



RADDV Consumer Knowledge Group REPORTS

EL GASTO DE LOS HOGARES SE ESTANCA EN LA PRIMERA PARTE DEL AÑO

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.

MARZO 2026

PUNTOS DESTACADOS EN ESTE INFORME

1

EL GASTO DE LOS HOGARES SE ESTANCÓ EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO

2

LA INFLACIÓN REPUNTA, ESPECIALMENTE EN BIENES Y SERVICIOS DE COMPRA FRECUENTE

3

EL MERCADO LABORAL MUESTRA SEÑALES DE ALERTA

4

INCENTIVOS AL AHORRO PARECEN TODAVÍA DAR ESPERA. CRÉDITO MANTIENE DINAMISMO

5

AL MOMENTO DE COMPRAR EL CANAL TRADICIONAL Y LA CAZA DE OPORTUNIDADES GANA RELEVANCIA

2,38%

CRECIÓ EL GASTO REAL DE LOS HOGARES EN MARZO 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/>

EN MARZO DE 2026, LA VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES CONTINÚA MODERÁNDOSE, MOSTRANDO UN CAMBIO DE TENDENCIA.

En marzo de 2026, el gasto de los hogares, desde la medición de Gastometría de RADDAR, fue de \$98,6 billones de pesos. En marzo de 2025, el gasto de los hogares fue de \$91,2 billones, lo que significa un crecimiento en términos corrientes de 8,07%, continuando con el cambio de tendencia.

En términos reales, el crecimiento anual del gasto fue de 2,38%, acumulando 8 meses de menor crecimiento.

La colocación crediticia, sumando la causada con tarjeta de crédito, consumo - libre destinación e hipotecaria, tuvo un crecimiento anual de 13,4%, debido mayormente a la dinámica en colocación de tarjeta de crédito frente al año pasado solamente 20,5%.

El salario mínimo real vigente, tuvo un aumento anual de capacidad de compra de 16,5% y de salario por ocupado de -0,2%.

A nivel trimestral, el gasto de los hogares crece 2,48%, dato que seguramente este alineado con el dato de PIB y de Gasto de Consumo de Hogares en el PIB, en diferente magnitud.

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES - IQ 2026

8,02%

VAR. ANUAL GASTO CORRIENTE EN IQ 2026

5,40%

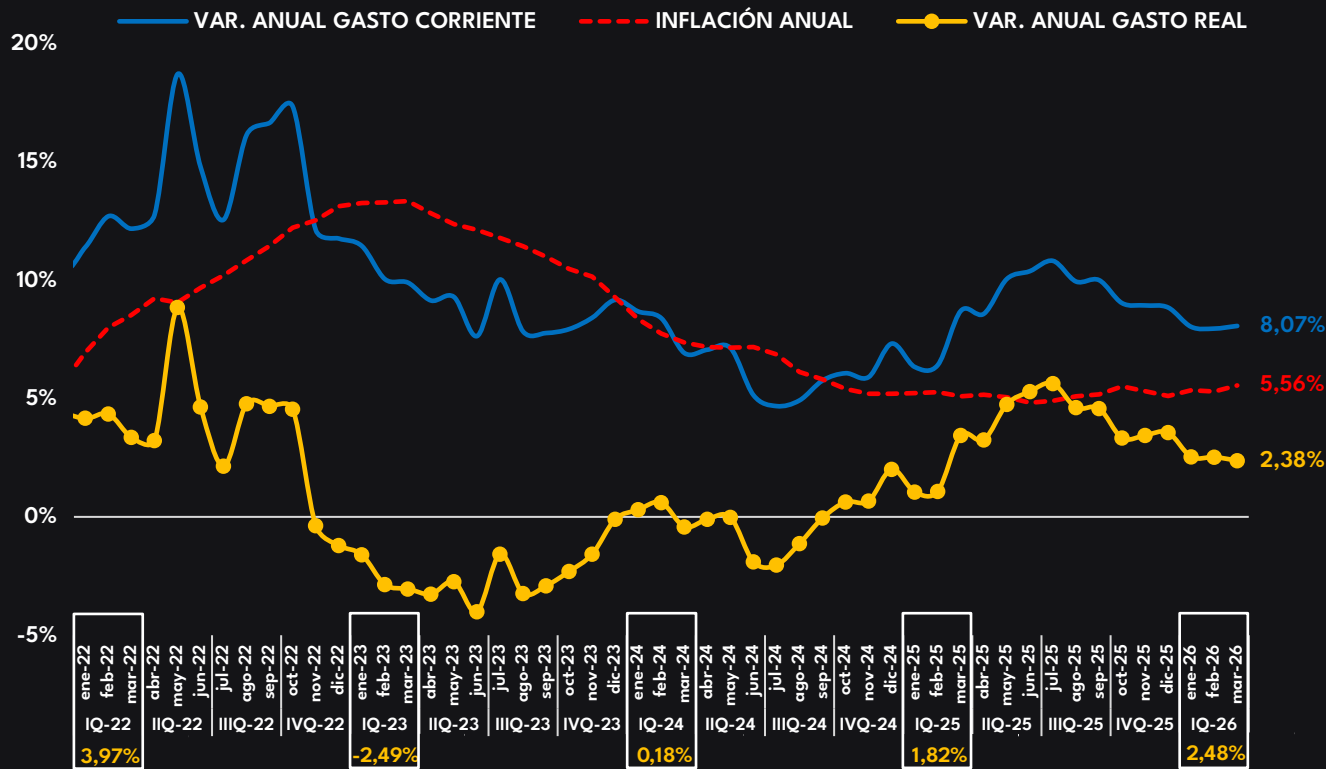
INFLACIÓN ANUAL EN IQ 2026

2,48%

VAR. ANUAL GASTO REAL EN IQ 2026

EL GASTO DE LOS HOGARES SE ESTANCA EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO

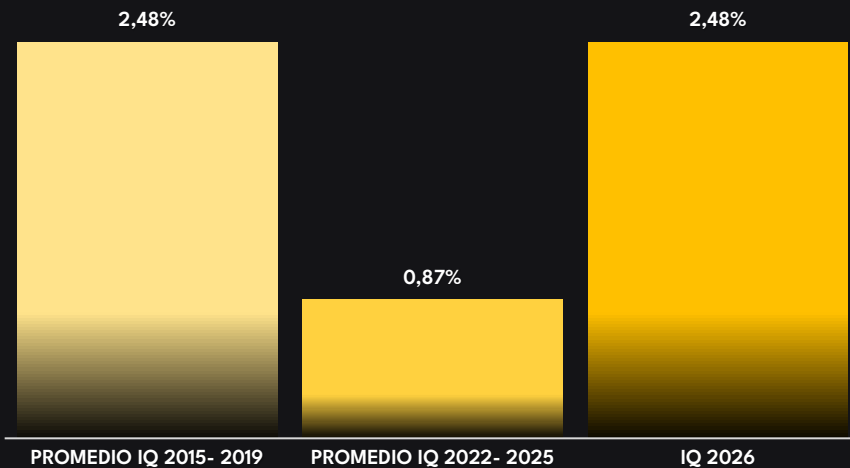
DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES



En marzo, el gasto de los hogares muestra un comportamiento estable frente al mes pasado, sin embargo muestra una pérdida de dinamismo con respecto a marzo del 2025. Esta situación nos podría indicar que los hogares están comprando a un ritmo más moderado. Aunque el gasto corriente mantiene cierta estabilidad, el crecimiento del gasto en términos reales sigue siendo limitado debido al efecto de la inflación de bienes y servicios, especialmente frente aquellos de compra frecuente. Esto implica que, aunque los hogares continúan gastando, su capacidad de crecimiento es limitada, pudiendo dar paso al ahorro, donde las tasas como las de los CDT's, se han mantenido relativamente atractivas, incentivando a algunos hogares a preferir ahorrar en lugar de gastar, buscando obtener rendimientos y mayor estabilidad en el mediano plazo. En comparación con meses anteriores, se observa un menor impulso en el gasto, lo cual puede estar asociado a factores estacionales, como el efecto de la temporada escolar que suele concentrar una mayor demanda en los primeros meses del año especialmente en febrero.

