



RADDV Consumer Knowledge Group REPORTS

¿CÓMO ARRANCO EL GASTO DE LOS HOGARES EN 2026?

En este informe te contamos, de manera clara y sin rodeos, cómo gastan los hogares en Colombia. Exploramos las cifras clave y las tendencias que marcan la diferencia mes a mes y año tras año.

ENERO 2026

PUNTOS DESTACADOS EN ESTE INFORME

1

EL GASTO DE LOS HOGARES CONTINÚA PERDIENDO RITMO EN SU CRECIMIENTO

2

¿COMO CERRO LA ECONOMÍA EN 2025?

3

LA PRESIÓN INFLACIONARIA SE MANTIENE EN MEDIO DE ALTAS EXPECTATIVAS

4

EMPLEO ESTABLE Y CRÉDITO CON DINAMISMO COMO SOPORTE EN EL INICIO DE AÑO

5

CAE LA PERCEPCIÓN DE COMPRA, CRECE LA PREOCUPACIÓN EN MOVILIDAD, Y SE ACTIVA GASTO POR TEMPORADAS

2,54%

CRECIÓ EL GASTO REAL DE LOS HOGARES EN ENERO DE 2026, COMPARADO CONTRA EL MISMO MES DEL AÑO PASADO

Si quieres saber más sobre la dinámica del gasto de los hogares en Colombia, te invitamos a contactarnos en: <https://raddar.net/en-el-raddar/>

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES - ENERO 2026

EN ENERO DE 2026, EL GASTO CRECIÓ 2,54% ANUAL, FRENANDO SU TENDENCIA Y AJUSTANDO AL FRENO EN GASTO POR INFLACIÓN Y MENOS INGRESOS REALES

En enero de 2026, el gasto de los hogares, desde la medición de Gastometría de RADDAR, fue de \$101,01 billones de pesos. En enero de 2025, el gasto de los hogares fue de \$93,5 billones, lo que significa un crecimiento en términos corrientes de 8,03%, continuando con el cambio de tendencia y con un crecimiento acercándose al promedio de los últimos años.

En términos reales, el crecimiento anual del gasto fue de 2,54% y en enero del año pasado creció 1,05%.

La colocación crediticia, sumando la causada con tarjeta de crédito, consumo - libre destinación e hipotecaria, tuvo un crecimiento anual de 20,1%, debido mayormente a la dinámica en colocación de tarjeta de crédito que crece 22,3%.

El salario mínimo real vigente, tuvo un aumento anual de capacidad de compra de 16,8% y los ingresos por ocupado crecieron al -4,3%.

8,03%

VAR. ANUAL GASTO CORRIENTE EN ENE 2026

5,35%

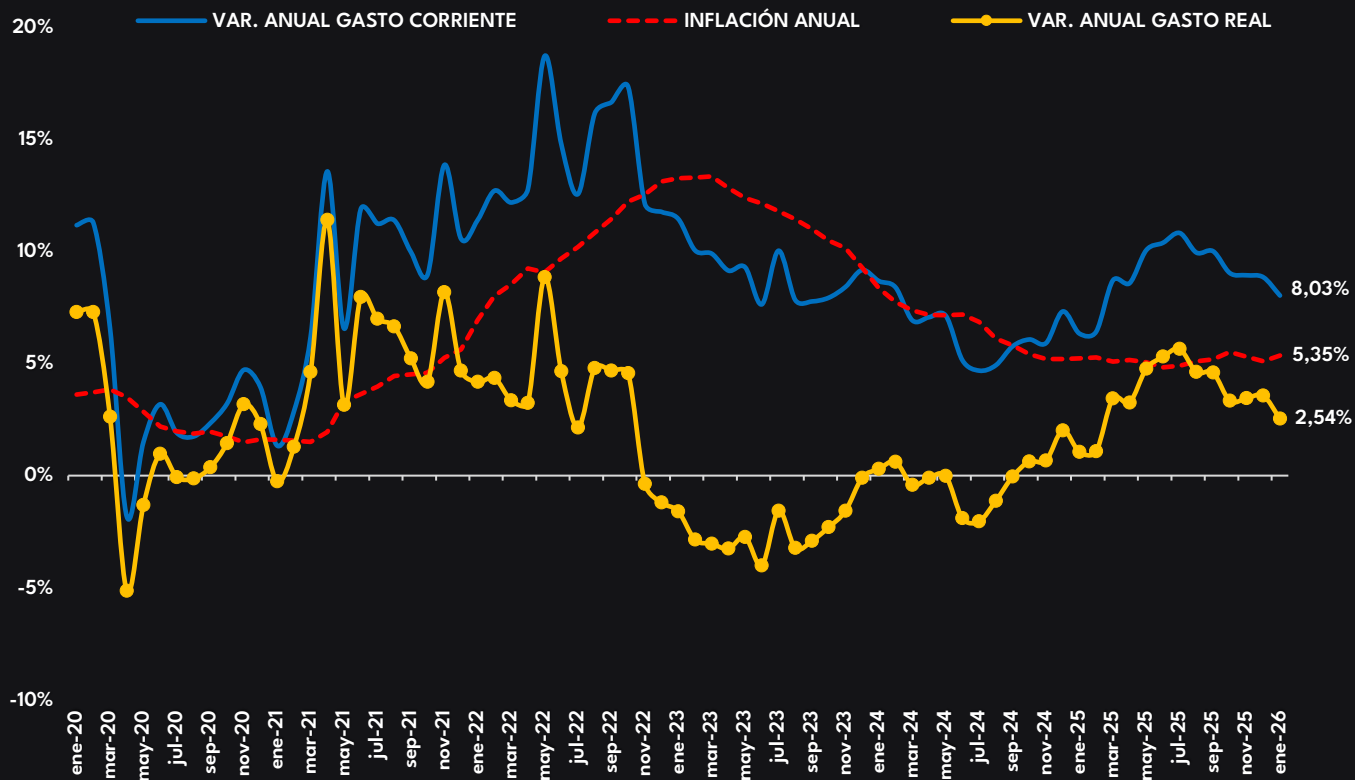
INFLACIÓN ANUAL CIERRE ENE 2026

2,54%

VAR. ANUAL GASTO REAL EN ENE 2026

EL GASTO DE LOS HOGARES CONTINÚA PERDIENDO RITMO EN SU CRECIMIENTO

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES

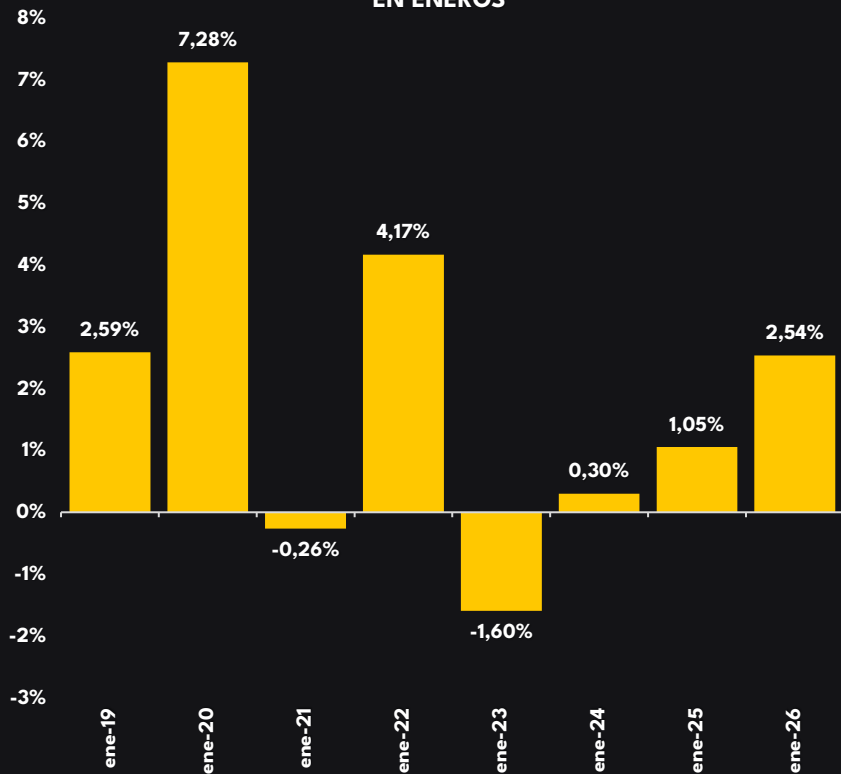


El gasto de los hogares continúa creciendo en términos reales, sin embargo, muestra señales claras de desaceleración. Este menor ritmo puede responder a un componente estacional; tras un diciembre con un desempeño sólido por efectos de prima, promociones y compras típicas de fin de año, enero suele venir acompañado de una postura más conservadora por parte de los hogares, con una menor disposición al gasto y una mayor prioridad por recomponer liquidez. Al mismo tiempo, el repunte reciente de la inflación refuerza la cautela, reduce el margen de compra y obliga a ajustar los presupuestos familiares.

