



# **RADVA** Consumer Knowledge Group **REPORTS**

## **AÑO NUEVO, GASTO NUEVO**

En este informe libre podrás encontrar las principales cifras del gasto de los hogares en Colombia, abordando las diferentes variables que influyen en la dinámica mensual y anual.

**ENERO 2025**

## EN ENERO DE 2025, LA VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO REAL CONTINÚA EN TERRENO POSITIVO

En enero de 2025, el gasto de los hogares, desde la medición de Gastometría de RADDAR, fue de \$93 billones de pesos. En enero de 2024, el gasto de los hogares fue de \$87,9 billones, lo que significa un crecimiento en términos corrientes de 6,33%.

En términos reales, el crecimiento anual del gasto fue de 1,05%, manteniéndose en el terreno positivo de los últimos meses, aun así, en enero se registra un cambio en la tendencia.

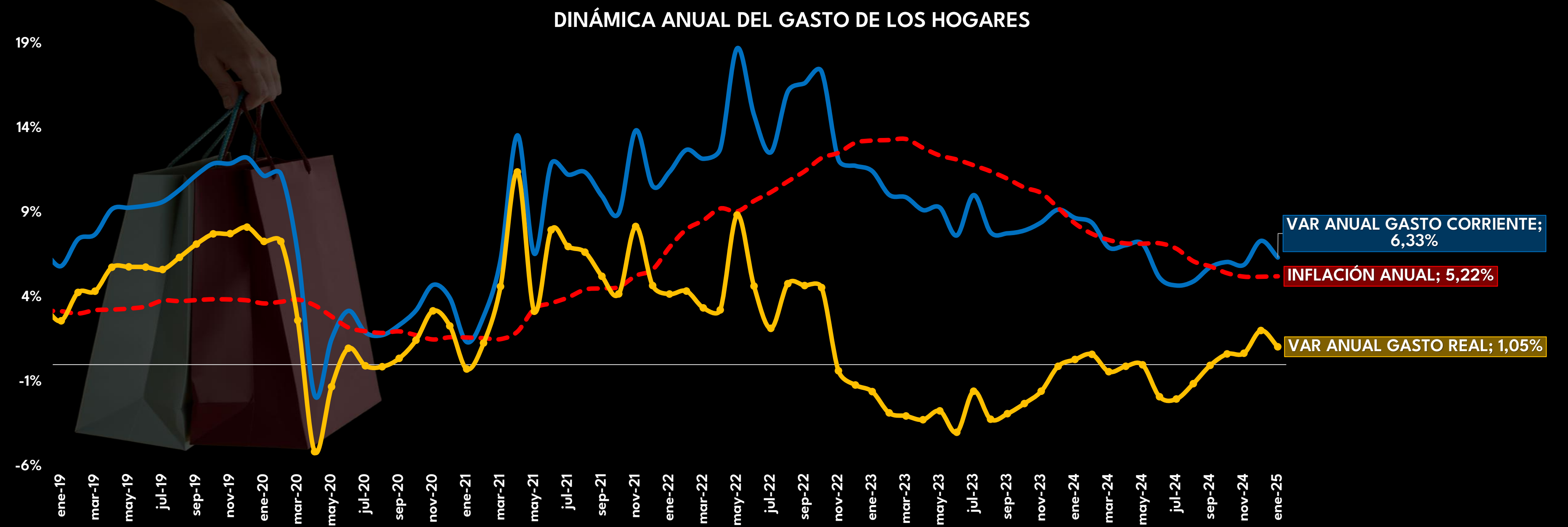
La colocación crediticia, sumando la causada con tarjeta de crédito, consumo - libre destinación e hipotecaria, tuvo un crecimiento anual de 17,7%, debido mayormente a la dinámica en colocación de crédito hipotecario frente al año pasado de 47,1 %.

El salario mínimo real vigente, tuvo un aumento anual de capacidad de compra de 4,06% y de ingreso por ocupado de -3,2%.

# 1,05%

**CRECIÓ EL GASTO REAL DE LOS HOGARES EN ENERO DE 2025, COMPARADO CONTRA EL MISMO MES DEL AÑO PASADO.**

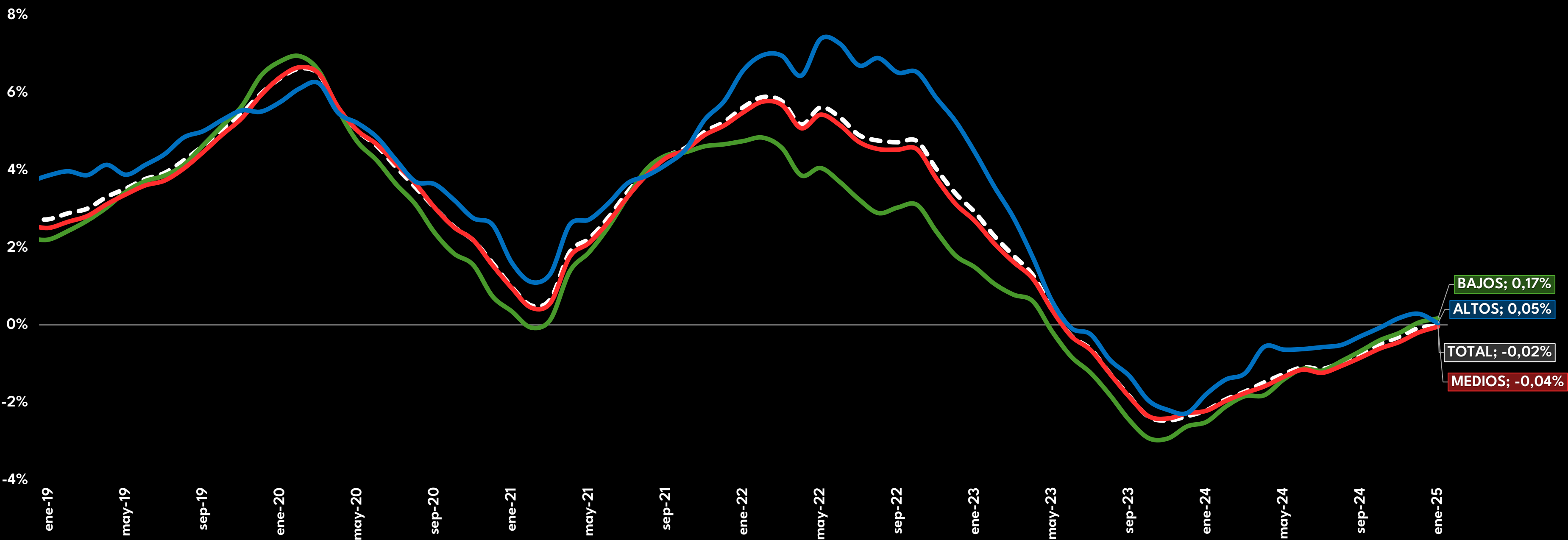
# EL GASTO DE LOS HOGARES CRECE PERO A UN MENOR RITMO QUE EN DICIEMBRE



El gasto de los hogares en enero continúa creciendo en términos reales, pese a que la inflación presentó un estancamiento impulsada principalmente por un nuevo repunte de alimentos. Ahora bien, ante el crecimiento de diciembre, uno de los mejores en los últimos años, la dinámica en el primer mes del año parece mostrar señales de desaceleración como un posible efecto base así como también por el escenario de inicio de año en donde los hogares suelen tener menos disposición de compra ante los aumentos en tarifas de transporte, educación, arriendos y otros rubros. Por otro lado, también vale la pena destacar el menor nivel de endeudamiento de los hogares, los cuales aunque puedan mantener cierta cautela, pueden tener más libertad para usar el crédito.