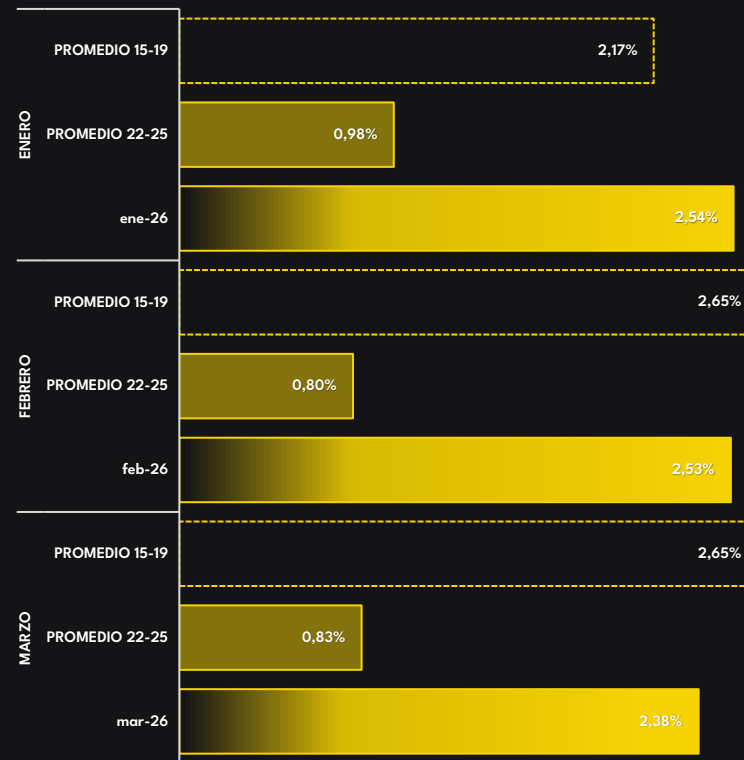
ESTABILIDAD EN EL GASTO DE LOS HOGARES, CON UNA DESACELERACIÓN EN CURSO

DINAMICA INTERANUAL DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES



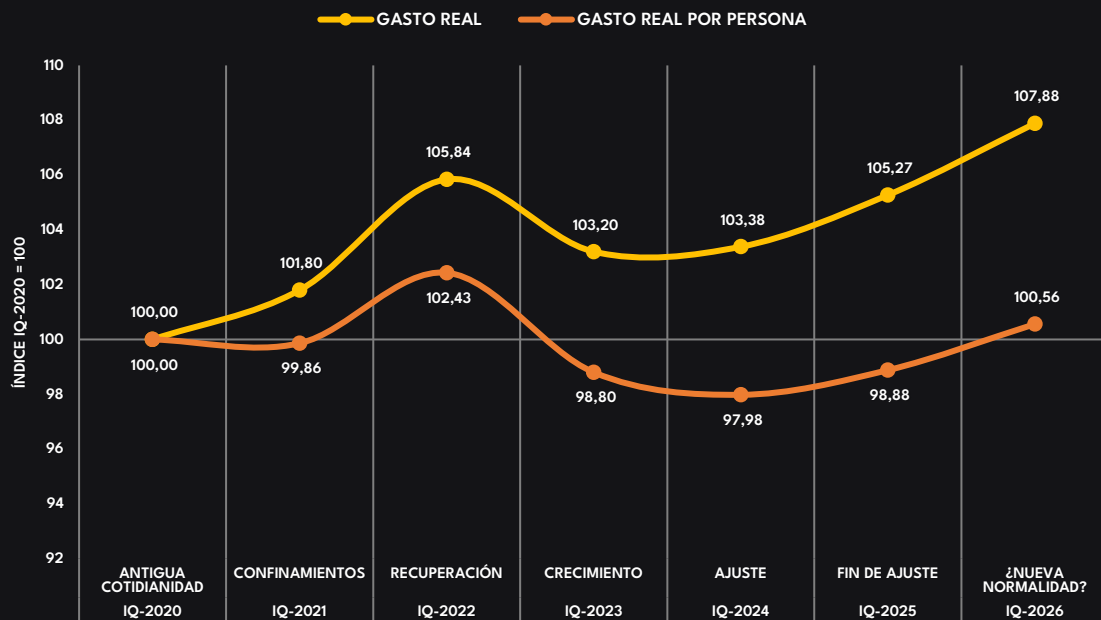
Durante el primer trimestre del año, el gasto de los hogares se mantiene por encima del promedio de los últimos años y alcanza niveles comparables a los del periodo prepandemia. Este comportamiento refleja una estabilización típica de inicio de año, en la que los hogares ajustan su presupuesto tras el alto gasto del último trimestre y los cambios asociados a salarios y tarifas. Al analizar los meses del trimestre, el desempeño sigue siendo positivo frente a años recientes; sin embargo, se evidencia una desaceleración progresiva en febrero y marzo cuando se compara con los niveles prepandemia.

DINAMICA INTERANUAL DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES

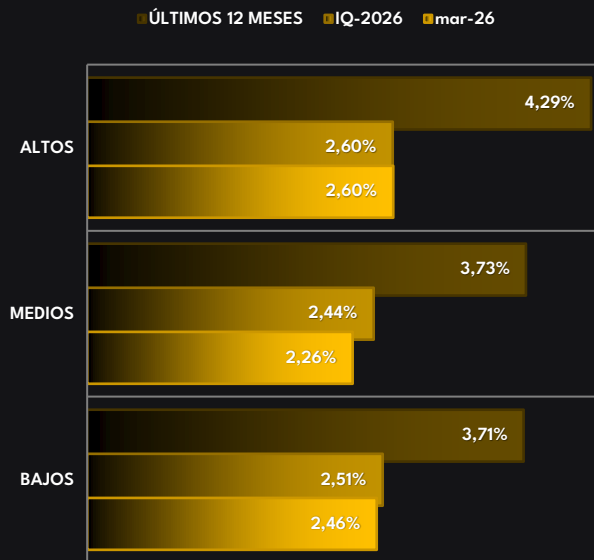


EL CRECIMIENTO DEL GASTO AGREGADO OCULTA DIFERENCIAS EN LA RECUPERACION DE LOS HOGARES

¿QUÉ HA PASADO CON EL GASTO DE LOS HOGARES EN LOS ÚLTIMOS AÑOS?