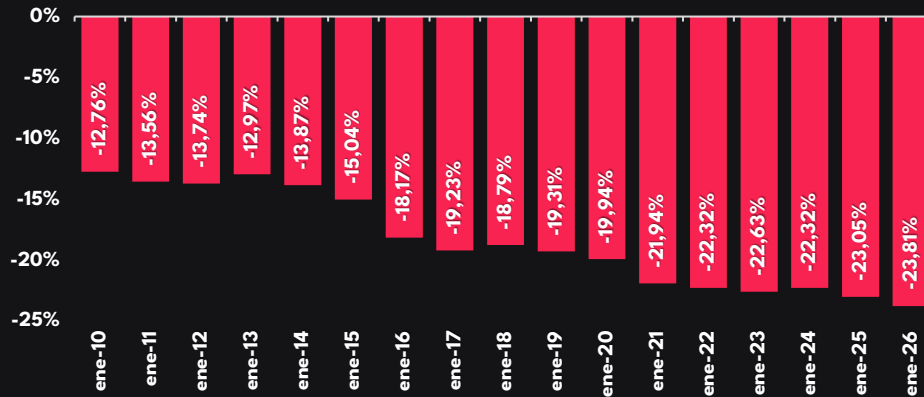
Aun así, el gasto de los hogares mantiene una senda positiva, impulsado principalmente por la temporada de viajes a inicios del mes que impulsan el gasto en transporte, alojamiento y comidas fuera del hogar y el regreso a clases que activa la demanda de útiles, uniformes y otros gastos asociados. Esto sugiere que, pese a las presiones sobre la capacidad de compra, las condiciones económicas podrían seguir sosteniendo el crecimiento del gasto en el corto plazo.

ENERO 2026 MUESTRA RECUPERACIÓN ANUAL, AUNQUE PIERDE DINAMISMO FRENTE AL CIERRE DE 2025

CRECIMIENTO DEL GASTO REAL ANUAL DE LOS HOGARES EN ENEROS



VARIACIÓN MENSUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES EN ENERO DE LOS ÚLTIMOS AÑOS

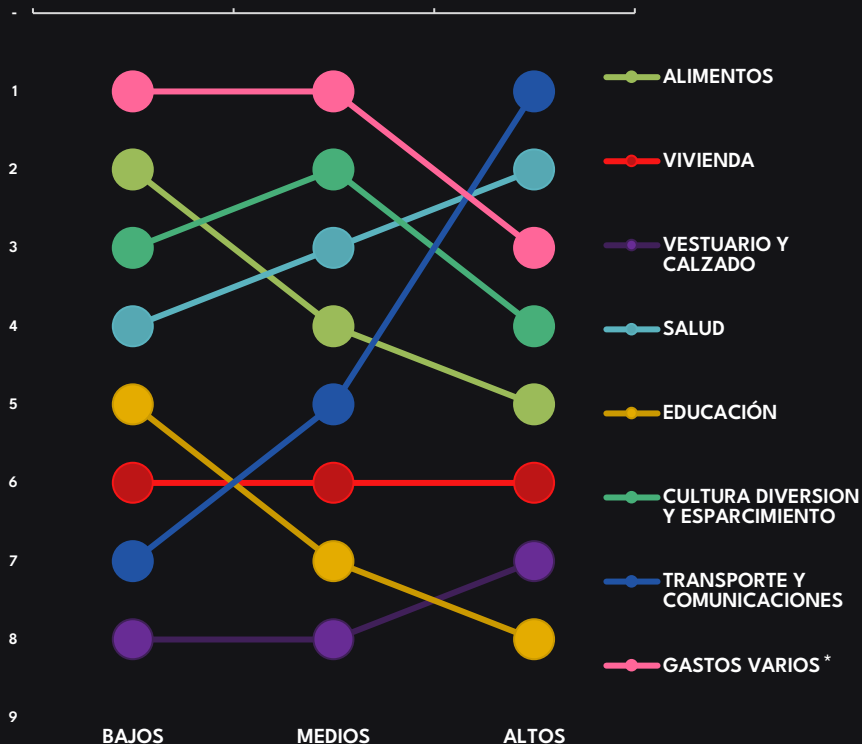


En enero de 2026, el gasto de los hogares se mantiene en terreno positivo en la comparación interanual, reflejando el ajuste gradual que se acumuló a lo largo del año en un contexto de menor tasa de desempleo, mayor dinamismo en fuentes de financiación como el crédito y las remesas, y una mejora en la confianza del consumidor.

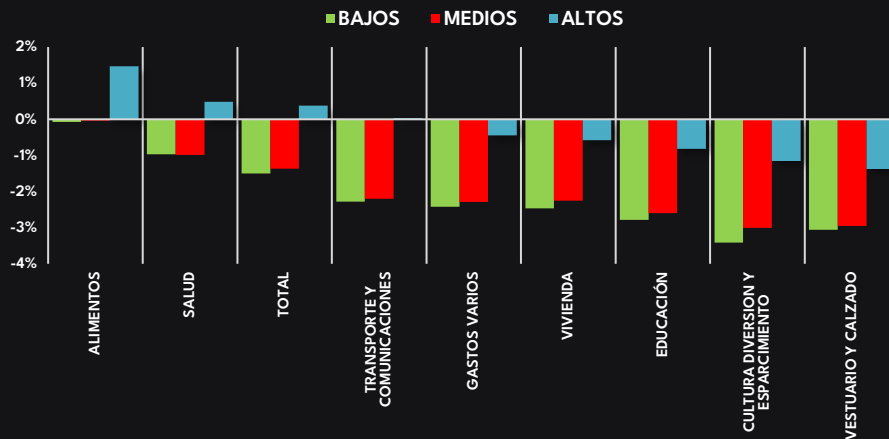
No obstante, en la dinámica intermensual se observa una contracción más marcada frente a diciembre, configurando el enero más débil de los últimos años. Este comportamiento podría estar asociado al fuerte nivel de gasto registrado en diciembre, lo que habría reducido el ingreso disponible para el inicio del año. Adicionalmente, enero suele reflejar ciertos rezagos en el mercado laboral debido a cierres de contratos y ajustes estacionales en la contratación, lo que puede aplazar o disminuir la recepción de ingresos en el mes. En línea con este mayor ajuste, la confianza del consumidor también mostró una leve caída, impulsada principalmente por una percepción más pesimista sobre las condiciones económicas actuales.

ENERO 2026, EL GASTO SE REORDENA POR NIVEL DE INGRESO

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES EN ENERO DE 2026
- JERARQUIA DE CRECIMIENTO POR NIVELES DE INGRESO



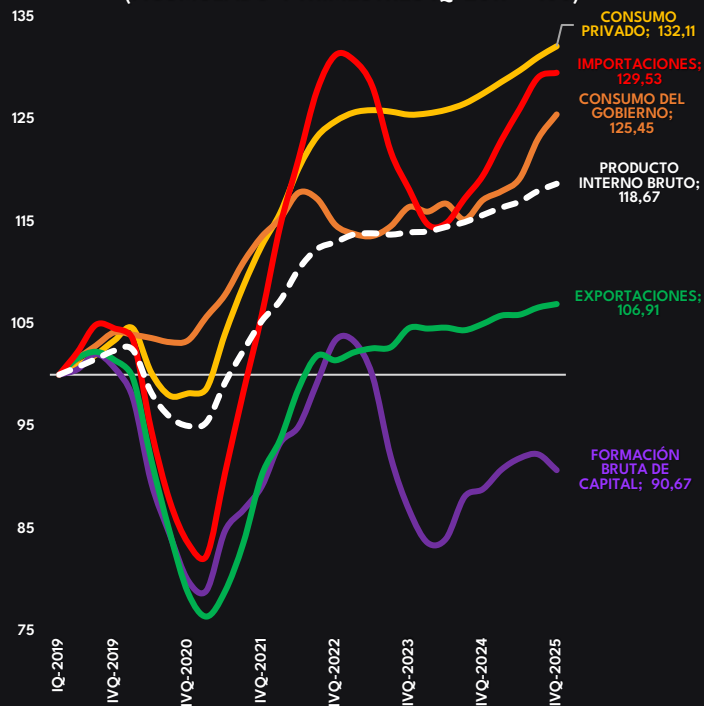
DIFERENCIA EN EL CRECIMIENTO ANUAL DEL GASTO REAL POR NIVELES DE INGRESO (ENE-26 VS DIC-25)