# EL GASTO EN LOS HOGARES DE INGRESOS MEDIOS NO LOGRA RECUPERARSE

DINÁMICA INTERANUAL DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES POR NIVELES DE INGRESO - ACUMULADO 12 MESES

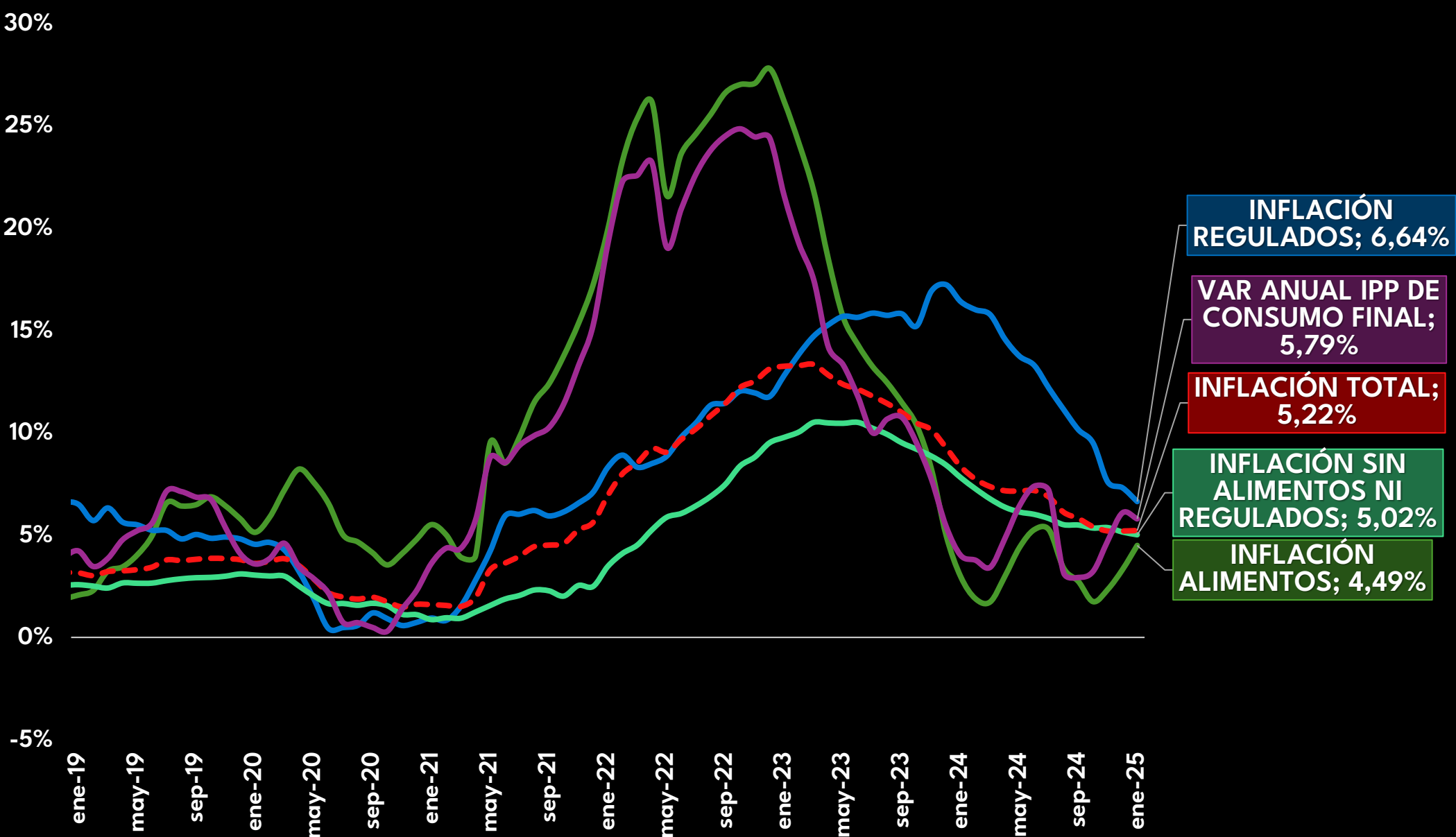


En los últimos 12 meses, el gasto de los hogares ha mostrado una tendencia al alza en todos los niveles de ingreso. Sin embargo, solo los hogares de ingresos altos y bajos han logrado ubicarse en terreno positivo. En los ingresos bajos, esto se debe principalmente a la desaceleración de la inflación de alimentos, lo que ha permitido una recuperación en su capacidad de compra. Por su parte, los hogares de ingresos altos han sido favorecidos por una mayor capacidad de consumo, impulsada por menores tasas de interés en créditos, que tienen un peso significativo en su estructura de gasto. En contraste, los hogares de ingresos medios, que representan una gran parte de la población en Colombia, aún enfrentan dificultades para recuperar su gasto real, lo que evidencia que el proceso de ajuste en el consumo aún no se ha completado.



# LA INFLACIÓN SE MANTUVO ESTABLE POR TERCER MES CONSECUTIVO Y PRESENTA OBSTÁCULOS PARA RETOMAR SU RUMBO A LA BAJA

DINÁMICA ANUAL MEDIDAS DE INFLACIÓN



CATEGORÍAS CON MAYOR CONTRIBUCIÓN AL RESULTADO DE LA INFLACIÓN MENSUAL DE ENERO DE 2025

CATEGORÍA	INFLACIÓN ANUAL	INFLACIÓN MENSUAL	APORTE INFLACIÓN MENSUAL
TRANPORTE PÚBLICO	9,31%	3,49%	
HORTALIZAS Y LEGUMBRES	7,13%	7,65%	
COMIDAS FUERA DEL HOGAR	8,24%	2,05%	
CARNES Y DERIVADOS DE LA CARNE	2,76%	1,59%	
GASTO DE OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA	7,22%	0,53%	
ALIMENTOS VARIOS	12,28%	2,03%	
TRANPORTE PERSONAL	1,77%	0,63%	
FRUTAS	16,63%	1,75%	
OTROS BIENES Y SERVICIOS	5,41%	1,00%	
CEREALES Y PRODUCTOS DE PANADERIA	1,06%	0,90%	

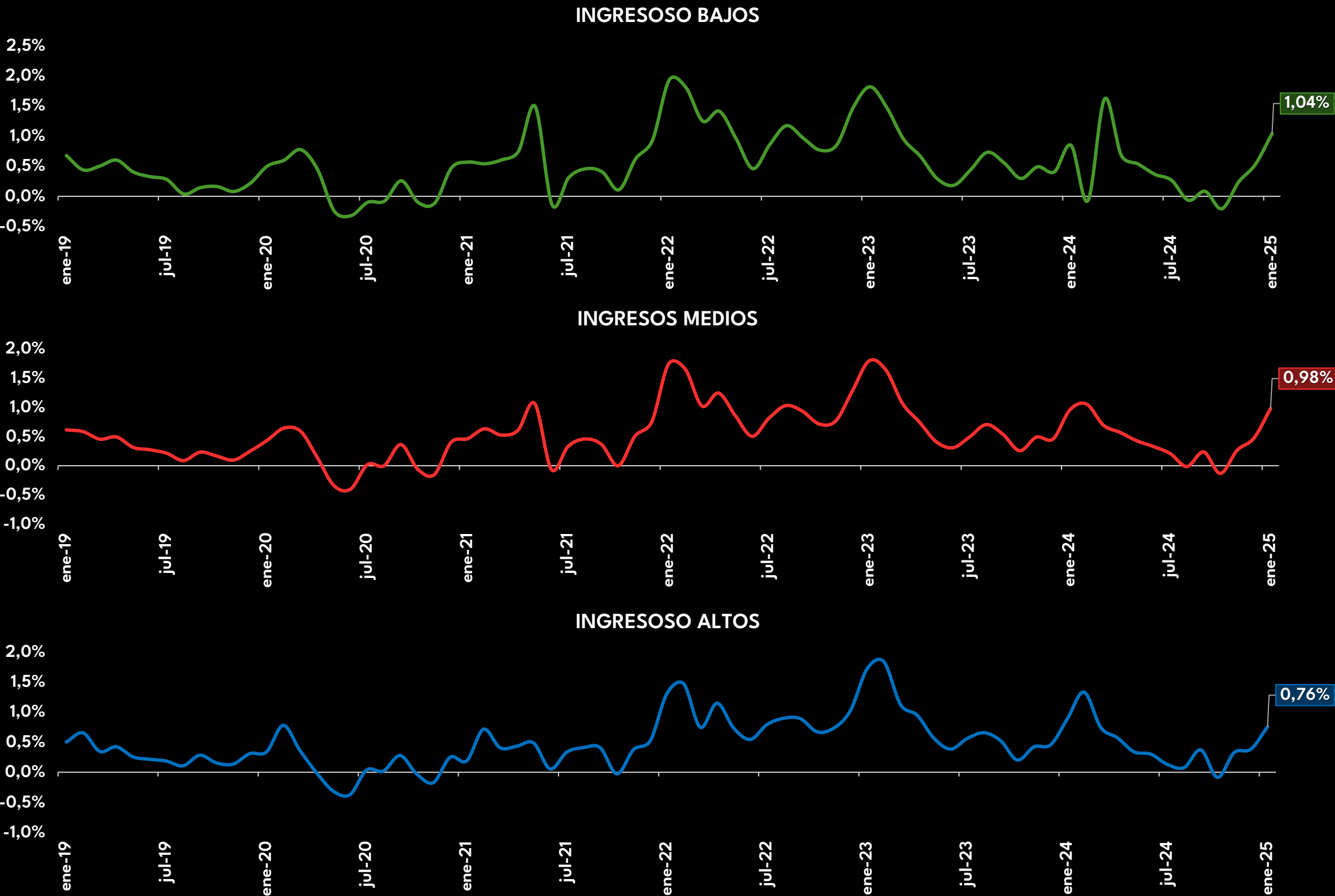
La inflación anual sorprendió en enero al mantenerse en 5,2% por tercer mes consecutivo. Al desagregar el indicador según las medidas de inflación básica del Banco de la República, destaca el repunte en la variación anual del IPC de alimentos, que además presentó en enero una inflación mensual superior al promedio histórico previo a la pandemia. Tanto los alimentos frescos como los procesados registraron incrementos importantes en sus precios. Entre los primeros, productos como el tomate y algunas hortalizas fueron los que más subieron, mientras que, en los procesados, las gaseosas sorprendieron por su fuerte aumento mensual, influenciado en parte por el alza en la tasa del impuesto a las bebidas azucaradas.

Otros rubros que presionaron el bolsillo de los hogares fueron los relacionados con el transporte público, cuyos precios suelen ajustarse al inicio del año debido a la indexación con variables como la inflación de cierre del año anterior. No obstante, como aspecto positivo, se mantiene la tendencia a la baja en indicadores como la inflación de bienes regulados y la inflación sin alimentos ni regulados.

A pesar de esto, persisten factores que requerirán de mantener un constante seguimiento, como el incremento en los precios al productor medidos a través del IPP, que podrían terminar trasladándose al consumidor final y generar nuevas presiones sobre el gasto de los hogares.