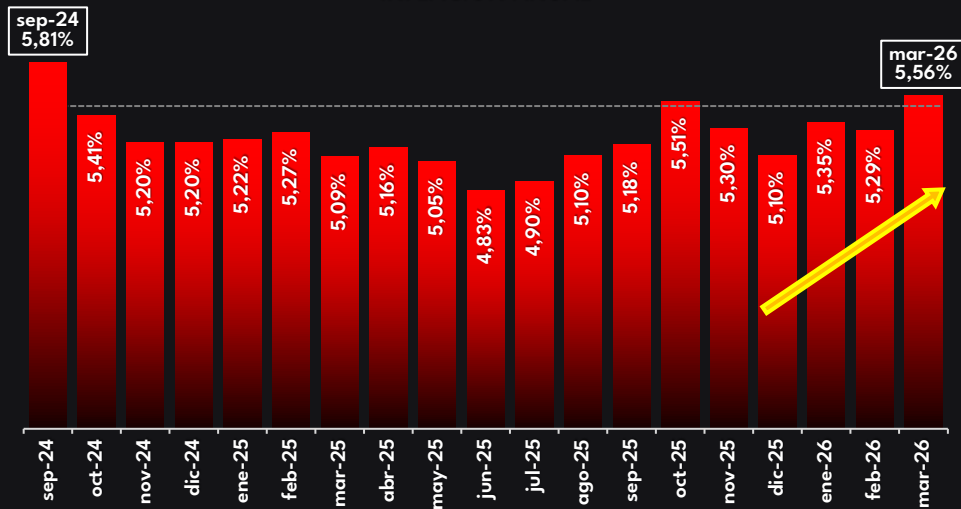
TENDENCIA DE CRECIMIENTO DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES POR NIVELES DE INGRESO (VARIACIÓN INTERANUAL)



El gasto total de los hogares ha mostrado una tendencia al alza en los primeros trimestres del año desde 2023, lo que evidencia una capacidad de ajuste y adaptación frente a las condiciones recientes. Sin embargo, esta recuperación no ha sido homogénea. Al observar el gasto real por persona, se identifica una leve mejora frente a los niveles previos, lo que sugiere que la normalización del gasto ha sido parcial. Este comportamiento refleja que los hogares enfrentan ritmos diferenciados de recuperación, especialmente en un contexto de presiones inflacionarias y condiciones laborales aún retadoras, como la informalidad. En este sentido, el crecimiento del gasto agregado puede estar ocultando brechas en la capacidad de gasto entre distintos grupos de hogares.

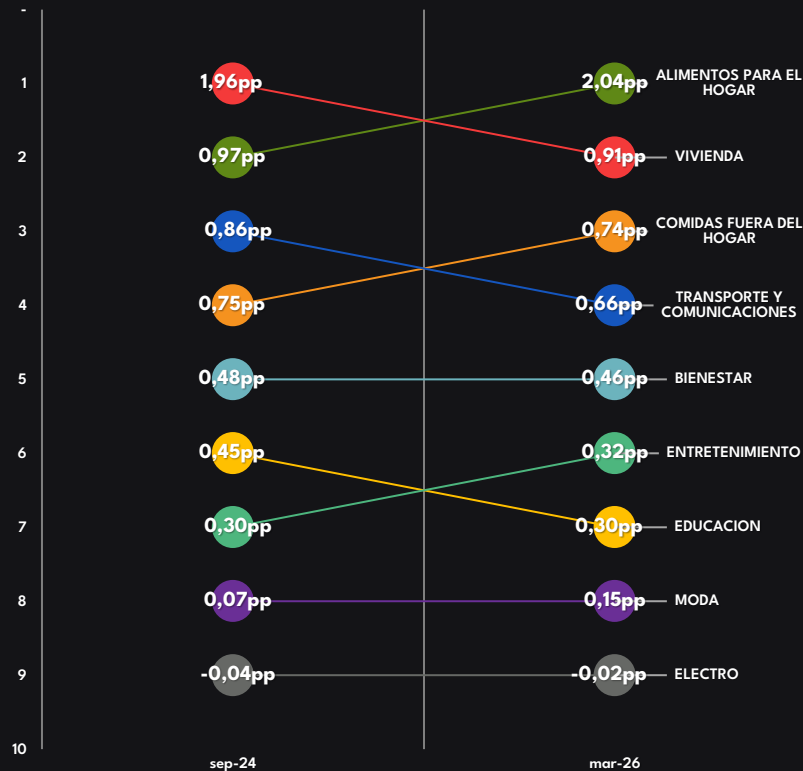
AUMENTA LA PRESIÓN INFLACIONARIA INCIDIDA PRINCIPALMENTE POR ALIMENTOS PARA EL HOGAR

INFLACIÓN ANUAL



Aunque el gasto de los hogares se mantiene en terreno positivo, ha mostrado señales de estancamiento, que podrían estar asociadas a los efectos inflacionarios registrados en los primeros meses del año. Marzo marca un repunte del indicador, alcanzando niveles similares a los de hace 18 meses. Este comportamiento ha estado impulsado principalmente por los alimentos para el hogar, donde factores climáticos y costos logísticos han incidido en el aumento de precios de varios productos de la canasta básica. Le sigue vivienda, donde, si bien los servicios públicos han reducido su aporte, otros rubros como arriendos y artículos para el hogar continúan ejerciendo un efecto al alza. Es importante tener en cuenta que las condiciones climáticas no muestran mejoras en el corto plazo, lo que podría sostener estas dinámicas en alimentos y otros servicios.

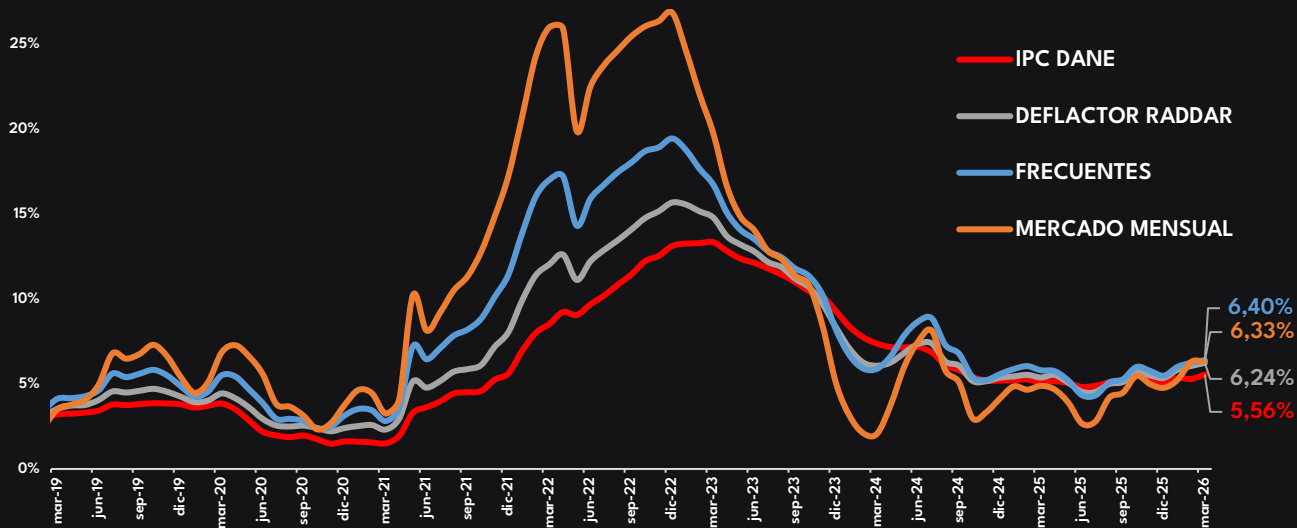
RANKING DE APORTE A LA INFLACIÓN ANUAL POR CANASTAS



LA INFLACIÓN GOLPEA CON MÁS FUERZA EL GASTO DIARIO DE LOS HOGARES

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)



¿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.