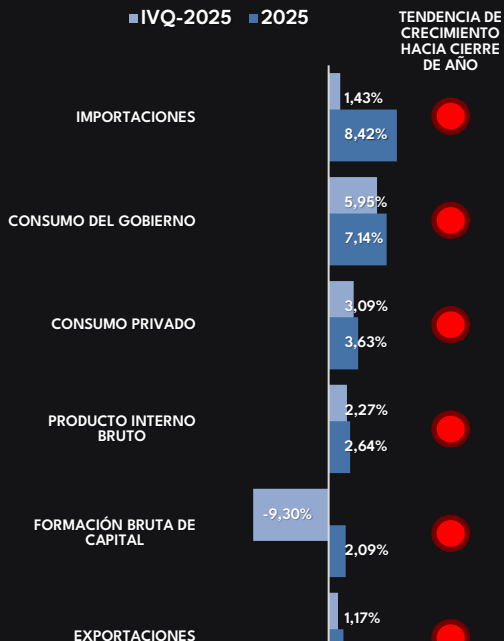
En enero de 2026 el gasto real en cada uno de los niveles de ingreso muestra que en hogares de ingresos bajos y medios se da una mayor prioridad a los gastos varios, donde la compra de productos como bebidas alcohólicas, tabaco o cigarrillo, y artículos de aseo y cuidado personal toman el liderazgo. En contraste, en los hogares de ingresos altos salud aparece como un rubro más relevante, posiblemente asociado a una mayor demanda de aseguramiento privado y a decisiones de gasto vinculadas a la presión actual del sistema. Por su parte, vivienda se mantiene como un componente muy similar entre todos los niveles de ingreso, lo que refleja su carácter más estable y poco flexible en el corto plazo. Productos relacionados a vestuario y calzado se desaceleran después de un buen desempeño en temporadas decembrinas.

CRECIMIENTO DEL PIB SE DESACELERA EN EL CUARTO TRIMESTRE Y CIERRA 2025 CON MENOR DINAMISMO

ÍNDICE DE LAS CUENTAS NACIONALES DESDE EL ENFOQUE DEL GASTO - DANE (ACUMULADO 4 TRIMESTRES IQ-2019 = 100)



DINÁMICA INTERANUAL DE LAS CUENTAS NACIONALES DESDE EL ENFOQUE DEL GASTO - DANE



La economía colombiana, medida a través del PIB, cerró 2025 con un crecimiento del 2,6%, según el DANE. Este resultado se dio en un contexto de crecimiento más moderado hacia el último trimestre del año.

Por actividades económicas, los mayores impulsos del cuarto trimestre se concentraron en las ramas de Administración pública, Comercio y Actividades artísticas, mientras que los sectores de Construcción y Explotación de minas y canteras limitaron el crecimiento interanual del período.

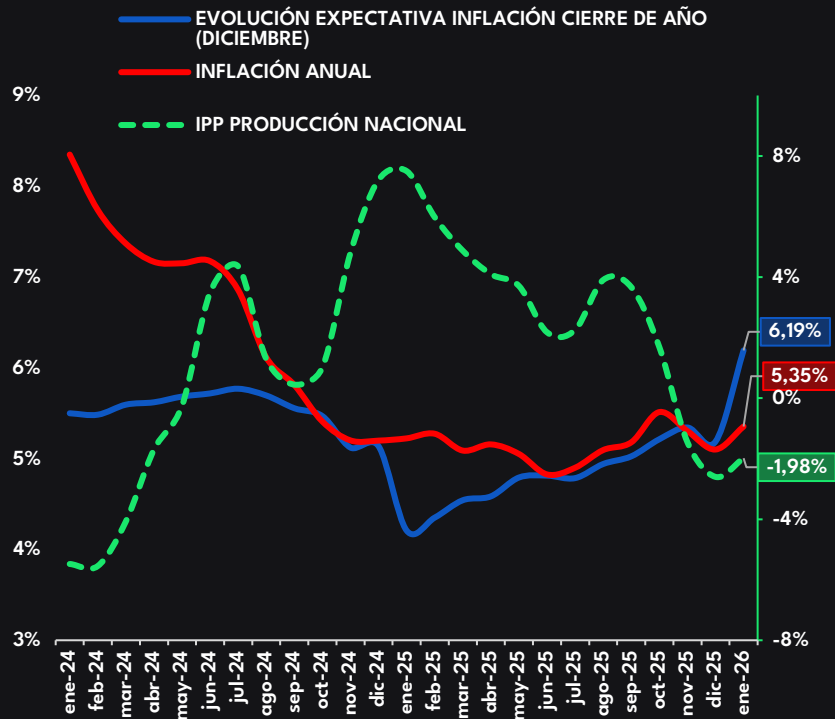
Desde el enfoque del gasto, los principales componentes cerraron 2025 con una tendencia de desaceleración, por lo que no se observa una aceleración clara de la actividad económica de cara a 2026.

El consumo privado de los hogares se mantiene como uno de los principales motores del PIB; sin embargo, se espera que su crecimiento se modere en 2026, lo que podría limitar el impulso agregado.

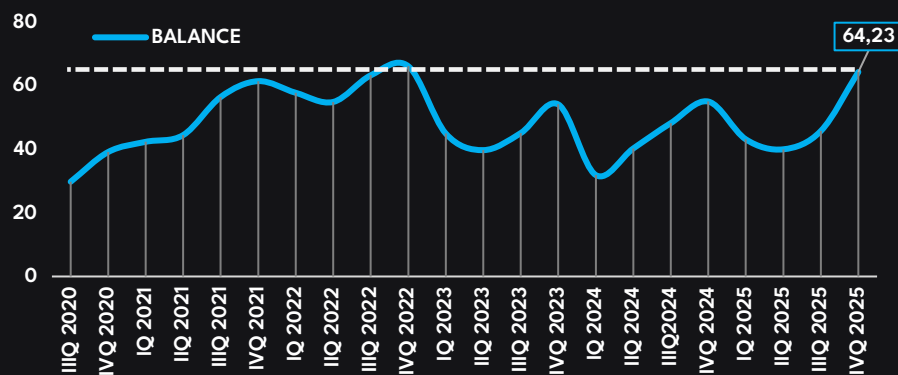
Llama la atención el bajo desempeño de la formación bruta de capital, en línea con la debilidad de la inversión en construcción. Esto podría constituir una señal de alerta sobre un menor dinamismo del crecimiento a mediano y largo plazo.