# LA INFLACIÓN DE ENERO PODRÍA IMPACTAR CON MAYOR FUERZA A LOS HOGARES DE INGRESOS BAJOS Y MEDIOS

## INFLACIÓN MENSUAL POR NIVELES DE INGRESO

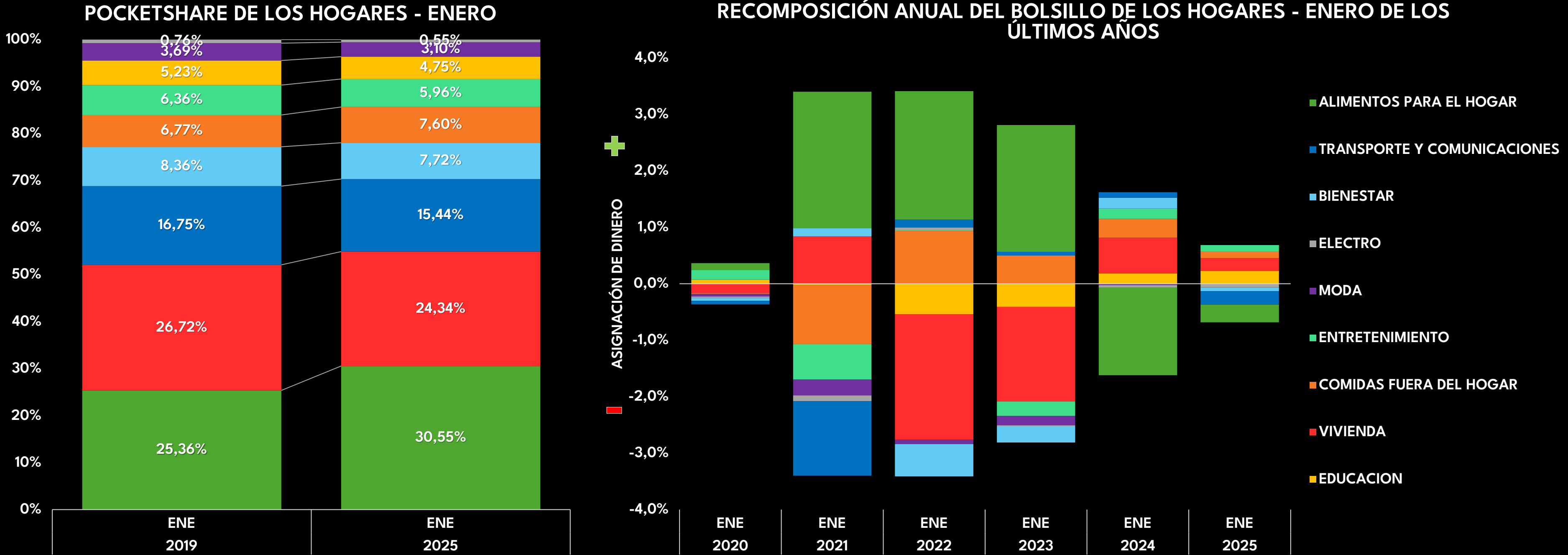


En enero, la inflación ha mostrado un repunte a nivel mensual, lo que sugiere una combinación de factores estacionales y estructurales que han presionado el indicador al alza. Parte de este comportamiento puede explicarse por los ajustes de inicio de año, en los que bienes y servicios indexados al aumento del salario mínimo han tenido incrementos significativos. Este fenómeno no es nuevo, ya que cada año los ajustes salariales impactan directamente sobre algunos precios regulados y servicios, trasladando parte de esa presión inflacionaria al consumidor final.

Otro factor relevante en este repunte inflacionario ha sido el comportamiento de ciertos productos agrícolas, como la naranja y el tomate, cuya oferta se ha visto afectada, generando un impacto significativo en la inflación de alimentos. Esto es particularmente importante porque los alimentos tienen un peso considerable dentro de la canasta de consumo, especialmente para los hogares de ingresos bajos.

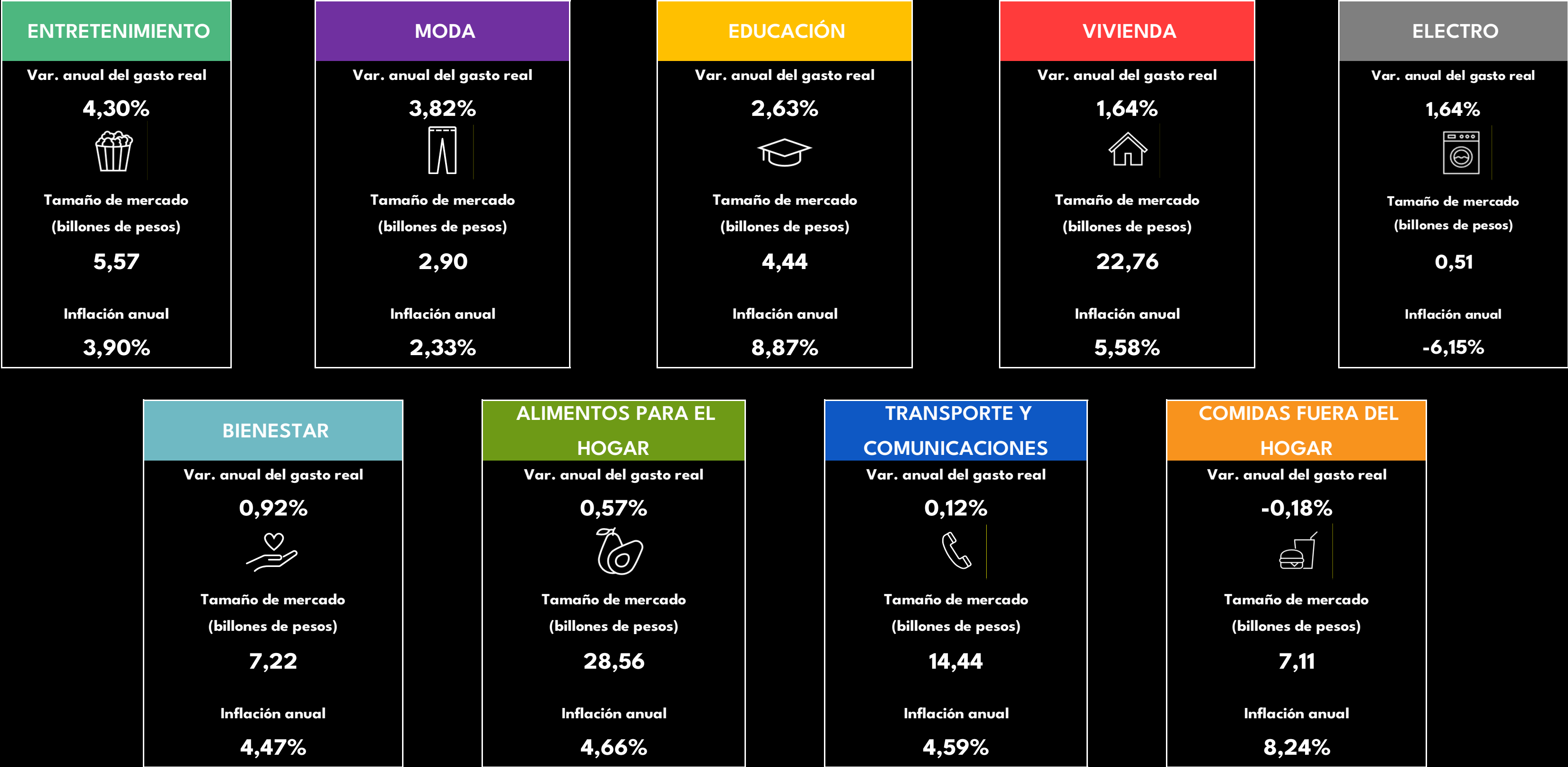
Ahora bien, el impacto de la inflación no es homogéneo entre los diferentes niveles de ingreso. Para los hogares de menores recursos, el alza en los precios de los alimentos representa un golpe directo a su poder adquisitivo, dado que destinan una mayor proporción de su gasto a este tipo de bienes. En contraste, los hogares de ingresos medios y altos pueden verse más afectados por el incremento en tarifas de servicios públicos o en la educación privada, rubros que suelen tener una mayor participación en su presupuesto. Esto es clave para entender las dinámicas de consumo y las posibles estrategias de ajuste que implementarán las familias en los próximos meses.

# EL GASTO DE LOS CONSUMIDORES SE HA ADAPTADO A LAS CAMBIANTES COYUNTURAS ECONÓMICAS



En los últimos años, el gasto de los hogares ha experimentado cambios significativos en la composición de su presupuesto, reflejando las transformaciones económicas y sociales recientes. Una de las variaciones más notables es el incremento en la participación de los alimentos dentro del gasto total de los hogares. En comparación con 2019, este rubro ha ganado al menos 5 puntos porcentuales dentro del bolsillo de los consumidores, lo que implica que otros grupos de gasto han tenido que ajustarse para dar cabida a este aumento. Este fenómeno puede explicarse por varios factores, entre ellos el impacto de la inflación en los precios de los alimentos, que ha sido especialmente fuerte en los últimos años, sumado a cambios en las preferencias y necesidades de los hogares frente a coyunturas como la pandemia y la posterior recuperación económica. Estos cambios reflejan la capacidad de adaptación de los consumidores, quienes han reconfigurado su estructura de gasto en respuesta a un entorno económico dinámico, marcado por la inflación, cambios en el ingreso real y transformaciones en el costo de vida.