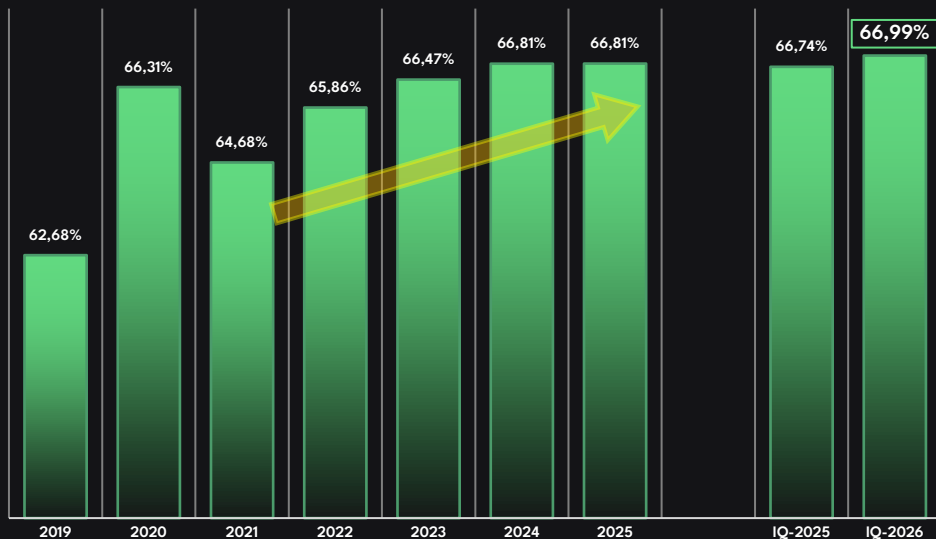
¿Qué es la inflación del Mercado Mensual?

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

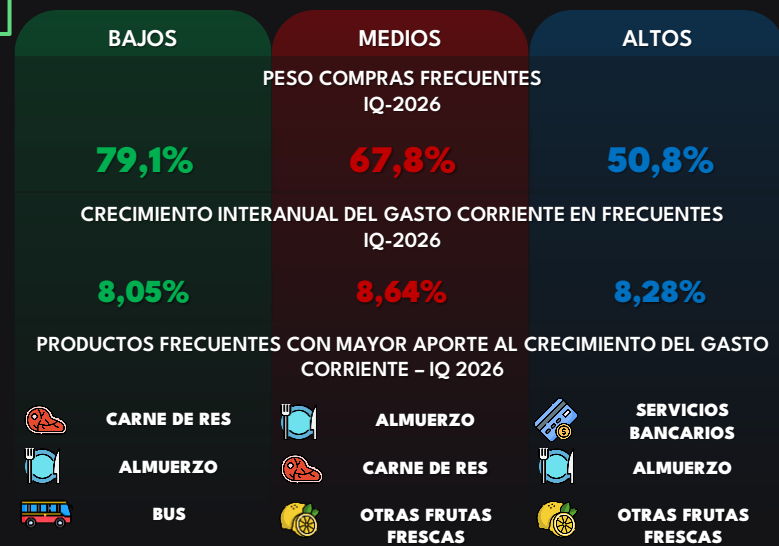
En línea con lo anterior, la inflación en las compras frecuentes y del mercado mensual presenta las mayores variaciones anuales, lo que sugiere un mayor impacto sobre el gasto cotidiano de los hogares, especialmente en aquellos bienes que garantizan su gasto básico. Por su parte, el deflactor del gasto se ubica por encima de la inflación, lo que indica que los hogares podrían estar experimentando una inflación efectiva mayor a la que refleja el indicador general. Esto responde a cambios en la estructura de gasto mes a mes, donde no solo inciden los aumentos en canastas básicas, sino también el mayor peso de rubros como bienestar y entretenimiento, que, a pesar de sus niveles de precio, continúan siendo priorizados por los hogares. De acuerdo con las proyecciones de analistas económicos, la inflación podría retomar una senda al alza hacia mediados de año, lo que anticipa un entorno más retador para el poder adquisitivo de los hogares en Colombia.

MÁS GASTO EN SOBREVIVIR, MENOS MARGEN PARA ELEGIR

POCKETSHARE FRECUENTES



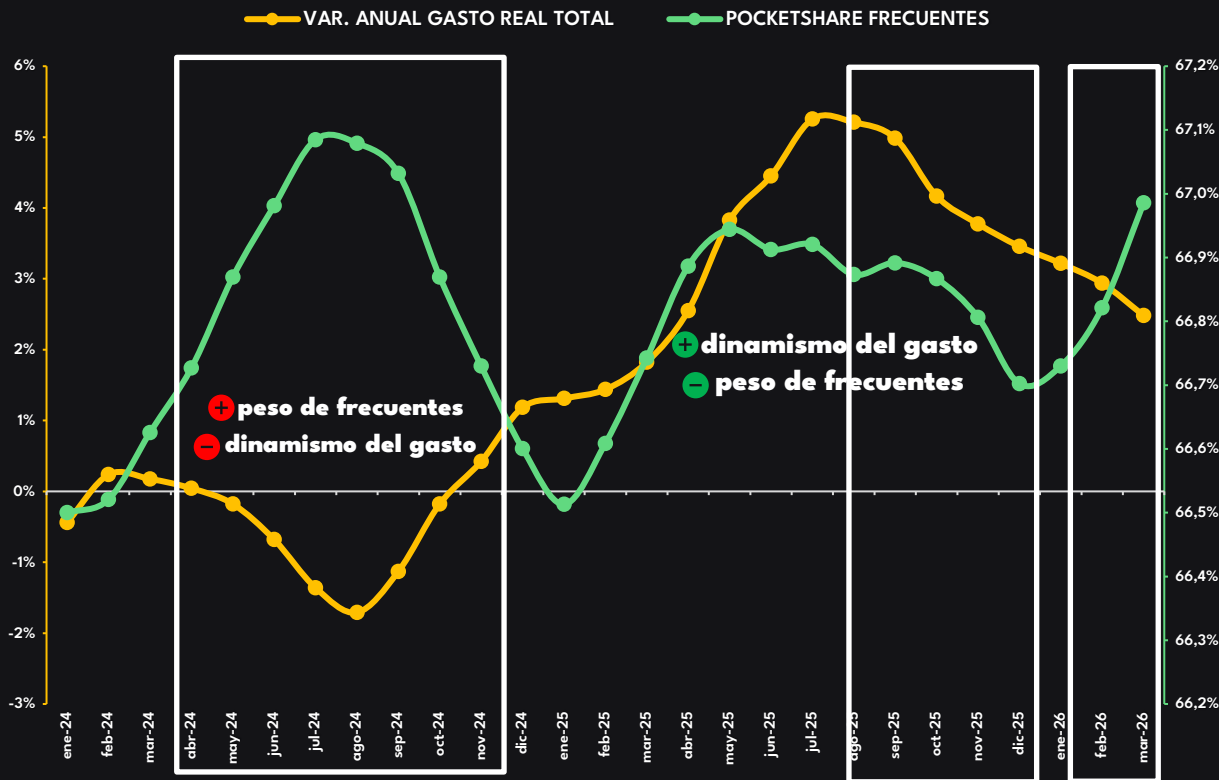
COMPORTAMIENTO DE LAS COMPRAS FRECUENTES POR NIVELES DE INGRESO



El crecimiento de los precios en las compras cotidianas ha incrementado su peso en el gasto de los hogares, alcanzando cerca del 67% en el primer trimestre del año. Estas compras, asociadas a bienes esenciales para el día a día, presentan un alto nivel de rigidez, a diferencia de las no frecuentes, que pueden postergarse según la necesidad. Esta condición reduce el margen de maniobra para destinar recursos a otros bienes y servicios, especialmente en los hogares de ingresos medios y bajos, donde las compras frecuentes tienen mayor participación. En este contexto, el esfuerzo de gasto se concentra principalmente en rubros básicos como alimentos y transporte. De cara al mediano y largo plazo, el mayor peso de estas compras podría traducirse en un desplazamiento del gasto hacia bienes no esenciales, en un entorno donde las presiones inflacionarias sobre los básicos no muestran una reducción cercana. Así, las compras no frecuentes deberán competir con mayor intensidad por el gasto disponible, posicionándose como espacios de bienestar que los hogares, aun con restricciones, seguirán buscando.