MÁS ALLÁ DEL EFECTO DE ENERO: EXPECTATIVAS Y RIESGOS INFLACIONARIOS EN AUMENTO

EXPECTATIVAS DE INFLACIÓN VS INFLACIÓN ANUAL-ANALISTAS ECONÓMICOS



¿CÓMO SERÁ LA EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE SUS PRODUCTOS EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES, EN COMPARACIÓN A LOS ÚLTIMOS 12 MESES?- EMPRESARIOS

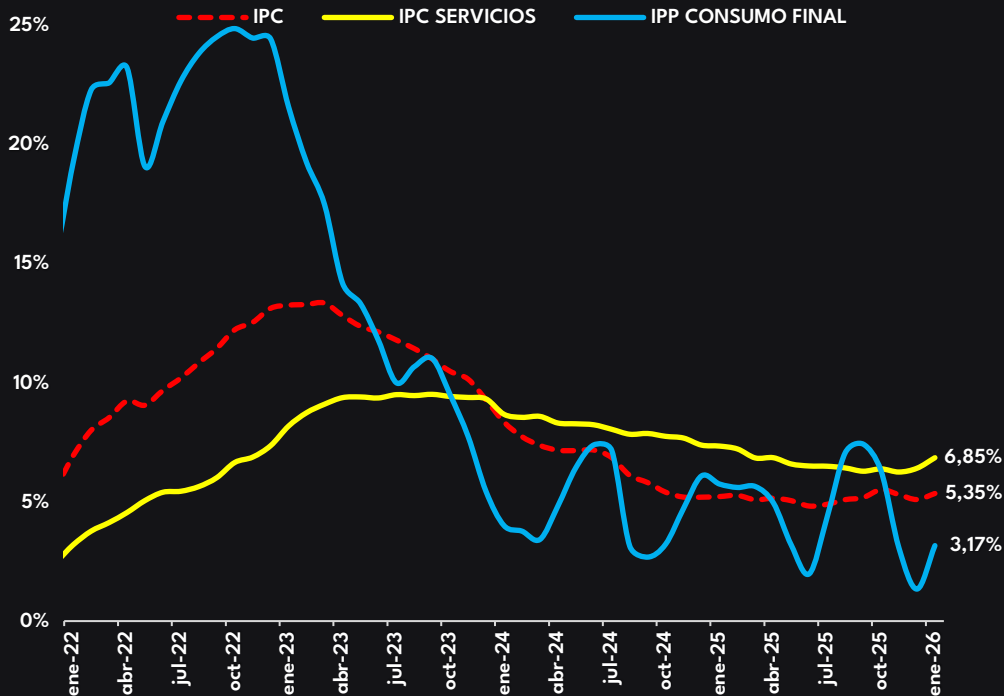


En enero, la inflación continuó registrando incrementos. Si bien este comportamiento puede explicarse en parte por los ajustes típicos de inicio de año —cuando se concentra una porción importante de aumentos de precios—, también refleja un crecimiento en las expectativas inflacionarias por parte de analistas y empresarios, asociado al elevado incremento del salario mínimo para este año.

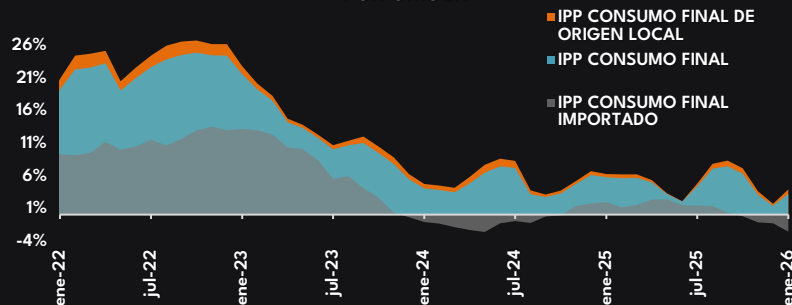
Este comportamiento resulta relevante si se considera que el Índice de Precios al Productor (IPP), que captura en mayor medida los costos de producción, se mantiene en terreno negativo. Esto sugiere que las presiones actuales no provienen principalmente de mayores costos productivos, sino de expectativas y posibles ajustes preventivos en precios. En este entorno, el balance de expectativas de los empresarios frente a posibles aumentos de precios en los próximos 12 meses muestra un nivel de preocupación que no se observaba desde finales de 2022, cuando comenzaba el episodio inflacionario más crítico de los últimos años.

SERVICIOS MANTIENEN ELEVADA LA INFLACIÓN, MIENTRAS EL ALIVIO EN BIENES Y EL TIPO DE CAMBIO TIENEN IMPACTO MODERADO

VARIACIÓN ANUAL DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC)
VS
ÍNDICE DE PRECIOS AL PRODUCTOR (IPP) DE CONSUMO FINAL



VARIACIÓN ANUAL DEL IPP DE CONSUMO FINAL
POR ORIGEN



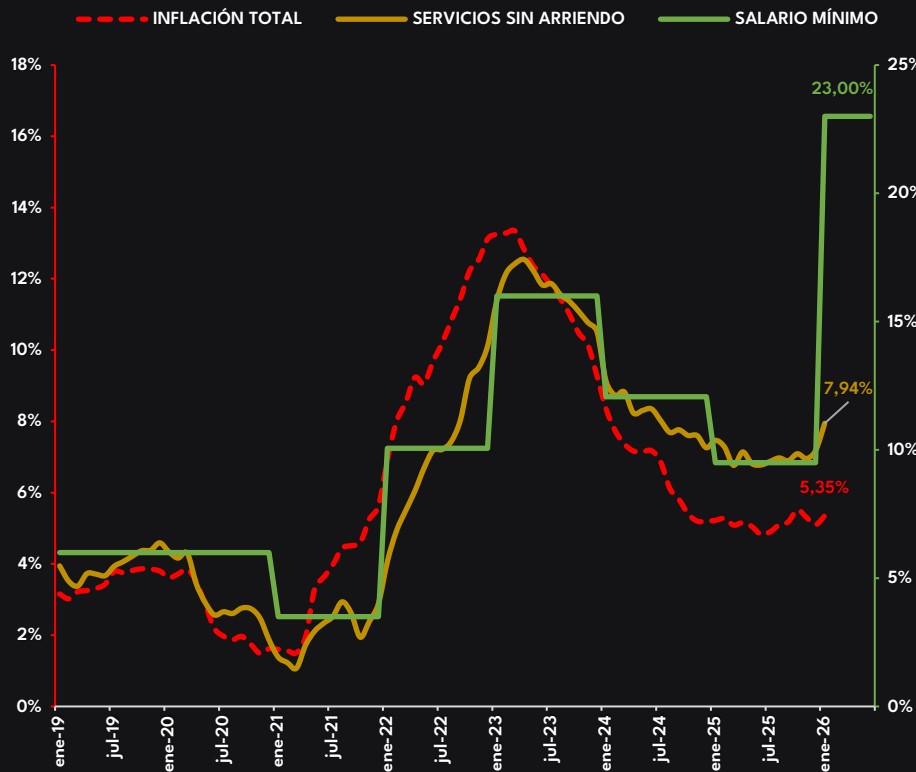
Uno de los principales focos de riesgo para la inflación ha sido la dinámica de los precios de los servicios, que han mostrado resistencia a descender y continúan reflejando presiones asociadas a insumos estratégicos como el gas natural.

En cuanto a los bienes, la transmisión del Índice de Precios al Productor (IPP) hacia el Índice de Precios al Consumidor (IPC) depende en gran medida de su origen. En los últimos meses, el IPP para el consumo final ha mostrado una desaceleración, aunque registró un leve repunte en enero. Sin embargo, este comportamiento está explicado principalmente por el componente de origen local, donde bienes con alta participación en la canasta —como los alimenticios— enfrentan mayores costos operativos, incluyendo transporte y logística.

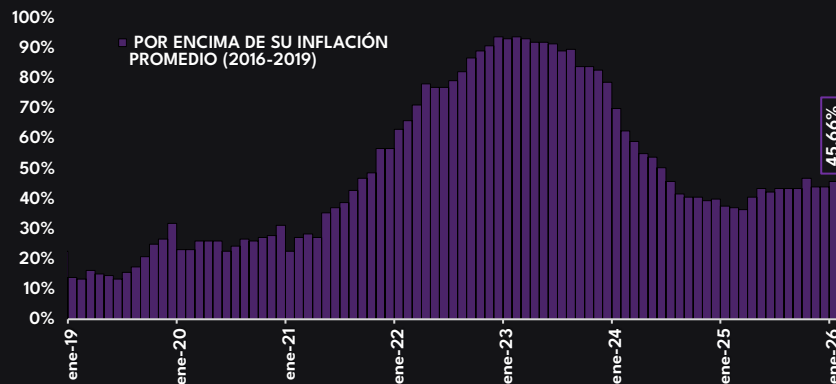
Por el contrario, el tipo de cambio ha favorecido el precio de los bienes importados, manteniéndolos relativamente contenidos. No obstante, la incidencia de estos productos sobre la inflación total ha sido limitada.

PERSISTENCIA INFLACIONARIA: SERVICIOS REFLEJAN CON MAYOR FUERZA EL AJUSTE SALARIAL

INFLACIÓN ANUAL VS INCREMENTO ANUAL DEL SALARIO MÍNIMO



(%) PORCENTAJE DE PRODUCTOS CUYA INFLACIÓN ESTA ...



