables y la valoración de los consumidores sobre la situación de sus hogares, respectivamente. Por su parte, la valoración de los consumidores sobre la situación de su país disminuyó en 1,3 puntos porcentuales frente al balance registrado en el primer trimestre de 2024.

Gráfico 2. Índice de Expectativas del Consumidor (IEC) e Índice de Condiciones Económicas (ICE)



Fuente: Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) – Fedesarrollo.

Gráfico 3. Percepción de los consumidores sobre la situación del país y del hogar



Fuente: Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) – Fedesarrollo.

Ciudades. En marzo de 2025, el ICC aumentó en cuatro de las cinco ciudades analizadas respecto al mes de febrero de 2025.

En comparación con el mes anterior, se registraron las siguientes variaciones en el ICC: 14,2 puntos porcentuales en Barranquilla, 5,9 puntos porcentuales en Bogotá, 4,3 puntos porcentuales en Bucaramanga, 3,4 puntos porcentuales en Cali y -2,8 puntos porcentuales en Medellín (Cuadro 2).

Cuadro 2. Evolución del ICC por ciudades

Ciudad. Balance %	2024		2025	
	Marzo	Febrero	Marzo	
Bogotá	13,4	-12,9	-7,0	
Medellín	-23,7	-22,4	-25,2	
Cali	3,3	0,8	4,2	
Barranquilla	-13,6	0,1	14,3	
Bucaramanga	-21,0	-17,2	-12,9	
Total	-13,0	-12,0	-7,1	

Fuente: Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) – Fedesarrollo.

Nivel socioeconómico. La confianza de los consumidores aumentó en dos de los niveles socioeconómicos en marzo de 2025 respecto al mes de febrero de 2025.

En marzo de 2025, se registró un incremento en la confianza de los consumidores de 7,6 puntos porcentuales en el estrato bajo y de 5,2 puntos porcentuales en el estrato medio, frente al mes anterior. Por su parte, se registró una caída de 31,7 puntos porcentuales en el estrato alto, respecto a febrero de 2025 (Cuadro 3).

Cuadro 3. Evolución del ICC por nivel socioeconómico

Nivel Socioeconómico. Balance %	2024		2025	
	Marzo	Febrero	Marzo	
Alto	-37,0	-26,4	-58,1	
Medio	-14,8	-6,7	-1,5	
Bajo	-9,0	-15,4	-7,8	
Total	-13,0	-12,0	-7,1	

Fuente: Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) – Fedesarrollo.

Vivienda. La disposición a comprar vivienda disminuyó en 3,8 puntos porcentuales en marzo de 2025 frente al mes anterior, y aumentó en 14,5 puntos porcentuales con respecto a marzo de 2024. Al analizar por ciudades, se observa que la disposición a comprar vivienda se redujo en tres de las cinco ciudades analizadas, relativo a febrero de 2025.

En marzo de 2025, el índice de disposición a comprar vivienda disminuyó en 3,8 puntos porcentuales en comparación con el mes anterior, pasando de -24,3% a -28,1%. Se observó

una disminución en las ciudades de Medellín (-22,1 puntos porcentuales), Bogotá (-5,0 puntos porcentuales) y Bucaramanga (-0,6 puntos porcentuales). Por su parte, se registró un incremento en Barranquilla (31,7 puntos porcentuales) y Cali (2,3 puntos porcentuales) (Cuadro 4).

Cuadro 4. Disposición a comprar vivienda por ciudades

Ciudad. Balance %	2024	2025	
	Marzo	Febrero	Marzo
Bogotá	-50,7	-17,8	-22,8
Medellín	-40,9	-32,3	-54,4
Cali	-16,6	-32,4	-30,1
Barranquilla	-24,2	-36,6	-4,9
Bucaramanga	-54,8	-32,3	-32,9
Total	-42,6	-24,3	-28,1

Fuente: Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) – Fedesarrollo.

En comparación con el mes anterior, la disposición a comprar vivienda disminuyó en los niveles socioeconómicos alto y medio.

Al analizar por nivel socioeconómico, se observa que en marzo de 2025 la disposición a comprar vivienda disminuyó en 22,1 puntos porcentuales y en 16,5 puntos porcentuales en los niveles socioeconómicos alto y medio, respectivamente, frente a febrero de 2025. Por su parte, se registró un incremento de 10,6 puntos porcentuales en el nivel socioeconómico bajo (Cuadro 5).

Cuadro 5. Disposición a comprar vivienda por nivel socioeconómico

Nivel Socioeconómico. Balance %	2024	2025	
	Marzo	Febrero	Marzo
Alto	-57,1	-26,5	-48,6
Medio	-47,6	-18,8	-35,3
Bajo	-36,4	-29,4	-18,8
Total	-42,6	-24,3	-28,1

Fuente: Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) – Fedesarrollo.

Bienes durables. La disposición a comprar bienes muebles y electrodomésticos presentó un incremento de 3,1 puntos porcentuales frente a febrero de 2025, y un incremento de 12,6 puntos porcentuales frente a marzo de 2024. Por ciudades, este indicador incrementó en tres de las cinco ciudades analizadas, respecto al mes anterior.

En marzo de 2025, el porcentaje de respuestas positivas respecto a si es un buen o mal momento para comprar bienes como muebles y electrodomésticos registró un balance de -9,8%, lo que representa un incremento de 3,1 puntos porcentuales en comparación con el mes anterior (-12,9%). Al analizarlo por ciudades, se observó un incremento en la


disposición a comprar bienes durables de 9,2 puntos porcentuales en Cali, de 8,8 puntos porcentuales en Bogotá y de 3,3 puntos porcentuales en Barranquilla. Por su parte, se observó una disminución de 21,0 puntos porcentuales en Medellín, y de 2,4 puntos porcentuales en Bucaramanga, frente al mes anterior (Cuadro 6).

Cuadro 6. Disposición a comprar bienes muebles y electrodomésticos por ciudades

Ciudad. Balance %	2024	2025	
	Marzo	Febrero	Marzo
Bogotá	-22,0	-14,4	-5,6
Medellín	-41,6	-17,4	-38,4
Cali	-6,2	-8,6	0,6
Barranquilla	-11,8	8,4	11,7
Bucaramanga	-26,2	-27,2	-29,6
Total	-22,4	-12,9	-9,8

Fuente: Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) – Fedesarrollo.

Vehículos. En marzo de 2025, la disposición a comprar vehículo registró un balance de **-51,3%**, lo que representa una caída de **6,0 puntos porcentuales** respecto al mes anterior (**-45,3%**). Frente a marzo de 2024 (-62,1%), se observa que la disposición a comprar vehículo incrementó en 10,8 puntos porcentuales.



FEDESARROLLO
Centro de Investigación Económica y Social

Contáctenos si desea acceder a los resultados desagregados por ciudad, nivel socioeconómico y otras preguntas de la encuesta

+57 1 3259777 ext. 340
comercial@fedesarrollo.org.co

Publicado el 16 de abril de 2025

Comentarios a Sofía Peralta Morales: speralta@fedesarrollo.org.co