# DINÁMICA DE LAS CANASTAS DE CONSUMO ENERO-2025





# DINÁMICA DEL GASTO EN LAS CIUDADES PRINCIPALES ENERO-2025



## BARRANQUILLA

Var. anual del gasto real  
**1,00%**

Tamaño de mercado  
(billones de pesos)  
**3,69**

Inflación anual  
**3,71%**



## BOGOTÁ

Var. anual del gasto real  
**0,94%**

Tamaño de mercado  
(billones de pesos)  
**34,48**

Inflación anual  
**5,91%**



## MEDELLÍN

Var. anual del gasto real  
**0,84%**

Tamaño de mercado  
(billones de pesos)  
**9,58**

Inflación anual  
**5,13%**



## CALI

Var. anual del gasto real  
**0,72%**

Tamaño de mercado  
(billones de pesos)  
**6,88**

Inflación anual  
**4,29%**



## BUCARAMANGA

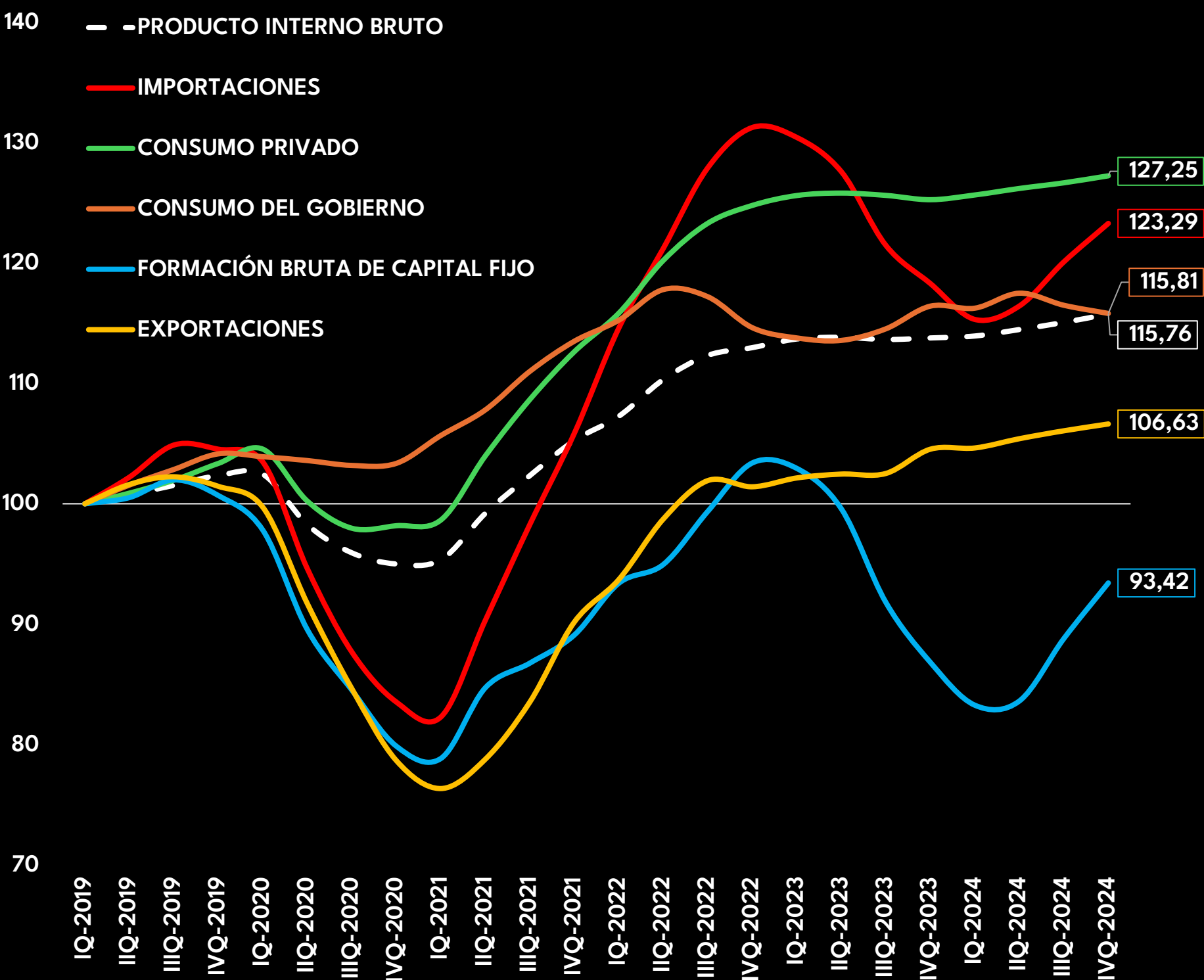
Var. anual del gasto real  
**-0,17%**

Tamaño de mercado  
(billones de pesos)  
**1,85**

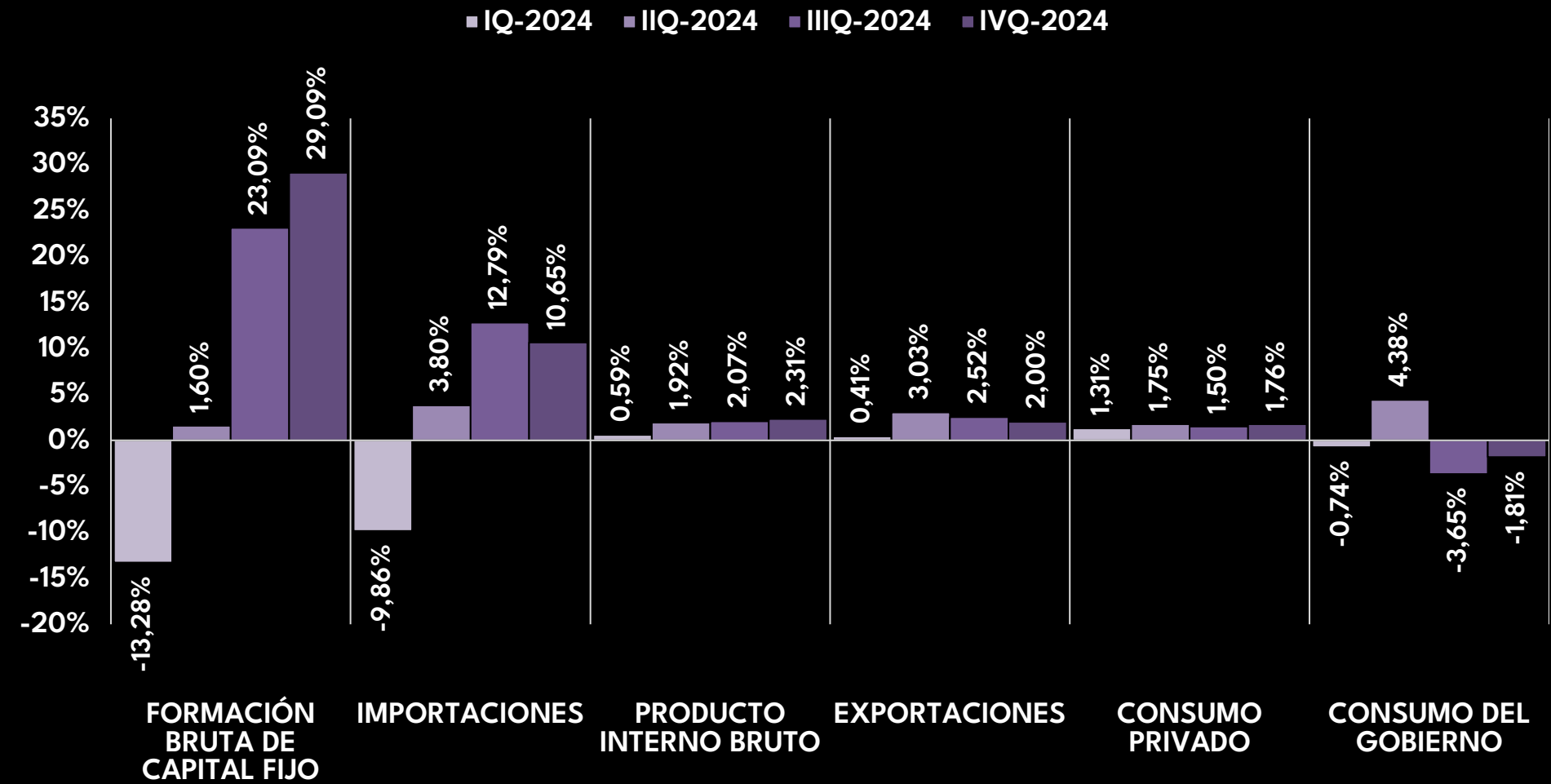
Inflación anual  
**6,69%**

# POR SEGUNDO AÑO, EL PIB CRECIÓ MÁS QUE EL CONSUMO DE LOS HOGARES, LIMITANDO SU PESO EN LA ECONOMÍA

ÍNDICE DEL PIB POR COMPONENTE DE LA DEMANDA ACUMULADO 4 TRIMESTRES (IQ-2019 = 100)



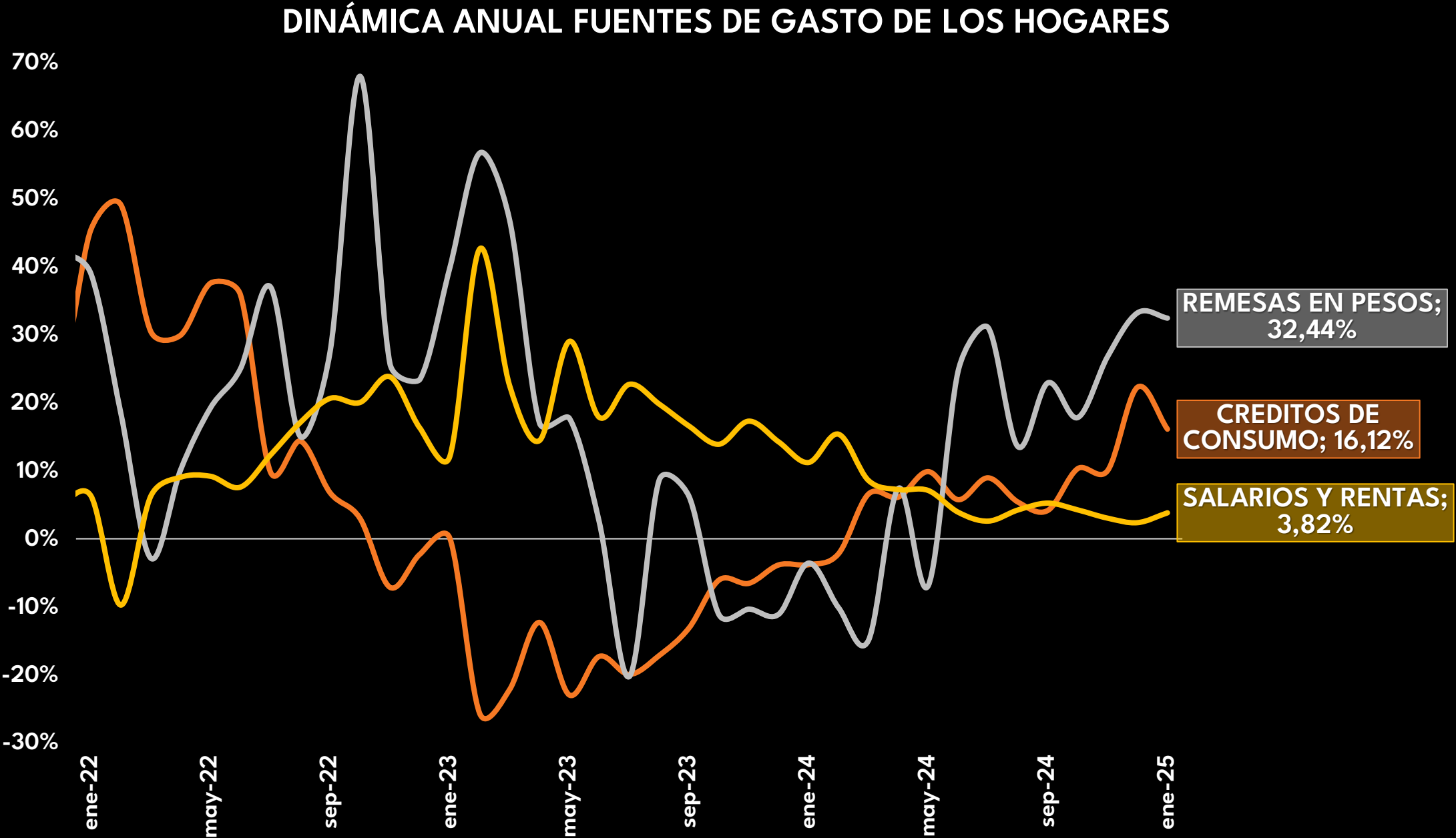
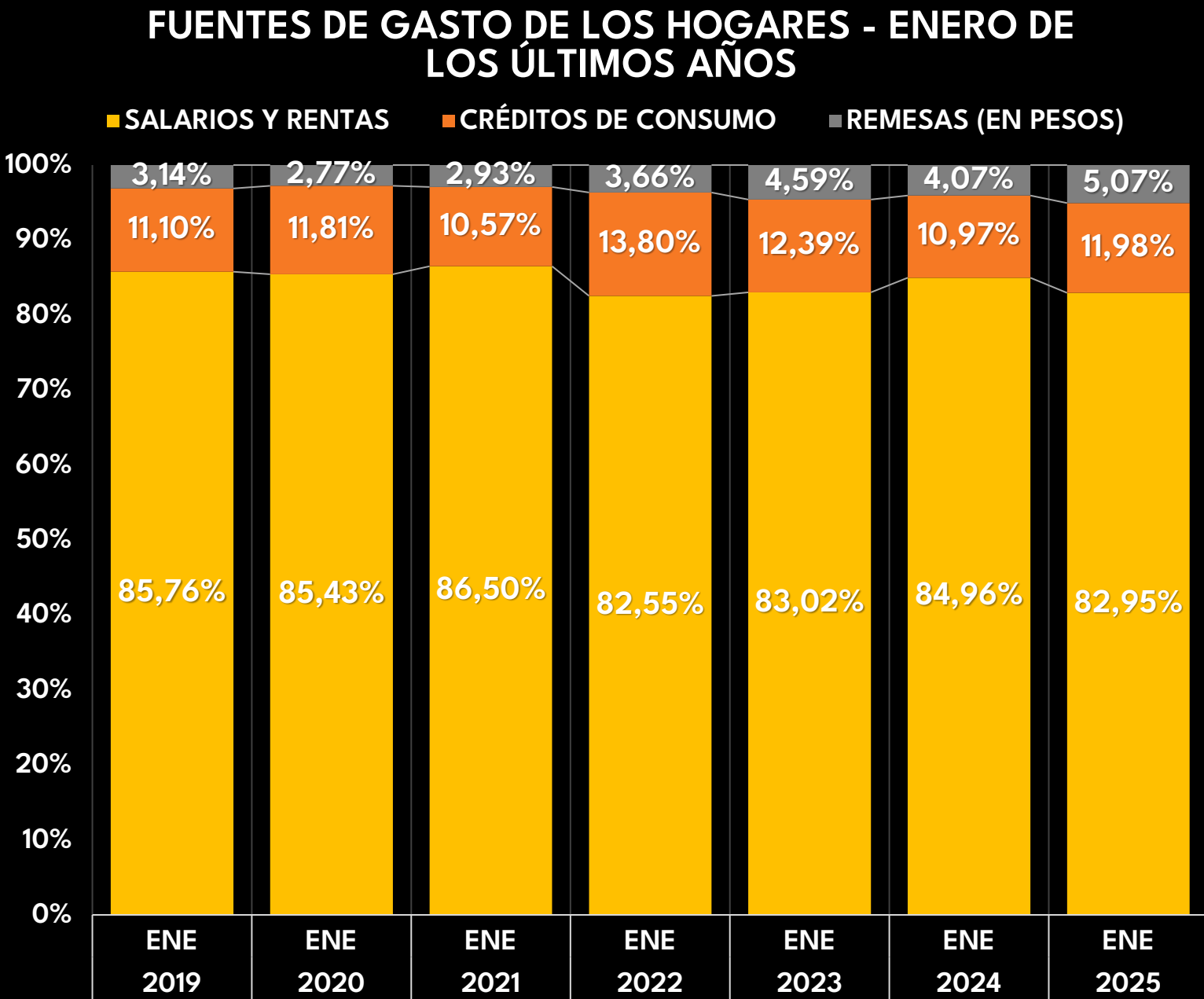
DINÁMICA ANUAL DEL PIB POR COMPONENTES