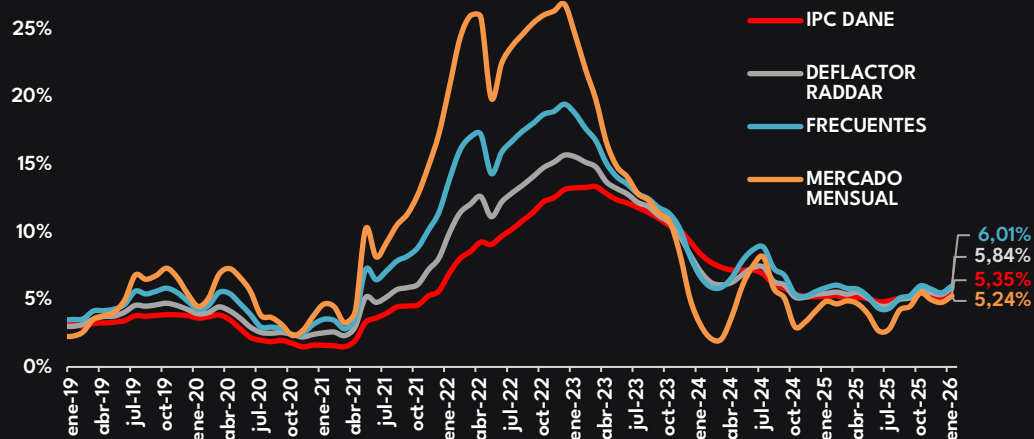
Si bien el aumento del salario mínimo ha generado un incremento en las expectativas de inflación total, es importante señalar que el repunte del IPC no responde de manera mecánica a este ajuste salarial. No obstante, algunos componentes muestran una relación más estrecha. En particular, los servicios —excluyendo arriendos— son más intensivos en mano de obra, por lo que pueden reflejar con mayor claridad el impacto del incremento salarial. De hecho, en enero de 2026 este grupo registró un repunte cercano al 8%, evidenciando una mayor sensibilidad a este tipo de choques.

La inflación continúa siendo un indicador con señales de alerta, considerando que más del 40% de los productos incluidos en la canasta mantienen variaciones por encima de su promedio observado entre 2016 y 2019. Esto sugiere que aún existe un margen amplio de persistencia inflacionaria, lo que dificulta una convergencia rápida hacia el rango meta establecido por el Banco de la República.

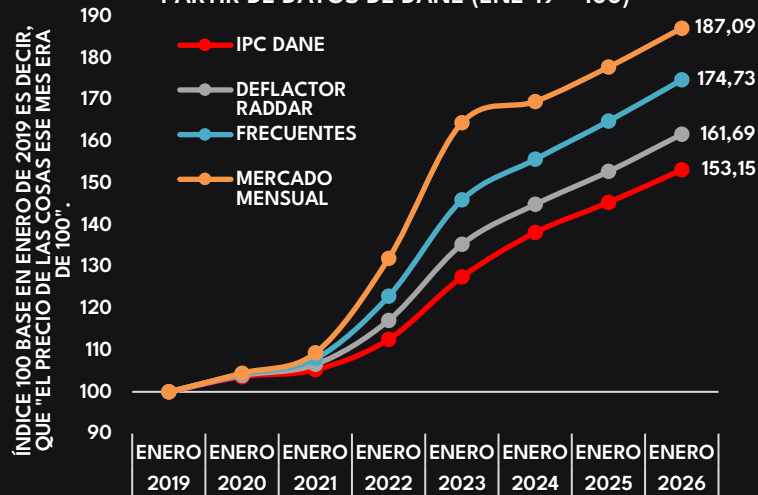
¿CÓMO SIENTEN LOS HOGARES LA INFLACIÓN?

VARIACIÓN ANUAL DE PRECIOS EN COLOMBIA CÁLCULOS A PARTIR DE DATOS DE DANE

(La única inflación válida y oficial es la del DANE, las otras estimaciones que hace RADDAR son para análisis del mercado)



ÍNDICES DE PRECIOS EN COLOMBIA CÁLCULOS A PARTIR DE DATOS DE DANE (ENE-19 = 100)



Con el objetivo de comprender de manera más profunda cómo los cambios en los precios impactan realmente al consumidor, en RADDAR ampliamos nuestro marco de medición:

Si bien el IPC constituye la referencia oficial para medir la variación de precios en el país, entendemos que la experiencia de compra de los hogares no se agota en una única medición. La percepción, la frecuencia de compra y la estructura real del gasto transforman la manera en que los hogares sienten la inflación. Por esta razón, en este informe incorporamos nuevas herramientas analíticas que nos permiten capturar de forma más precisa las dinámicas del mercado y las sensaciones de compra:

¿Qué es el IPC?

Es el índice de precios de una canasta de gasto definida y fija en el tiempo.

¿Qué es un deflactor de precios?

Es el índice de precios de una canasta comprada cada mes por los hogares, reconociendo los cambios en las dinámicas de compras.

¿Qué es la inflación de frecuentes?

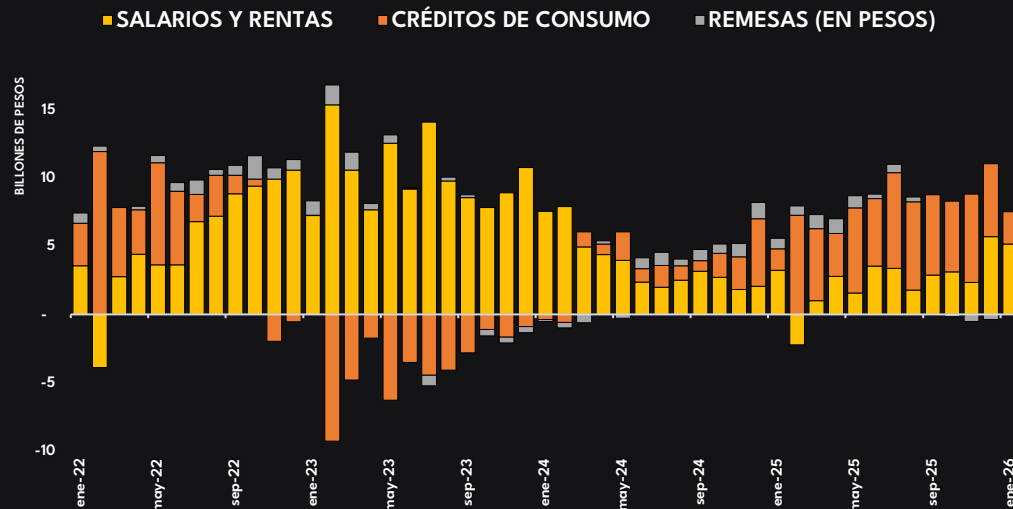
Es la variación en los precios de bienes y servicios de compra recurrente.

¿Qué es la inflación del Mercado Mensual?

Es la variación en los precios de una canasta compuesta por productos habituales en las compras del mercado del mes.