CUANDO LO BÁSICO GANA PARTICIPACIÓN, EL GASTO PIERDE IMPULSO

EVOLUCIÓN DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES VS PESO DE LAS COMPRAS FRECUENTES - TRIMESTRE MÓVIL

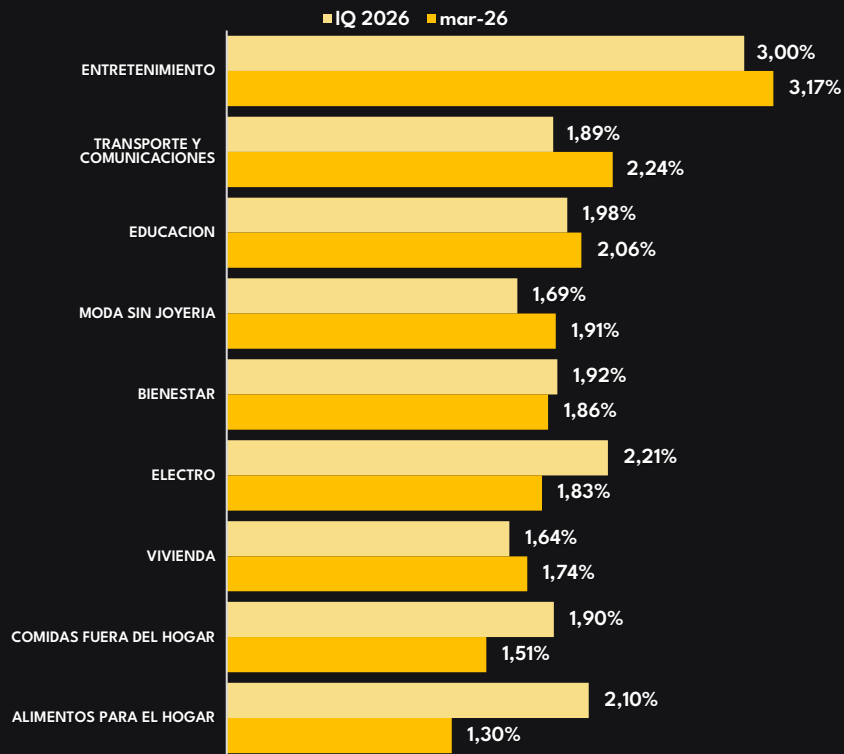


Al analizar la relación entre la dinámica anual del gasto total y el peso de las compras frecuentes, se observa que, en 2024, a medida que estas ganaban participación dentro del bolsillo, el gasto de los hogares mostraba un mayor deterioro en su ritmo de crecimiento. Esto responde a que los hogares debieron priorizar bienes y servicios básicos, postergando o desplazando otro tipo de compras.

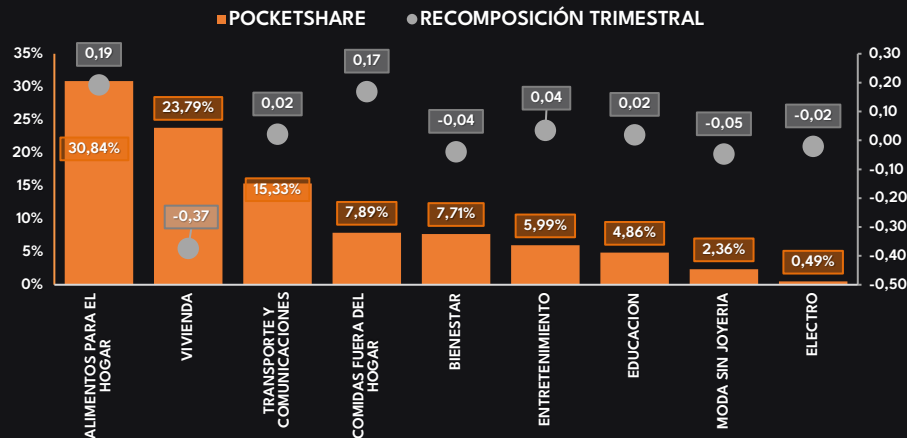
En 2025, se evidencia un ajuste en el comportamiento de consumo, donde los hogares logran destinar una mayor proporción del gasto a bienes durables y semidurables, favorecidos por mejores condiciones económicas frente a años previos. En este contexto, el peso de las compras frecuentes comienza a ceder. Sin embargo, en los últimos meses de 2026, el gasto vuelve a mostrar señales de desaceleración, mientras las compras esenciales retoman participación. De mantenerse esta tendencia, el crecimiento del gasto podría enfrentar una desaceleración más marcada en los próximos periodos.

ENTRETENIMIENTO LIDERA EL TRIMESTRE PERO ALIMENTOS EMPIEZA A ROBAR ESPACIO EN EL BOLSILLO

DINAMICA INTERANUAL DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES POR CANASTA



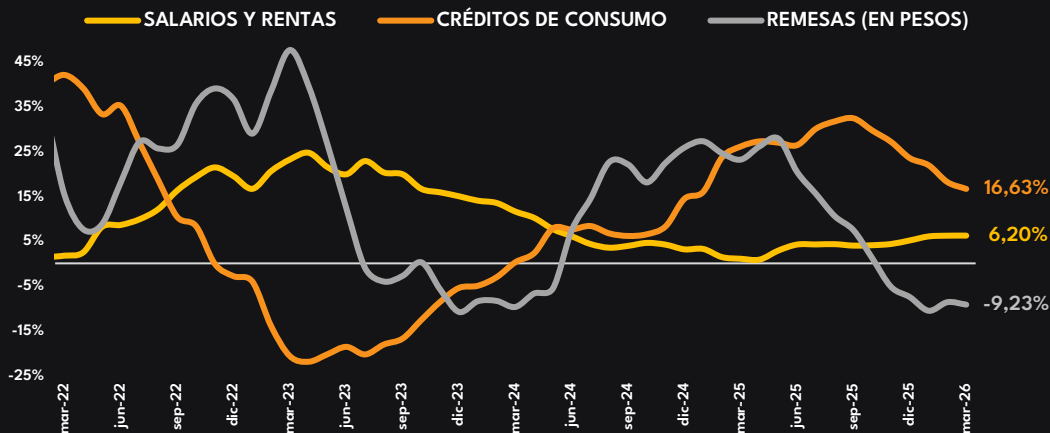
¿COMO SE COMPONE EL BOLSILLO DE LOS HOGARES? - IQ 2026