En el último trimestre del año, el Producto Interno Bruto del país creció 2,3% respecto al mismo periodo del año anterior, con lo que logró tener el crecimiento trimestral más alto del 2024. En ese sentido, la economía colombiana estuvo impulsada especialmente por la Formación Bruta de Capital – FBK – (+29,09%), mientras que el gasto público disminuyó, debido a los ajustes de austeridad en las finanzas públicas para cumplir con la Regla Fiscal.

En particular, en lo corrido del año, el crecimiento económico fue de 1,73%, con lo que la actividad productiva continuó con su proceso de recuperación, al crecer considerablemente por encima del año anterior (+0,6%). Por ende, el desempeño económico en 2024 estuvo soportado por el gradual proceso de reducción de la inflación y una política monetaria menos restrictiva, factores que estimularon la demanda interna, es decir, el consumo privado y las importaciones. Finalmente, aunque la FBK se recuperó durante el año, aún no logra los niveles prepandemia, en medio de un clima inversionista cauteloso a nivel regional.

# UN INICIO DE AÑO CON MÁS INGRESOS PARA LOS HOGARES Y UN LEVE AUMENTO EN LA PARTICIPACIÓN DEL CRÉDITO



Para enero de 2025, todas las fuentes de gasto de los hogares presentaron un crecimiento interanual, destacándose los importantes incrementos de las remesas y el uso de los créditos de consumo. En el caso de las remesas, estas se han visto beneficiadas no solo por el flujo migratorio de colombianos al exterior, sino también por una leve depreciación del tipo de cambio interanual. A principios de 2024, el tipo de cambio rondaba los 3.900 COP/USD, mientras que a inicios de 2025 se encontraba alrededor de los 4.300 COP/USD.

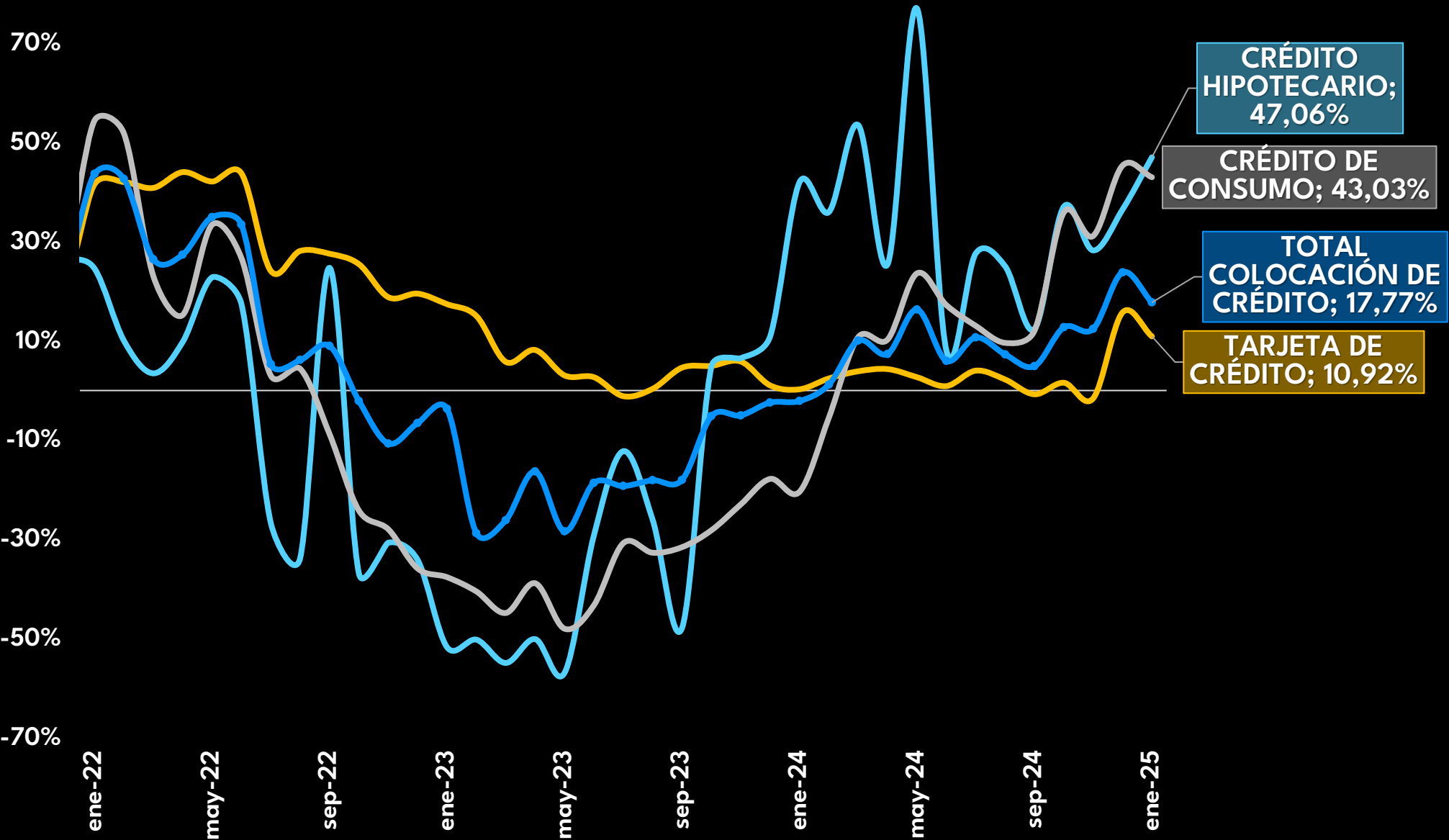
Respecto al crecimiento de los créditos de consumo, este puede deberse a un mayor uso de estos por parte de los hogares, ya que muchas personas recibieron el último pago de su salario hacia el 20 de diciembre, debiendo soportar más de 30 días con el mismo. Esto pudo haber obligado a algunos a recurrir al crédito para cubrir gastos básicos o aprovechar promociones de liquidación del mes, lo que, a su vez, podría haberse reflejado en una ligera mayor participación del crédito en la composición de las fuentes de gasto en comparación con enero del año pasado.

Por último, los ingresos por parte de salarios y rentas también mantuvieron su crecimiento, en medio del aumento en el número de ocupados y el incremento del salario mínimo.