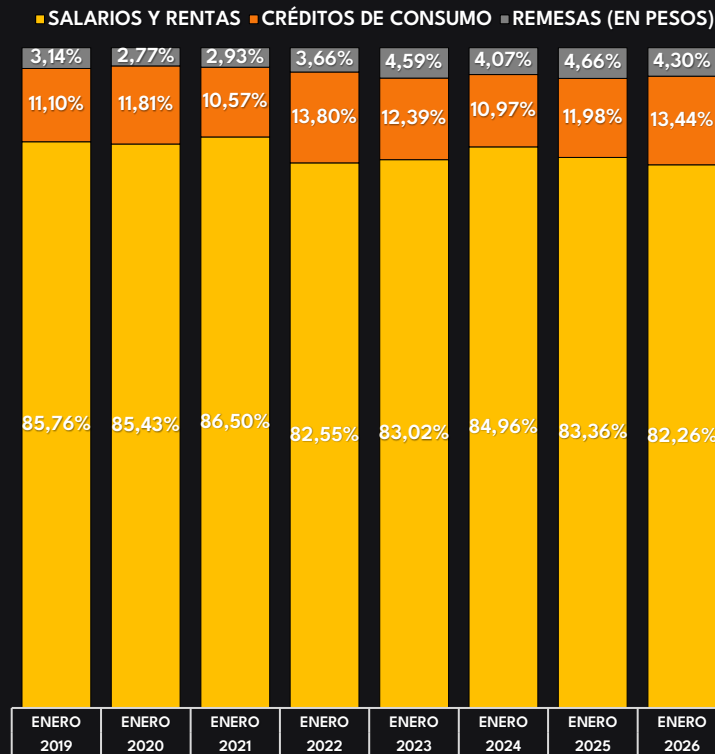
CRÉDITO MANTIENE POSICIÓN RELEVANTE, SALARIOS MANTIENEN MAYOR APOORTE

APORTE AL CAMBIO DEL GASTO DE LOS HOGARES POR FUENTES DE FINANCIACIÓN SEGÚN RADDAR



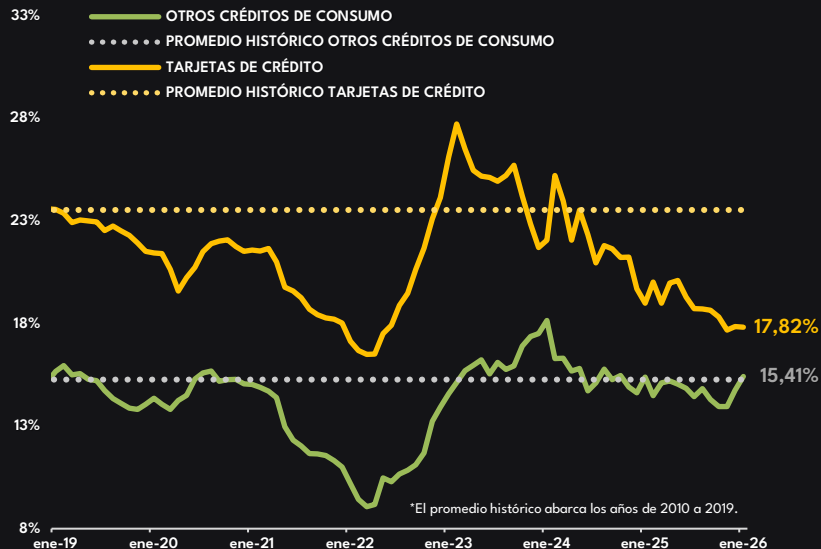
Desde las fuentes de financiación del gasto, se observa que los salarios vuelven a tomar protagonismo en el cierre e inicio de año, en línea con la dinámica del mercado laboral y el impulso estacional derivado de las temporadas comerciales, que pudieron favorecer una mayor ocupación en algunos sectores. Por su parte, el crédito pierde fuerza en su contribución al crecimiento del gasto en enero, posiblemente como resultado de un mayor nivel de endeudamiento acumulado durante el último trimestre de 2025. No obstante, esta fuente mantiene una participación elevada frente a los niveles observados en los eneros de años anteriores, lo que sugiere que, aunque se modera, continúa siendo un soporte relevante para el gasto.

PARTICIPACIÓN FUENTES DE GASTO DE LOS HOGARES EN ENERO DE LOS ÚLTIMOS AÑOS

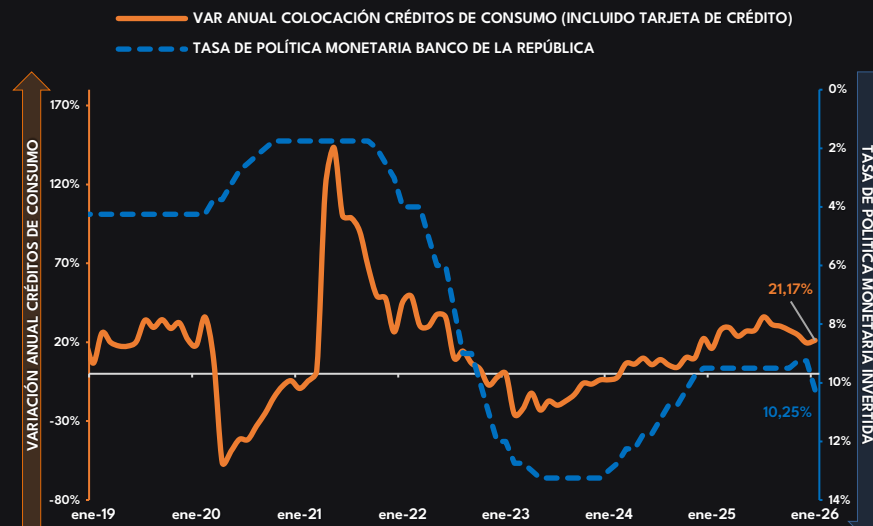


ENTRE TASAS REALES BAJAS Y EXPECTATIVAS DE ALZA EN TASAS DE INTERÉS: EL CRÉDITO MANTIENE SU DINAMISMO A INICIOS DEL AÑO

TASAS DE INTERÉS REALES



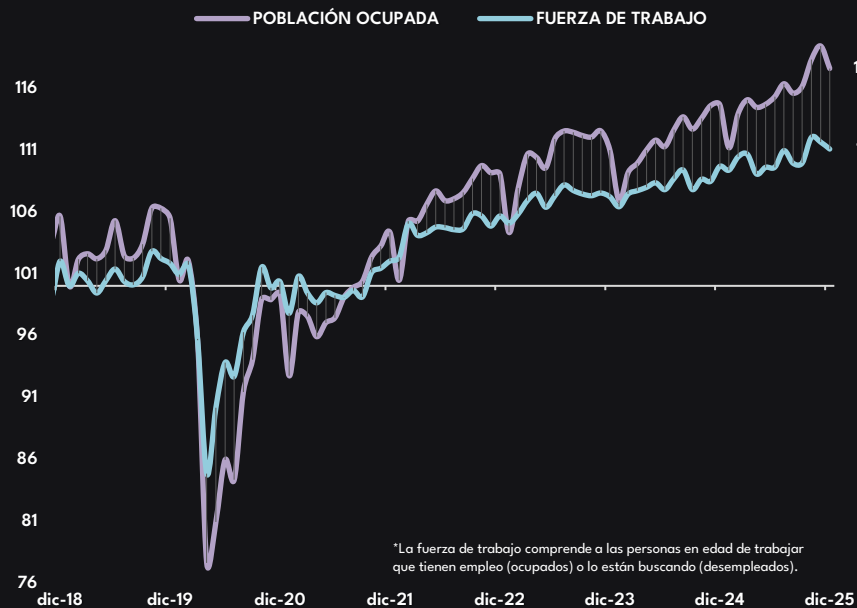
EFFECTO DE LA POLÍTICA MONETARIA DEL BANCO DE LA REPÚBLICA SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LOS CRÉDITOS DEL CONSUMO



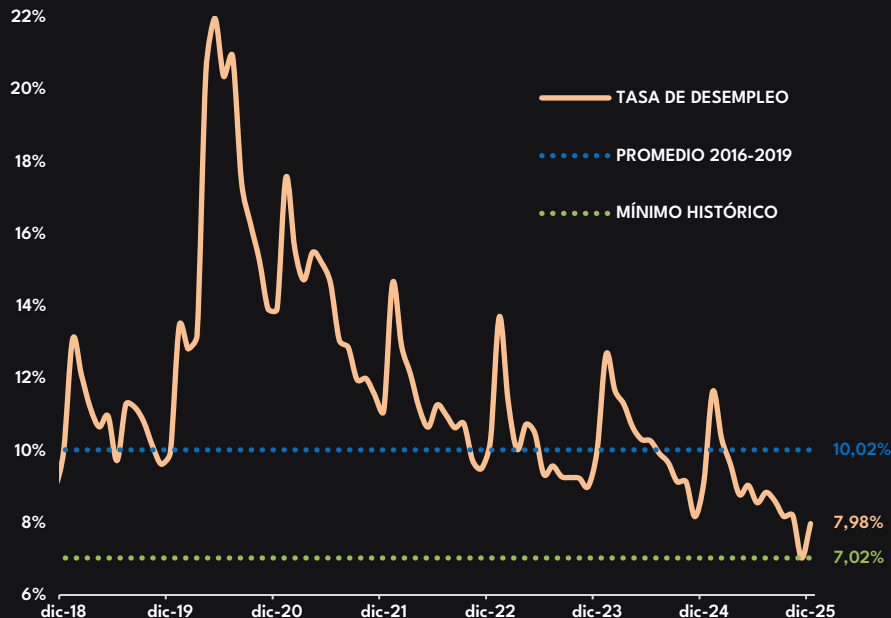
El importante crecimiento que ha mantenido la colocación de créditos de consumo en los hogares muestra que en enero de 2026 se registró una variación anual positiva superior tanto a la observada el mes anterior como a la del mismo mes del año pasado. Este comportamiento puede responder, en parte, a que las tasas de interés reales se mantienen en niveles inferiores frente a su promedio histórico (2010-2019). Esta situación es aún más marcada en el caso de las tasas de interés reales de tarjetas de crédito, que son justamente el rubro que presenta el mayor crecimiento interanual en enero de 2026 (22,27%), mientras que los otros créditos de consumo crecen a una tasa del 16,79%. Esta situación puede estar implicando todavía cierto incentivo al uso del crédito. En este contexto, y ante la postura monetaria más restrictiva adoptada recientemente por el Banco de la República para controlar los efectos inflacionarios (que podrían derivarse, entre otros factores, del fuerte incremento del salario mínimo) como herramienta para encaminar la inflación hacia el rango meta, se esperaría que el crecimiento del crédito comience a moderarse ante posibles incrementos en la tasa de política monetaria, pero en los próximos todavía podrían evidenciarse fuertes crecimientos ante compras anticipadas por parte de algunos hogares.