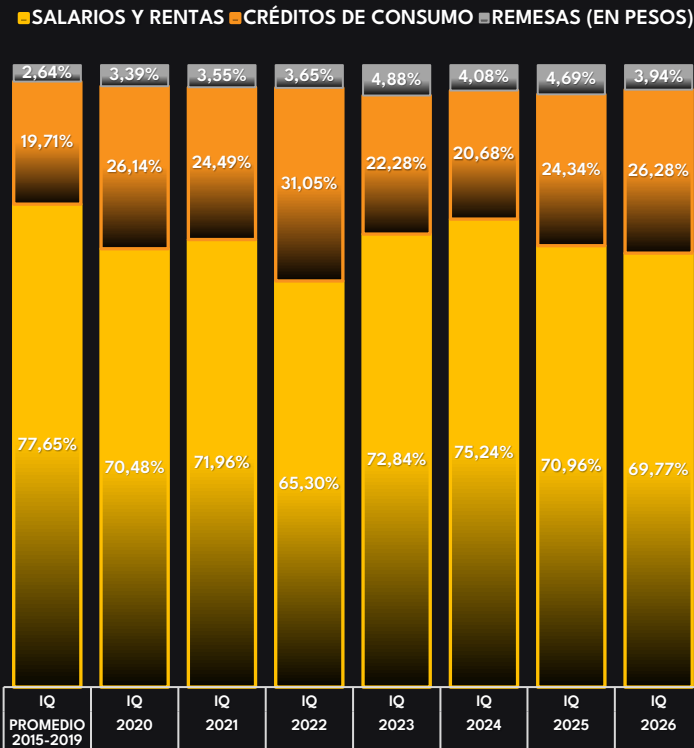
Aunque las compras frecuentes han ganado peso en el gasto de los hogares, el desempeño del trimestre —y particularmente de marzo frente al mismo periodo de 2025— sigue mostrando crecimiento en canastas de mayor indulgencia, como entretenimiento. Este comportamiento podría estar asociado a una mayor disposición de compra en contextos estacionales, como las vacaciones de enero, celebraciones como San Valentín en febrero y el gasto anticipado previo a Semana Santa entre febrero y marzo. No obstante, al comparar con los últimos meses de 2025, se observa un mayor direccionamiento del gasto hacia alimentos para el hogar y comidas fuera del hogar, categorías que han estado más expuestas a incrementos de precios. Esto sugiere que, aun cuando persisten espacios de consumo discrecional, el gasto continúa concentrándose en rubros básicos.

DESACELERACIÓN EN FUENTES DE GASTO Y CAMBIOS EN SU COMPOSICIÓN MODERAN EL DINAMISMO DEL GASTO EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2026

VARIACIÓN INTERANUAL DE LAS FUENTES DE GASTO DE LOS HOGARES (TRIMESTRE MÓVIL)



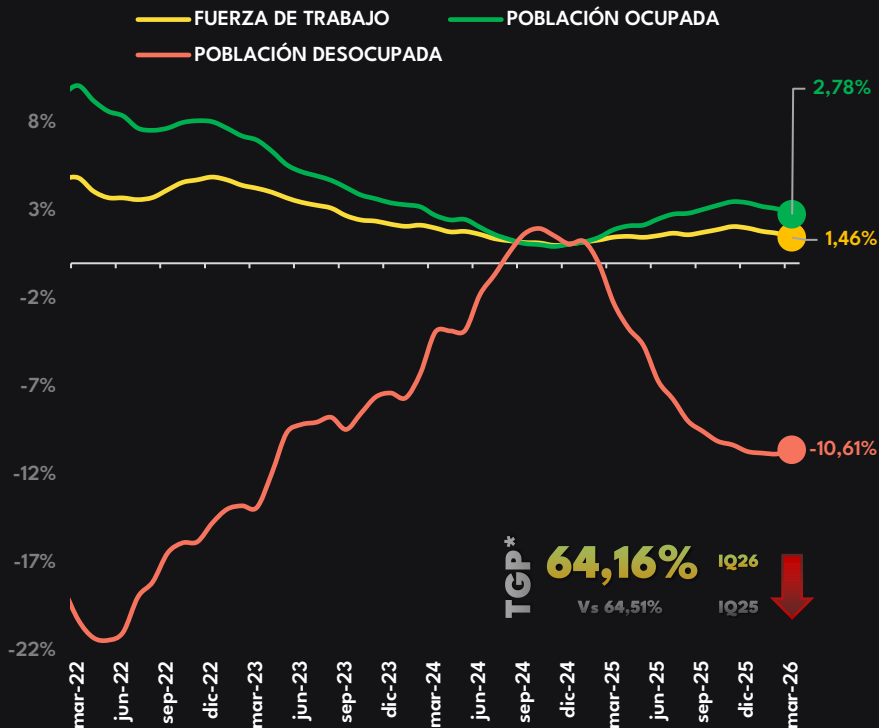
PARTICIPACIÓN FUENTES DE GASTO DE LOS HOGARES EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO



Para el primer trimestre de 2026, los hogares han evidenciado una desaceleración en el crecimiento de la mayoría de sus fuentes de gasto, lo que explica parte del reciente menor dinamismo del gasto real. Entre estas, las remesas han sido la única fuente con contracción en su aporte al crecimiento del gasto, principalmente dada la apreciación del peso colombiano respecto a lo evidenciado al año pasado. Esto redujo su participación en 0,75 pp respecto al primer trimestre de 2025. Por su parte, los créditos de consumo también muestran una desaceleración más marcada, aunque mantienen crecimientos positivos superiores a los observados a finales de 2024. Esto ha hecho que, en los últimos tres años, su relevancia dentro de las fuentes de gasto aumentara, posiblemente influida por la reducción en la brecha entre las tasas de interés de captación y colocación, lo que podría mantener cierto incentivo al uso de deuda frente al hecho de ahorrar. Finalmente, los salarios y rentas han mostrado un crecimiento estable, en línea con un mercado laboral resiliente, caracterizado por un aumento de ocupados y disminución del desempleo, aunque con señales de alerta.

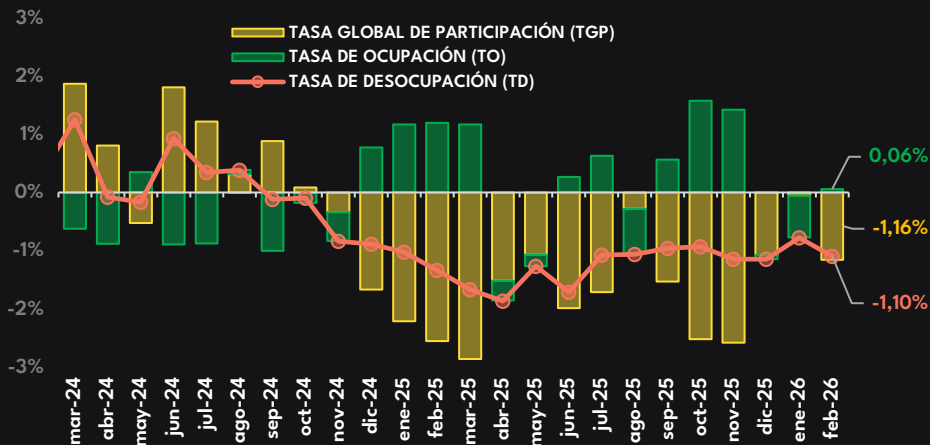
CRECIMIENTO DE LOS OCUPADOS SE MODERA, MIENTRAS TASA DE DESEMPLEO SE MANTIENE FAVORECIDA POR MENOR PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO LABORAL