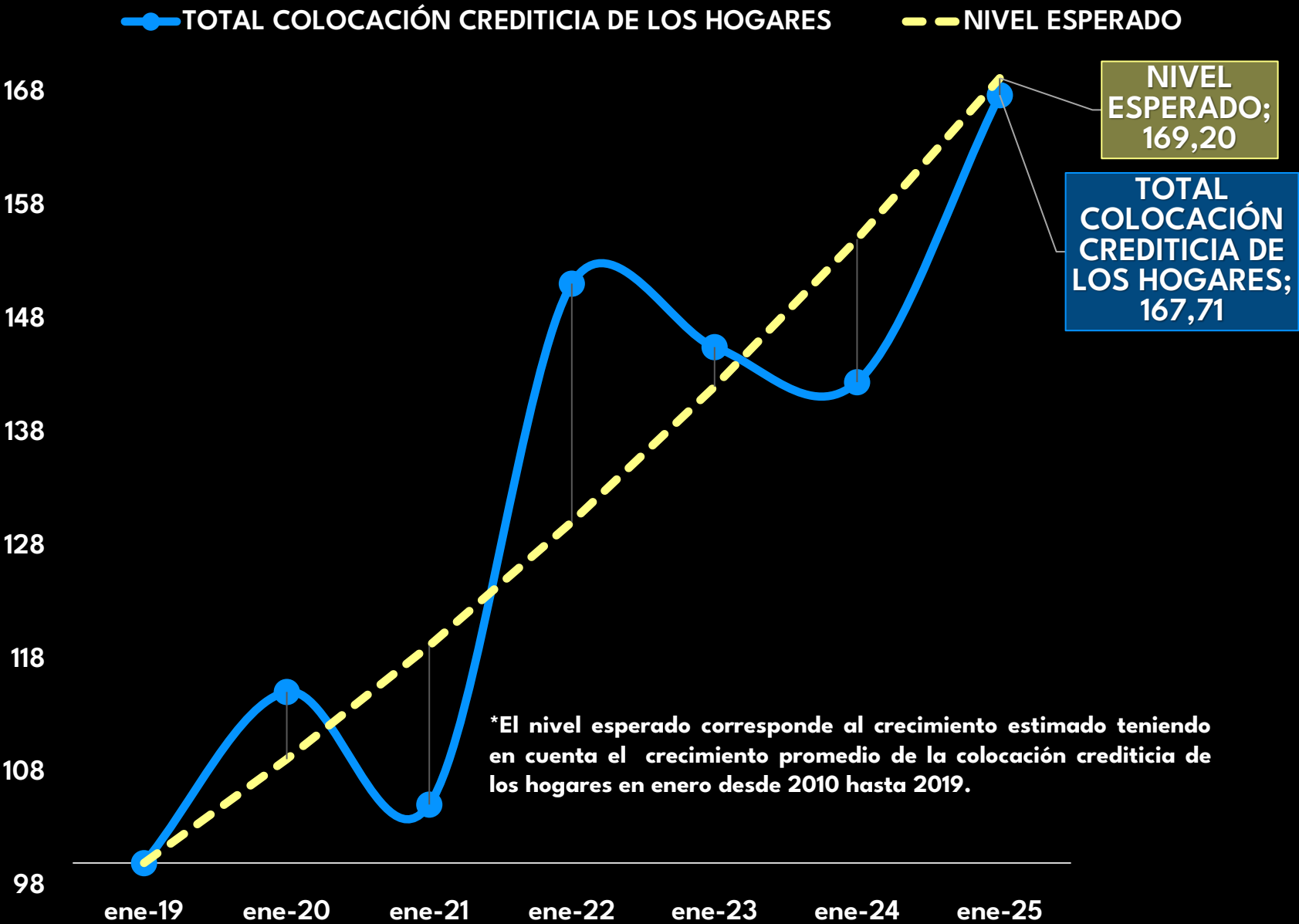


# LA COLOCACIÓN CREDITICIA DE LOS HOGARES ESTA CADA VEZ MÁS CERCA DE SU DINÁMICA HISTÓRICA

DINÁMICA ANUAL DE LA COLOCACIÓN CREDITICIA DE LOS HOGARES



BRECHA DE CRECIMIENTO DE LA COLOCACIÓN CREDITICIA DE LOS HOGARES (ENERO-2019 = 100)

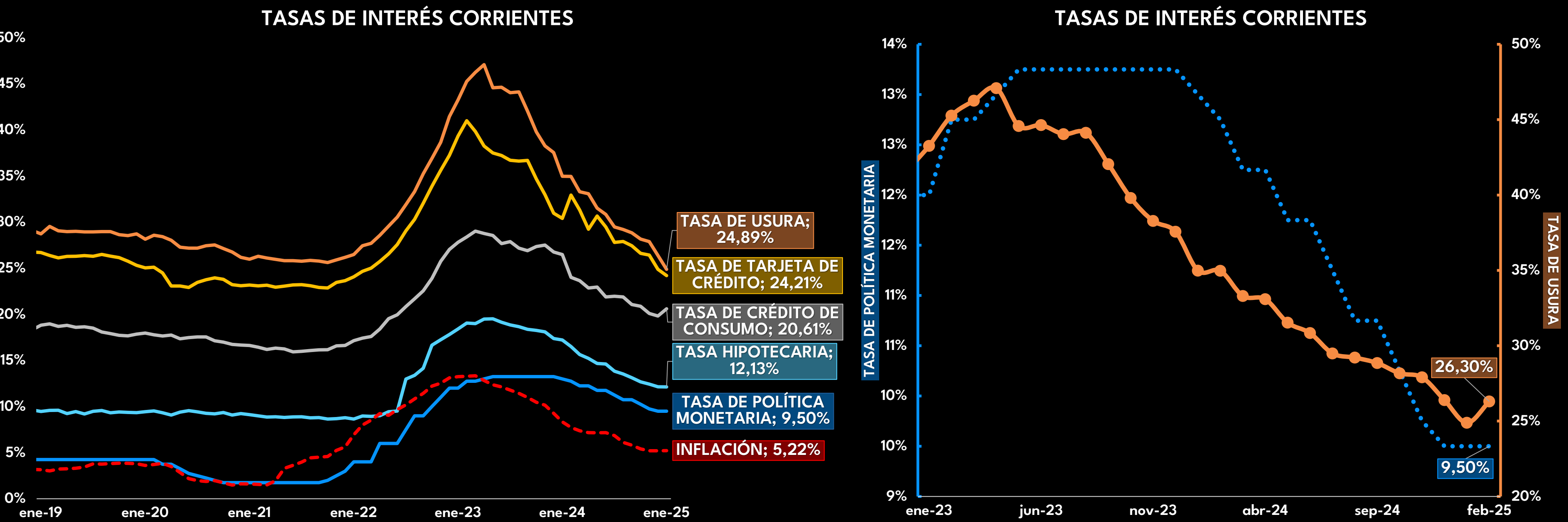


Tras el impacto disruptivo que tuvo la pandemia en el comportamiento del uso del crédito por parte de los hogares, con importantes crecimientos desde mediados de 2021 hasta parte de 2022, lo que se conoció como "compras de venganza", y un posterior ajuste a la baja en 2023 debido al entorno de altas tasas de interés, el comportamiento del crédito experimentó nuevamente un rebote al alza en 2024, mostrando señales de dilución del choque generado por la pandemia.

Así, para enero de 2025, el total de la colocación crediticia de los hogares presentó un crecimiento de 17,77%, explicado principalmente por el aumento en la colocación con tarjetas de crédito y créditos de consumo. Con este resultado, la colocación crediticia de los hogares se ubicó a principios de año muy cerca del nivel esperado, considerando el crecimiento promedio de la colocación crediticia en los eneros de 2010 a 2019. En este sentido, no se espera que el crédito presente un fuerte repunte en los próximos meses, especialmente debido a los posibles obstáculos para una mayor disminución de las tasas de interés en el mercado.



# LAS TASAS DE INTERÉS EMPIEZAN A ENFRENTAR MAYORES DESAFÍOS PARA MANTENER SU TENDENCIA A LA BAJA



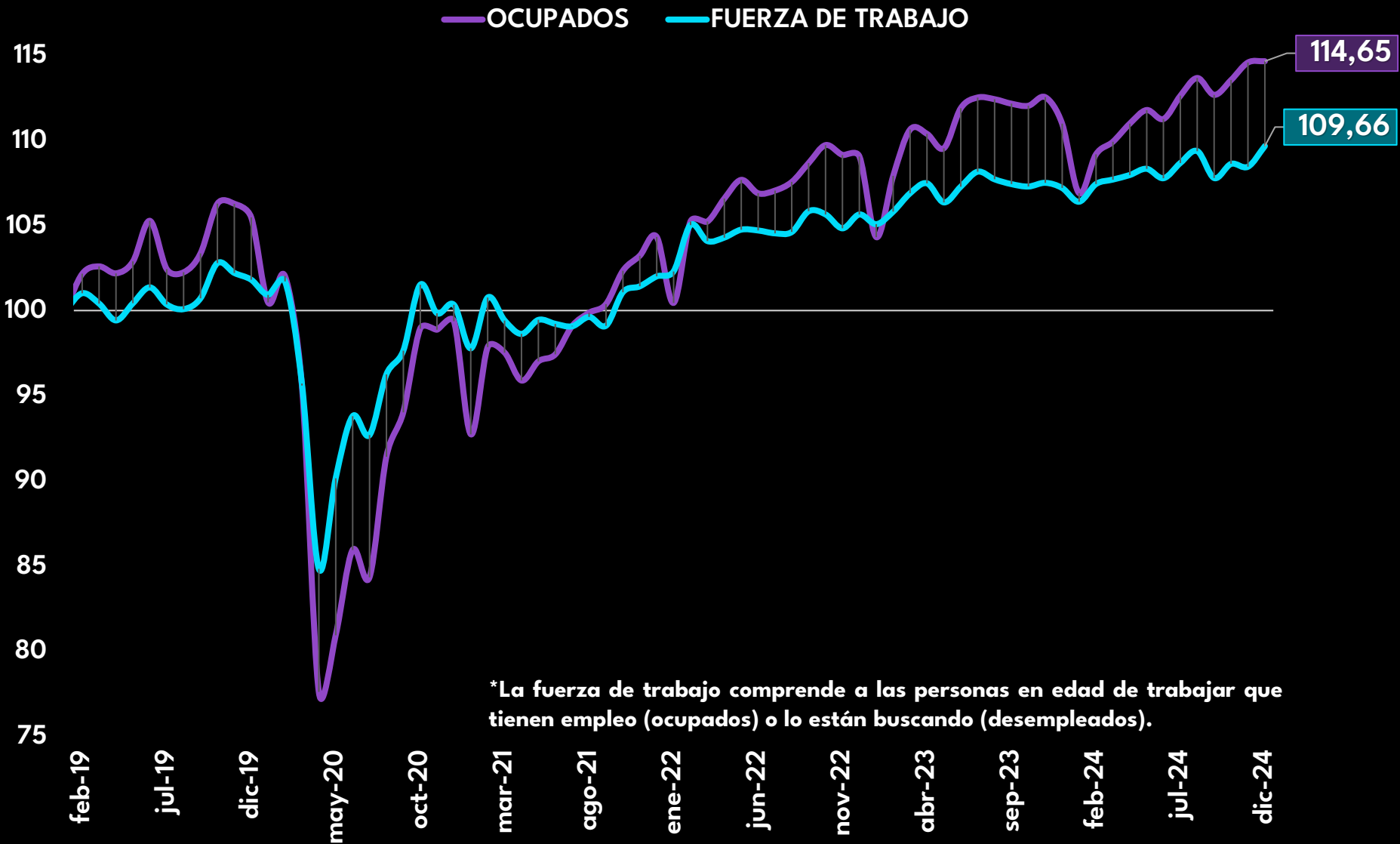
Enero de 2025 presentó una sorpresa en el comportamiento de las tasas de interés, ya que la junta directiva del Banco de la República decidió mantener estable la tasa de política monetaria en 9,5%. Esta decisión reflejó una postura más restrictiva en comparación con meses previos, en respuesta a posibles riesgos que podrían frenar el proceso desinflacionario. Entre estos riesgos se destacan el aumento en los precios al productor, según el IPP, y el significativo incremento del salario mínimo para este año.