MERCADO LABORAL PRESENTA BUENA DINÁMICA A CIERRE DE 2025

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



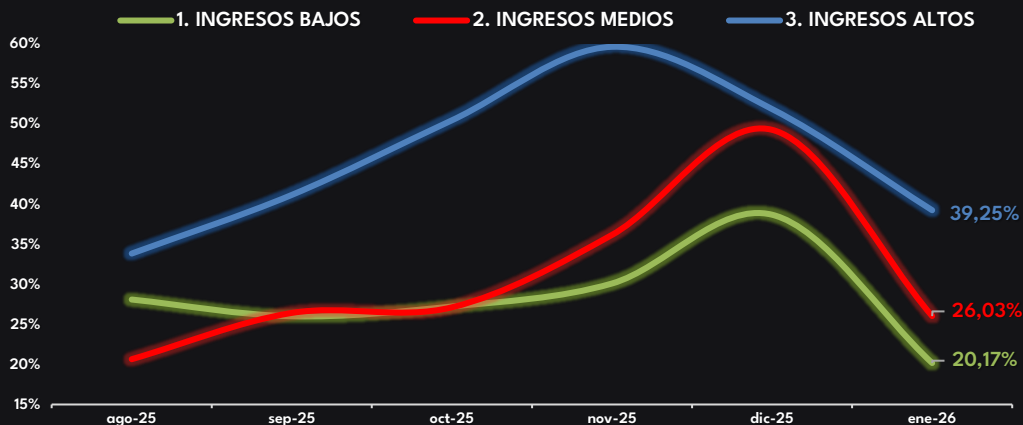
TASA DE DESEMPLEO A NIVEL NACIONAL



Al cierre de 2025, el mercado laboral mostró señales favorables, con un crecimiento sostenido en la población ocupada a lo largo del año. Este dinamismo se concentró principalmente en sectores como comercio, agro y administración pública, así como en posiciones ocupacionales asociadas al trabajo por cuenta propia, que en muchos casos responden a esquemas de informalidad. Esta dinámica permitió que la tasa de desempleo alcanzara mínimos históricos. No obstante, de cara a 2026 emergen algunas alertas. El incremento del salario mínimo podría generar presiones sobre los costos laborales y, en consecuencia, moderar la creación de empleo formal, especialmente en sectores como actividades profesionales, comercio y construcción.

EN LOS PRIMEROS MESES DEL AÑO MÁS HOGARES SIENTEN QUE COMPRAN MENOS

BALANCE DE PERCEPCIÓN DE COMPRA- AUTODECLARACIÓN DE LOS HOGARES

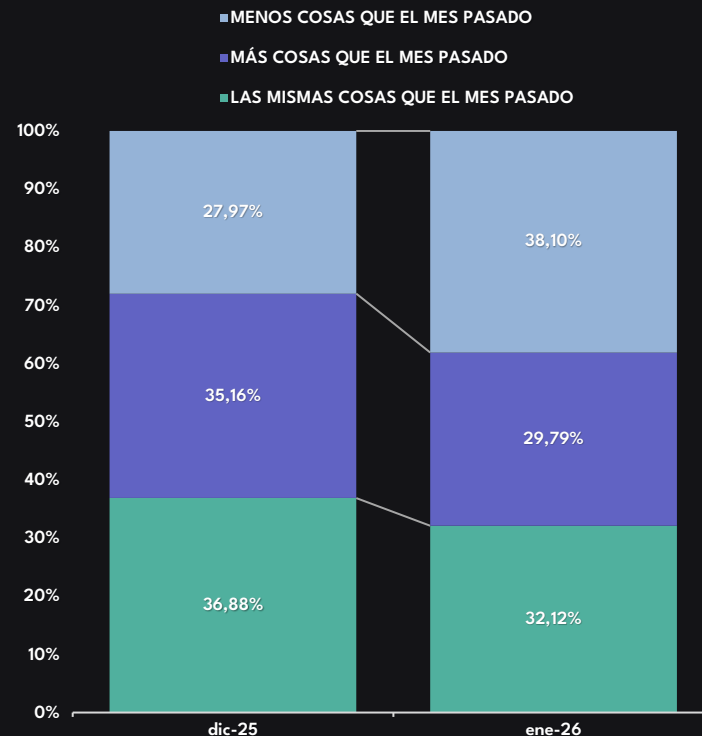


Durante el último trimestre de 2025, según la autodeclaración de los hogares, la percepción de compra en los tres niveles de ingreso fue bastante favorable, impulsada en gran medida por la estacionalidad propia de esos meses, los descuentos comerciales y la entrada de ingresos adicionales en los hogares. Sin embargo, en enero de 2026 esa percepción se deteriora de forma generalizada, aumentando en 10 puntos porcentuales la proporción de personas que sienten que compraron menos cosas que el mes anterior.

Este cambio se percibe con mayor fuerza en los hogares de ingresos bajos y medios, porque son quienes enfrentan de manera más directa el repunte de la inflación en bienes y servicios de gasto frecuente, y además suelen tener menos margen para absorber incrementos de precio o ajustar el presupuesto sin recortar cantidades.

En contraste, los hogares de ingresos altos tienden a estar relativamente menos afectados, ya que cuentan con mayor capacidad de maniobra para sostener su nivel de gasto, reasignar gastos o compensar los aumentos con ahorro y otras fuentes de liquidez.

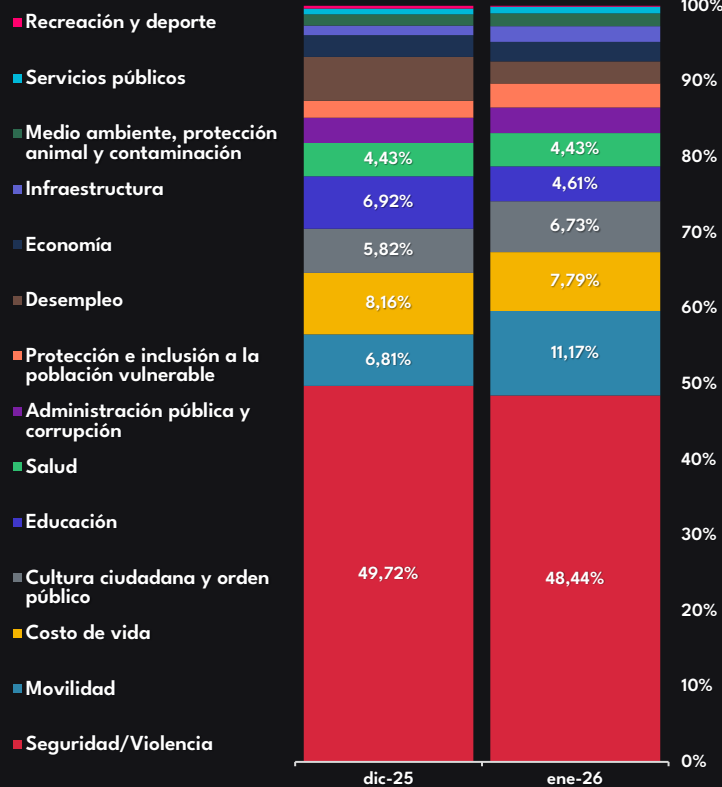
FRENTE AL MES PASADO USTED PERCIBE QUE COMPRÓ..?