VARIACIÓN DE LA POBLACIÓN EN EL MERCADO LABORAL (12 MESES MÓVIL)



TGP*
64,16% IQ26
 Vs 64,51% IQ25

CONTRIBUCIÓN ANUAL DE LA TASA GLOBAL DE PARTICIPACIÓN Y OCUPADOS AL CAMBIO DE LA TASA DE DESEMPLEADOS

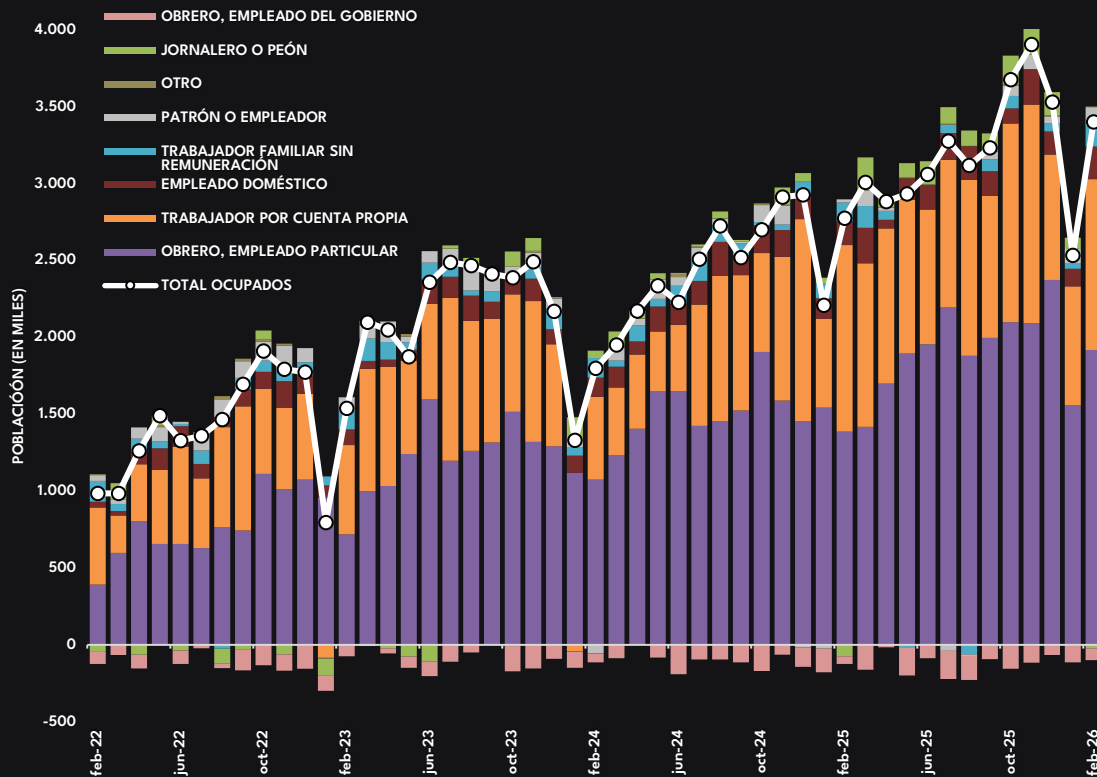


Por el lado del empleo, esta muestra una ligera desaceleración en los últimos meses:

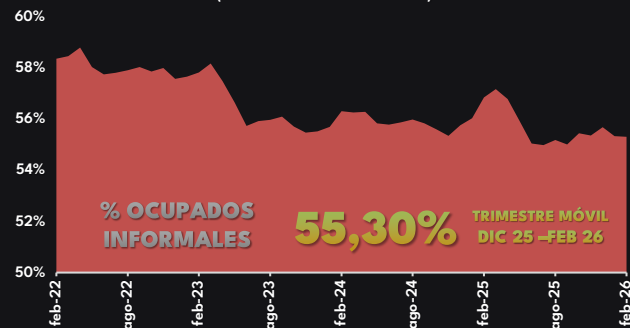
- Desocupados** (personas buscando empleo): La velocidad de reducción del indicador se ha ralentizado, lo que sugiere posibles presiones futuras para los ingresos de los hogares.
- Ocupados** (personas con empleo mayores de 15 años): La creación de empleo se empezó a desacelerar y, por ende, ha neutralizado su aporte a la baja de la desocupación.
- TGP***: Al parecer, algunas personas están dejando de buscar empleo, lo que ha favorecido recientemente el cambio de la tasa de desocupación, pero que, hacia futuro, cuando estas personas vuelvan al mercado laboral, podrían presionar el desempleo.

EXPANSIÓN DEL EMPLEO Y REDUCCIÓN DE LA INFORMALIDAD MARCAN LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO LABORAL DESDE 2022

CAMBIO EN EL NÚMERO DE OCUPADOS POR POSICIÓN OCUPACIONAL RESPECTO A ENERO DE 2022



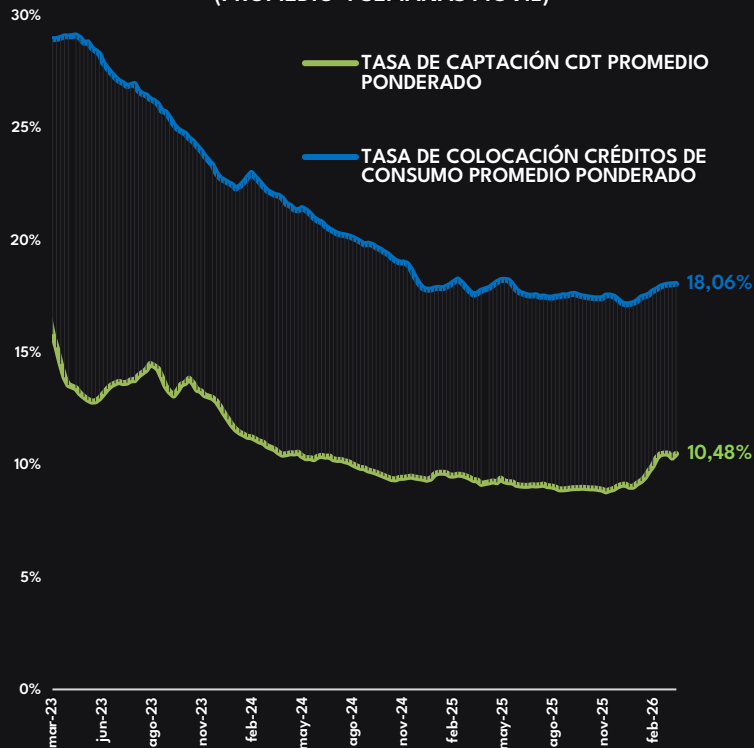
EVOLUCIÓN PARTICIPACIÓN DE LOS OCUPADOS INFORMALES EN EL MERCADO LABORAL (SERIE TRIMESTRE MÓVIL)