Asimismo, la entidad ha hecho mayor énfasis en la situación del déficit fiscal y el impacto que su incertidumbre podría tener en variables como la volatilidad del tipo de cambio.

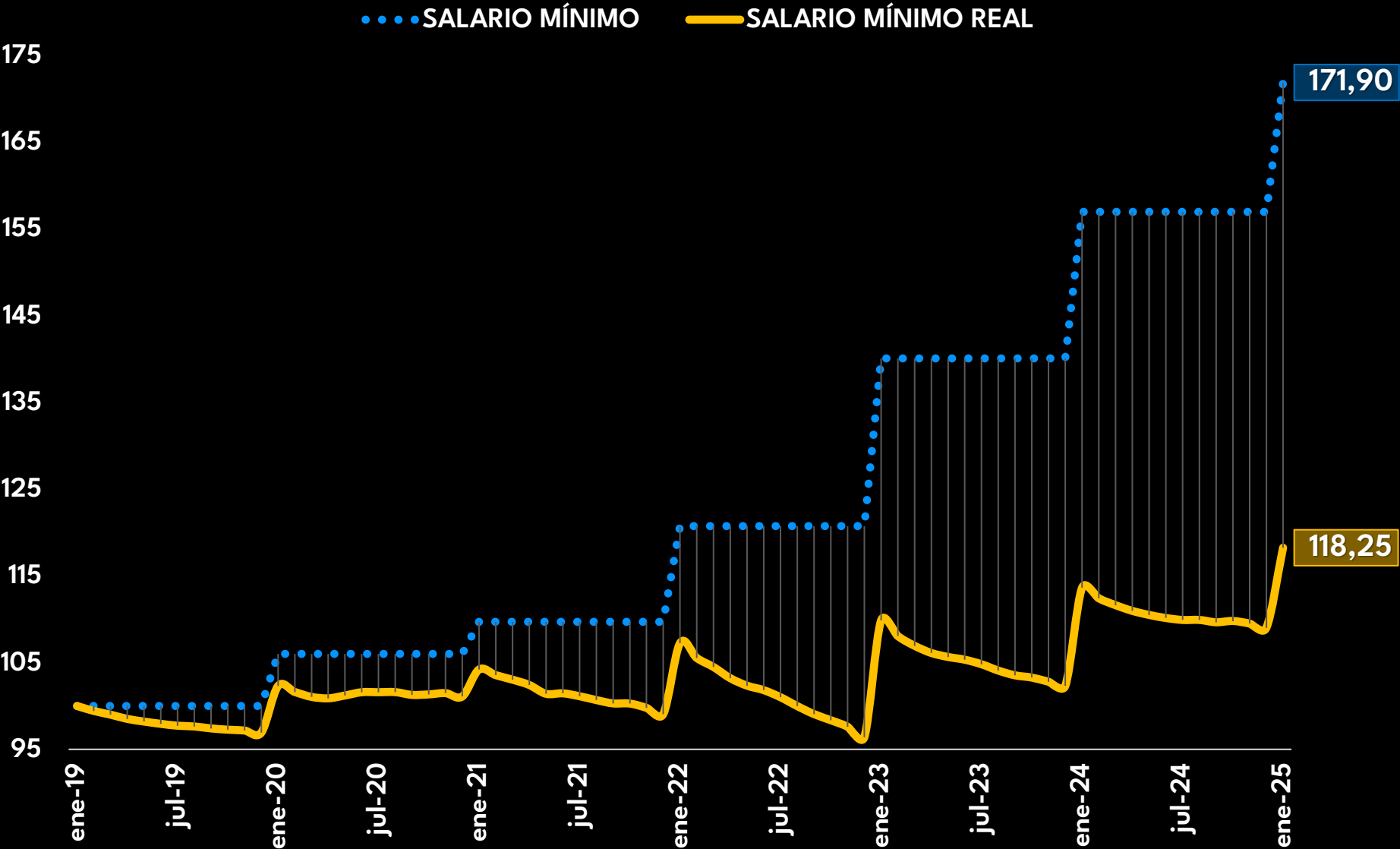
Por otro lado, estas condiciones podrían explicar el repunte en la tasa de usura certificada por la Superintendencia Financiera para febrero, algo que no ocurría desde agosto de 2023. Sin embargo, algunos analistas señalan que este comportamiento también podría responder a factores como un posible aumento en la morosidad y a ajustes metodológicos en el cálculo de la tasa de usura posteriores a agosto de 2023. Desde entonces, esta se construye como un promedio ponderado, lo que pudo haber generado el repunte de febrero, considerando que, en dicho mes, usualmente se presenta un menor desembolso de créditos comerciales, los cuales generalmente tienen tasas más bajas en comparación con otras modalidades de crédito.

# 2024 CERRO CON MÁS EMPLEO, MIENTRAS 2025 TRAJÓ CONSIGO AUMENTOS EN EL SALARIO MÍNIMO

EVOLUCIÓN DEL MERCADO LABORAL EN COLOMBIA  
(ÍNDICE ENERO-2019 = 100)



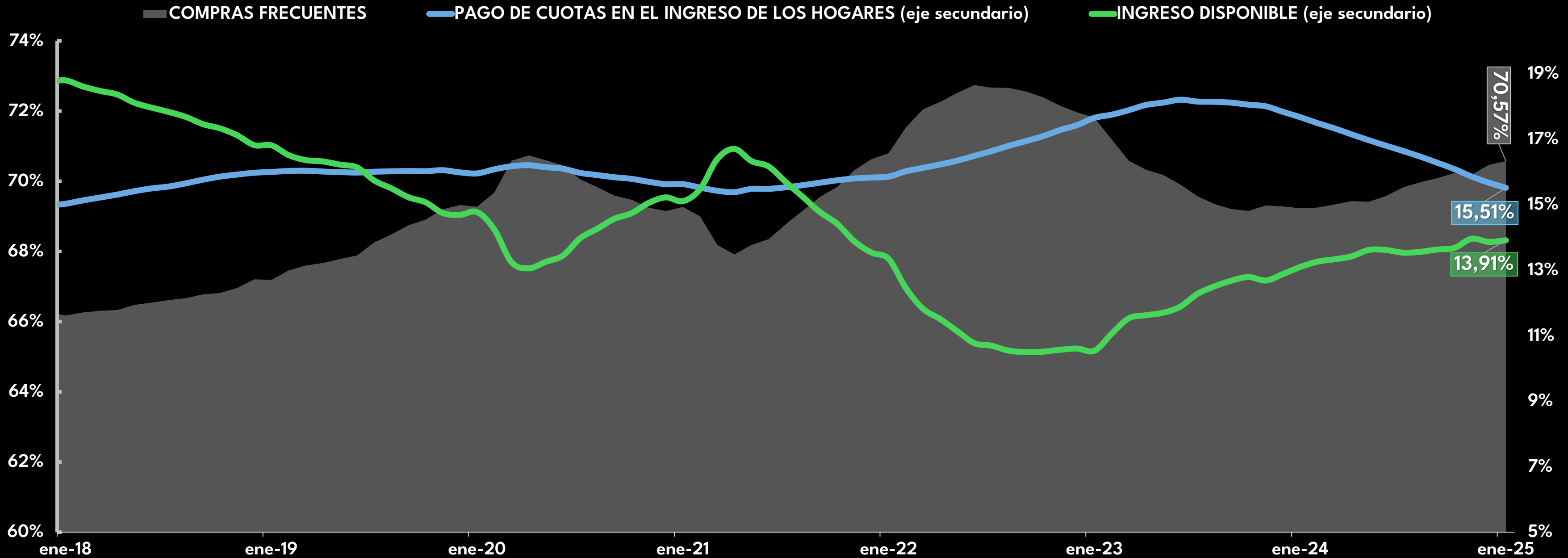
ÍNDICE DEL SALARIO MÍNIMO EN COLOMBIA  
(ENERO 2019 = 100)



Hacia finales de 2024, el mercado laboral colombiano logró mantener una tasa de desempleo de un solo dígito (9,1%), mientras se registró un incremento de 756 mil personas ocupadas frente a diciembre de 2023. Este comportamiento fue impulsado principalmente por el aumento de ocupados en el sector de Alojamiento y Servicios de Comida. De esta forma, el crecimiento del empleo a nivel nacional ha superado el aumento de la población que participa en el mercado laboral, reflejando un menor crecimiento en el número de personas desempleadas. No obstante, en comparación con noviembre de 2024, el nivel de ocupación se mantuvo prácticamente sin cambios. Por otro lado, en enero de 2025, los trabajadores que devengan el salario mínimo experimentaron un incremento del 9,53% en sus ingresos, lo que, en comparación con enero de 2019, representa un aumento del 71,9% en términos nominales y del 18,25% en términos reales (descontando el efecto del incremento de los precios). Si bien este aumento podría mejorar la capacidad adquisitiva de algunos hogares, también podría estar generando mayores presiones sobre el proceso de desaceleración de la inflación, como lo reflejó el dato de inflación anual de enero de 2025, que mostró un leve repunte respecto a la cifra de diciembre de 2024.