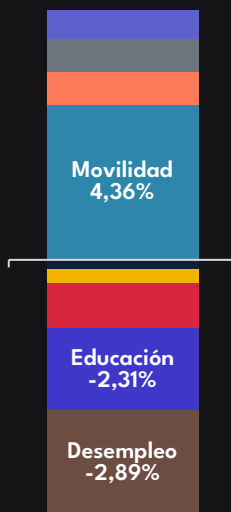
FUENTE: ConsumerTrack 2026, RADDAR CKG

MOVILIDAD LIDERA LA PREOCUPACIÓN DE LOS HOGARES EN ENERO

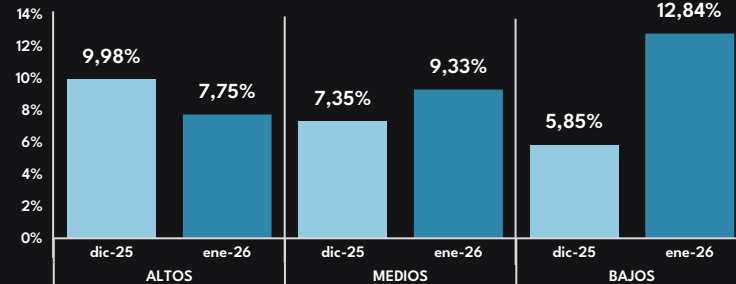
¿CUÁL CONSIDERA QUE ES EL PRINCIPAL PROBLEMA QUE EL ALCALDE DE SU CIUDAD DEBERÍA SOLUCIONAR?



PROBLEMÁTICA QUE HA GANADO RELEVANCIA EN 2026 (ENE 26 VS DIC 25)



¿A QUIÉN LE PREOCUPA MÁS LA MOVILIDAD?



Según la autodeclaración de los hogares, en los últimos meses seguridad y violencia se mantiene como la principal problemática de preocupación en los encuestados, a causa del aumento de la criminalidad en las ciudades. Esta percepción también termina impactando en la intención de compra, porque muchas personas limitan sus desplazamientos y su gasto en determinadas zonas por miedo e inseguridad.

Sin embargo, al comparar los cambios de diciembre a enero, se observa que movilidad gana terreno entre las problemáticas que más preocupan, impulsada por varios factores: el aumento del pasaje de transporte público, que impacta directamente a los hogares de ingresos bajos y medios, las mayores dificultades de desplazamiento asociadas a trayectos más largos, congestión y afectaciones por las obras del metro y las mejoras viales y la temporada de lluvias que afecta los desplazamientos, elementos que también terminan afectando a los hogares de ingresos altos. Además, esta situación no solo afecta a las personas, también tiene efectos sobre el transporte logístico y los tiempos de entrega.

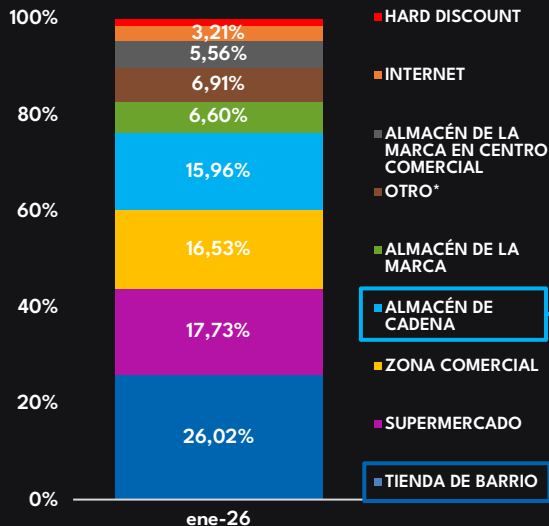
Por su parte, desempleo pierde relevancia a inicios de año, posiblemente asociado a la reducción de la tasa de desempleo, apoyada por la recuperación del empleo tanto formal como informal.

LA TEMPORADA ESCOLAR INICIÓ CON DINAMISMO Y LA TIENDA DE BARRIO ES PREFERIDA POR PRECIO Y COSTUMBRE

40,7%

De los hogares declararon que comprarían útiles escolares en el mes de enero.

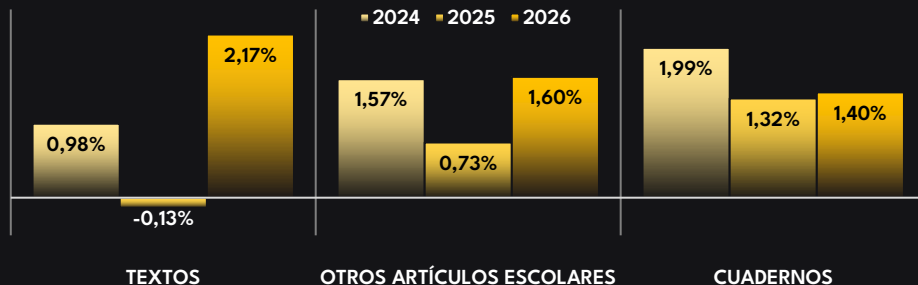
¿DÓNDE REALizó O VA A REALIZAR LA COMPRA DE ÚTILES ESCOLARES?



El motivo principal de compra fue el bono escolar (25%).

El 29% de los hogares declaró que compró por precio en la tienda de barrio.

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO REAL EN ARTÍCULOS ESCOLARES EN ENERO



En la primera parte de la temporada escolar los hogares tuvieron un crecimiento superior en unidades frente a enero de años anteriores en útiles como textos y otros artículos escolares (esferos, lápices, reglas). En contraste, los cuadernos mostraron un comportamiento más rezagado, en línea con un ajuste en la inflación al alza durante los últimos siete meses, que permanece baja (1,10%).

A esto se suma que el 10% de los hogares que indicaron intención de compra se caracterizan por ser unipersonales y en pareja, lo cual puede indicar que aquellos hogares se encuentran dentro de la Educación superior y cursos de educación continuada que exigen menor cantidad de útiles entre esos cuadernos.

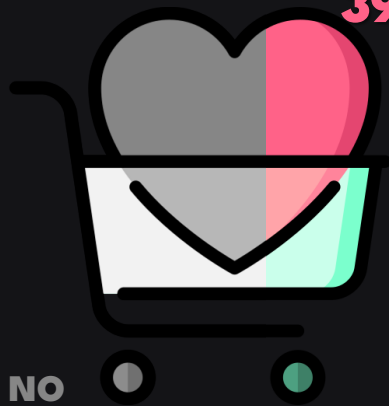
La tienda de barrio es el canal preferido para compra de estos artículos y los bonos escolares se vuelven un aliado para familias y almacenes de cadena; mientras el Hard Discount todavía presenta una participación tenue.

SAN VALENTÍN GANA PROTAGONISMO CON PLANES ASEQUIBLES Y REGALOS TRADICIONALES

¿VA A CELEBRAR SAN VALENTÍN?

SI
39,1%

NO
60,9%



POR GÉNERO:



HOMBRES

54,7%

MUJERES

45,3%

- San Valentín se mantiene como una fecha complementaria dentro del calendario comercial.
- La celebración se concentra más en planes compartidos que en compras de alto valor.
- Se observa un gasto más moderado, alinea con la tipología de obsequios mencionados y con el presupuesto destinado para esta ocasión.
- Las presiones de gasto propias del inicio de año podrían moderar la intención de celebrar y gastar en San Valentín.
- El 46,8% de las personas encuestadas planea gastar entre \$0-\$100 en el regalo, mientras que el 38% planea gastar entre \$100-\$200 en el lugar donde planean celebrarlo.

TOP 3 DE REGALOS MÁS MENCIONADOS PARA DAR EN SAN VALENTÍN:



FLORES
21,4%



CHOCOLATE/
DULCES
21,3%



ROPA/CALZADO
15,8%

¿Cuánto va gastar en este regalo?



TOP 3 DE LUGARES DONDE VA A CELEBRAR SAN VALENTÍN:



RESTAURANTE
48,5%



CONSUMO EN
CASA
32,4%



CINE
8,7%

¿Cuánto va gastar en este regalo?



SI QUIERES PROFUNDIZAR EN
ALGUNAS DE NUESTRAS
HERRAMIENTAS

¡VISÍTANOS!



RADDAR REPORTS

Consumer
Knowledge
Group

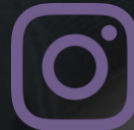
ENERO 2026



@Raddarckg



Raddar CKG



Raddarckg



RADDAR CKG