# LAS COMPRAS FRECUENTES VUELVEN A GANAR TERRENOS DENTRO DE LA ESTRUCTURA DE GASTO DE LOS HOGARES

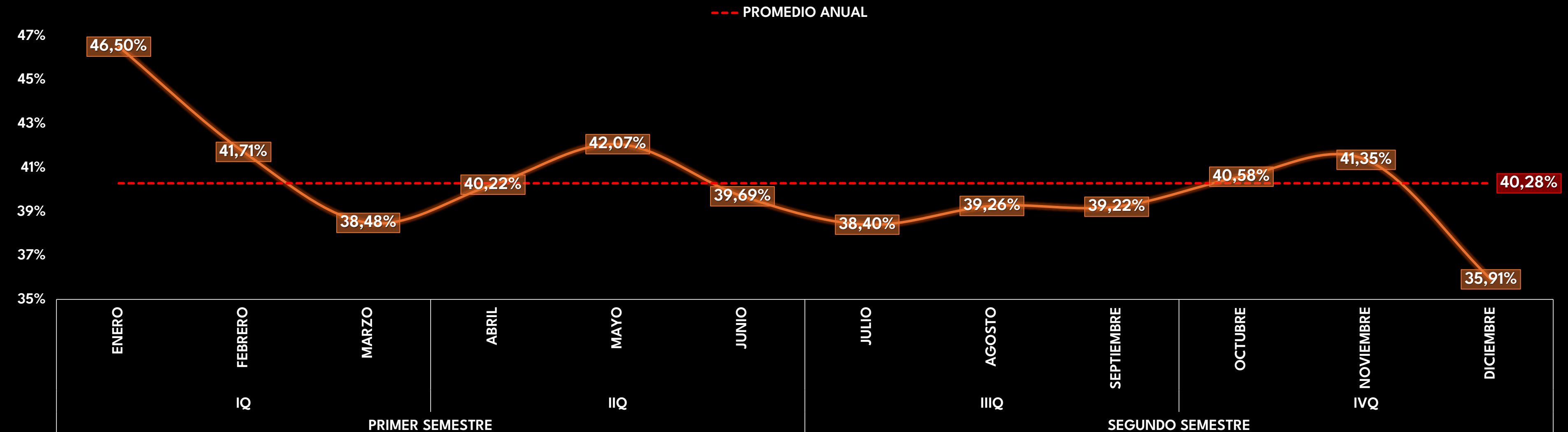
DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO DE LOS HOGARES - PROMEDIO 12 MESES MÓVIL)



En medio de mayores presiones inflacionarias en canastas como alimentos para el hogar, transporte y vivienda, entre otras, el peso de las compras frecuentes dentro de la estructura de gasto de los hogares ha mantenido una leve tendencia al alza, lo que ha generado una mayor presión sobre el bolsillo de los hogares y podría limitar el gasto destinado a otros rubros. Este comportamiento podría continuar en línea con el repunte de los precios de los alimentos a nivel internacional, sumado a posibles impactos derivados de la volatilidad del tipo de cambio y los anunciados aumentos en las tarifas del gas, debido a la necesidad de importar estos commodities. Por otro lado, a pesar del aumento en el uso del crédito por parte de los hogares hacia finales de 2024, el peso del pago de cuotas dentro del ingreso de los hogares ha mantenido una tendencia a la baja. Sin embargo, esta situación podría cambiar dependiendo de cómo evolucione la colocación crediticia en los próximos meses.

# LOS PRIMEROS MESES DEL AÑO SE MARCAN POR UNA MAYOR SENSACIÓN DE COMPRAR MENOS COSAS

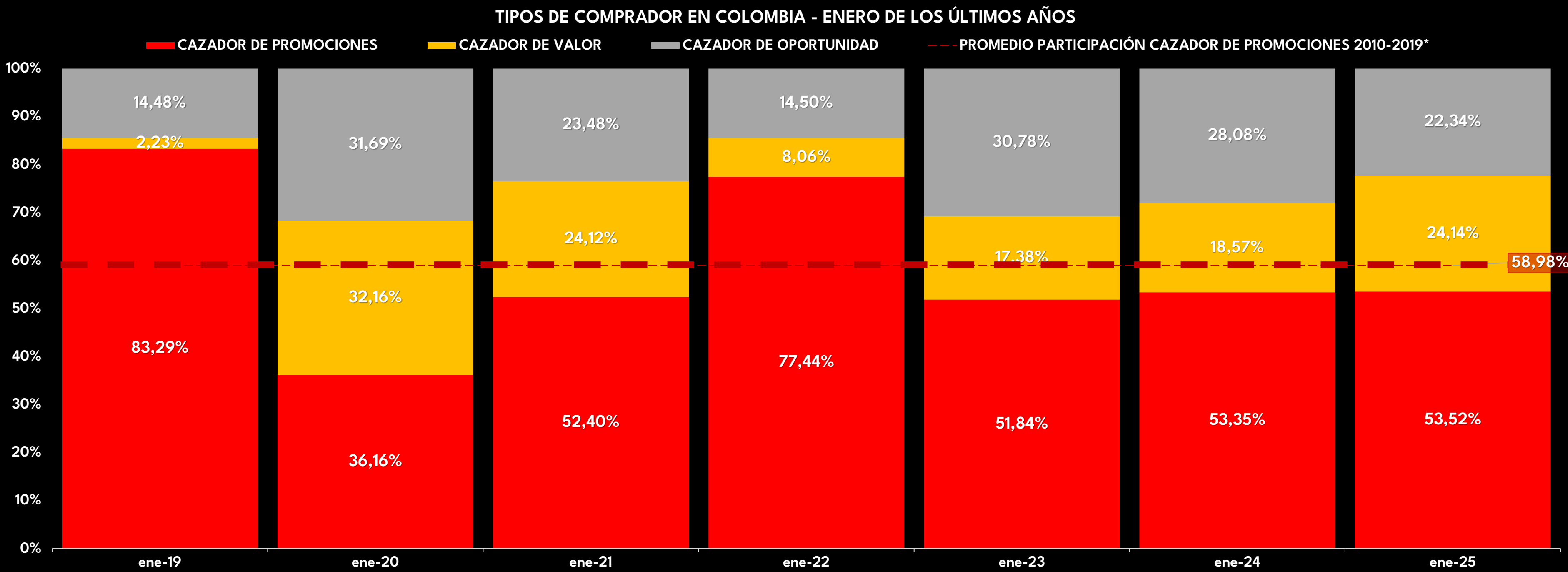
FRENTE AL MES PASADO, ¿USTED SIENTE QUE COMPRÓ MENOS COSAS?  
ACUMULADO 2010-2025\*



La sensación de comprar menos cosas se intensifica significativamente en enero, y esto responde en gran medida a los patrones de gasto de los hogares en los últimos meses del año. Durante la temporada de festividades, el consumo tiende a incrementarse considerablemente, ya que los hogares destinan una parte importante de sus ingresos a celebraciones, regalos, viajes y encuentros familiares. En este periodo, muchas familias relajan su cautela financiera, priorizando el disfrute de las festividades sobre la planificación del gasto futuro. Sin embargo, al comenzar el año, esta dinámica cambia. Enero suele estar marcado por una mayor prudencia en el gasto, ya que los hogares enfrentan nuevas obligaciones financieras, como el pago de matrículas escolares y otros compromisos que suelen concentrarse en este mes. A esto se suman los ajustes de precios en bienes y servicios que suelen darse con el inicio del año, lo que refuerza la sensación de que el dinero no alcanza para comprar lo mismo que antes. Este fenómeno no solo responde a una cuestión económica, sino también a un cambio en la percepción del consumidor. Luego de un periodo de alto gasto, es natural que los hogares adopten una postura más cautelosa, buscando equilibrar sus finanzas y recuperar estabilidad tras los desembolsos de fin de año.



# AUNQUE ENERO PUEDE SER UN MES DONDE SE BUSQUEN PROMOCIONES, EL CAZADOR DE VALOR PERSISTE



El perfil del cazador de promociones sigue teniendo un rol relevante en las compras de los hogares durante enero, impulsado por las jornadas de descuentos y liquidaciones que marcan el inicio del año. Sin embargo, su participación ha disminuido en comparación con los eneros de 2019 y 2022, reflejando un cambio en las prioridades de los consumidores. En su lugar, ha ganado terreno el cazador de valor, un perfil que ha persistido en los últimos meses y que prioriza la relación calidad-precio por encima de los descuentos inmediatos. Este comportamiento sugiere que, en un entorno donde el poder adquisitivo sigue ajustándose, los hogares están buscando maximizar el rendimiento de su dinero a través de compras más estratégicas y sostenibles en el tiempo.

# ¿QUÉ MARCAS SE MANTUVIERON EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR A INICIO DEL AÑO?

¿CUÁL ES LA PRIMERA MARCA QUE VIENE A SU CABEZA, SIN IMPORTAR EL TIPO DE PRODUCTO?  
(ENERO 2025)

MARCAS QUE MÁS ESCALARON EN EL TOP OF MIND



EL CONSUMER  
TRACK TUVO UN  
TRACKRECORD  
DE:

**182**

**MARCAS**

Para este segmento en enero  
de 2025



# ¿QUÉ MARCAS RECOMENDARON LOS CONSUMIDORES DE CARA AL INICIO DEL AÑO?

¿CUÁL ES LA MARCA QUE USTED RECOMIENDA, SIN IMPORTAR EL TIPO DE PRODUCTO?  
(ENERO 2025)

## TOP 10 TOP OF MIND



EL CONSUMER  
TRACK TUVO UN  
TRACKRECORD  
DE:

165

MARCAS

Para este segmento en enero  
de 2025

MARCAS QUE MÁS ESCALARON EN EL TOP DE  
MARCAS RECOMENDADAS





SI QUIERES PROFUNDIZAR EN  
ALGUNAS DE NUESTRAS  
HERRAMIENTAS

¡VISÍTANOS!



# RADDAR REPORTS

Consumer  
Knowledge  
Group

**ENERO 2025**



@Raddarckg



Raddarckg



Raddar CKG



RADDAR CKG