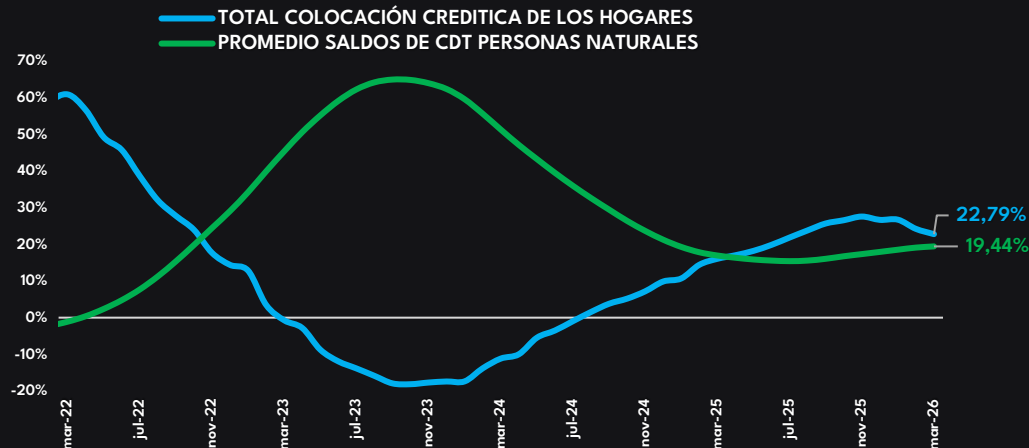
Respecto a principios de 2022, se han generado cerca de 3 millones de empleos. Este crecimiento se ha concentrado principalmente en las posiciones de empleado particular y trabajador por cuenta propia. A pesar del crecimiento de los trabajadores por cuenta propia, la tasa de informalidad ha mantenido una tendencia a la baja en los últimos años. No obstante, en los meses recientes la informalidad ha mostrado un comportamiento más estable, lo que podría reflejar una moderación en el ritmo de formalización. Al analizar por ramas de actividad, la mayor generación de empleo se ha concentrado en la industria manufacturera y en los sectores de administración pública, defensa, educación y atención de la salud humana, lo que evidencia el papel tanto del sector productivo como del gasto público en esta dinámica. Les siguen actividades artísticas, muy en línea con el gran impulso que han tenido las mismas a su vez en la actividad económica.

EL CRÉDITO MANTIENE SU ATRACTIVO CON TASAS MÁS BAJAS FRENTE A SUS MÁXIMOS DE UNOS AÑOS, MIENTRAS EL AHORRO SE MANTIENE ESTABLE

CONTRASTE EVOLUCIÓN TASAS DE INTERES DE CAPTACIÓN Y COLOCACIÓN (PROMEDIO 4 SEMANAS MÓVIL)



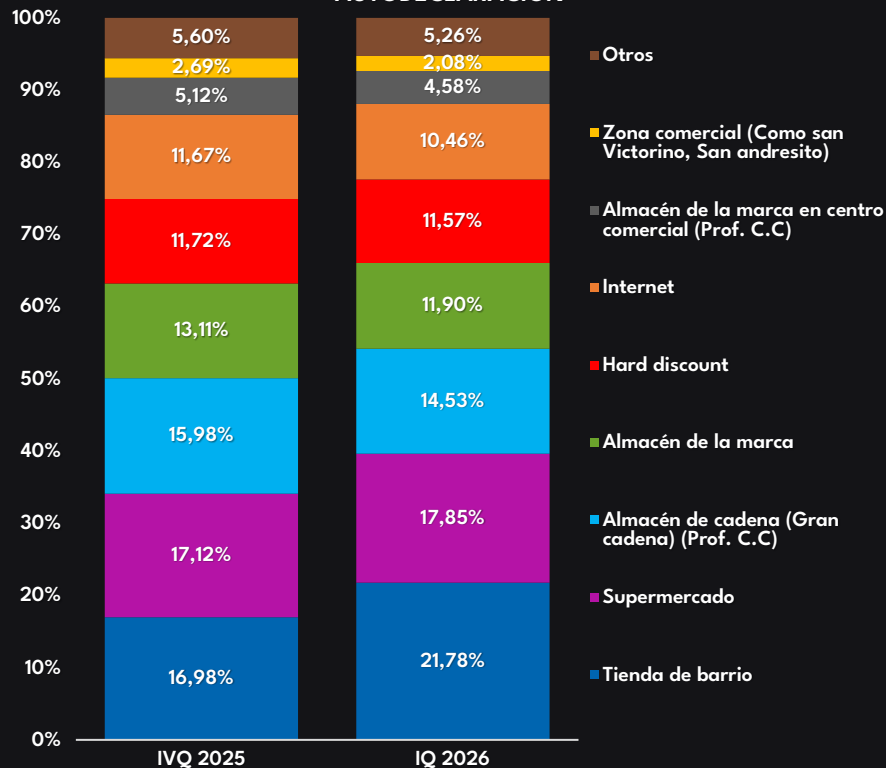
DINÁMICA INTERANUAL ACUMULADA 12 MESES - CRÉDITO VS AHORRO



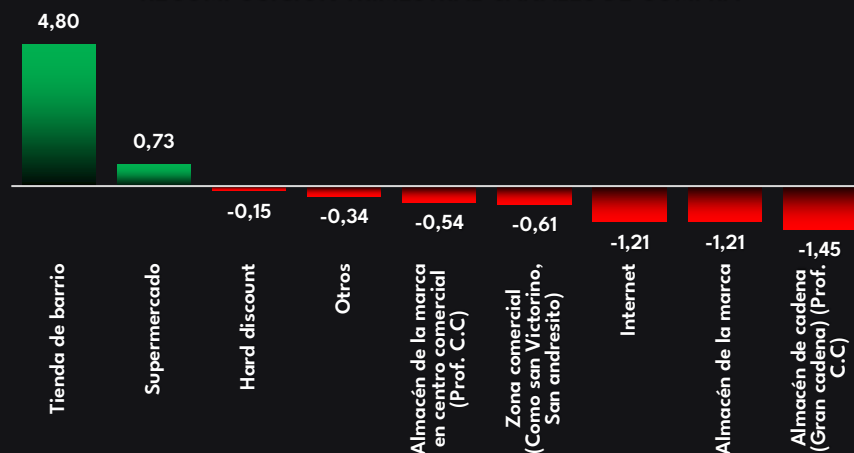
Desde los altos niveles alcanzados por las tasas de interés en 2023, en medio del escenario inflacionario de ese momento, la brecha entre las tasas de colocación y captación se ha reducido. Este ajuste puede ser una señal de que las tasas de crédito de consumo han reaccionado más rápido y con mayor magnitud a la moderación de la política monetaria y al alivio inflacionario que las tasas de los CDTs. Así, podría parecer que el crédito se ha vuelto relativamente más barato, lo que podría ser uno de los incentivos al mayor uso del crédito. No obstante, pese a la disminución en la brecha entre tasas de colocación y captación, el crédito muestra una desaceleración reciente, que puede estar más asociada a presiones por parte de gastos frecuentes y a un mayor servicio de deuda, que puede limitar la capacidad de los hogares a adquirir nuevas obligaciones. Por su parte, la menor reducción en las tasas de CDTs puede explicar el crecimiento de sus saldos, que podrían incluso empezar a crecer por encima del crédito en los próximos meses, ante un entorno de mayores tasas que podría favorecer el ahorro frente al gasto.

EL CANAL TRADICIONAL GANA ESPACIO EN LA AUTODECLARACIÓN DE ÚLTIMA COMPRA

PARTICIPACIÓN CANALES DE COMPRA DESDE LA AUTODECLARACIÓN



RECOMPOSICIÓN TRIMESTRAL CANALES DE COMPRA

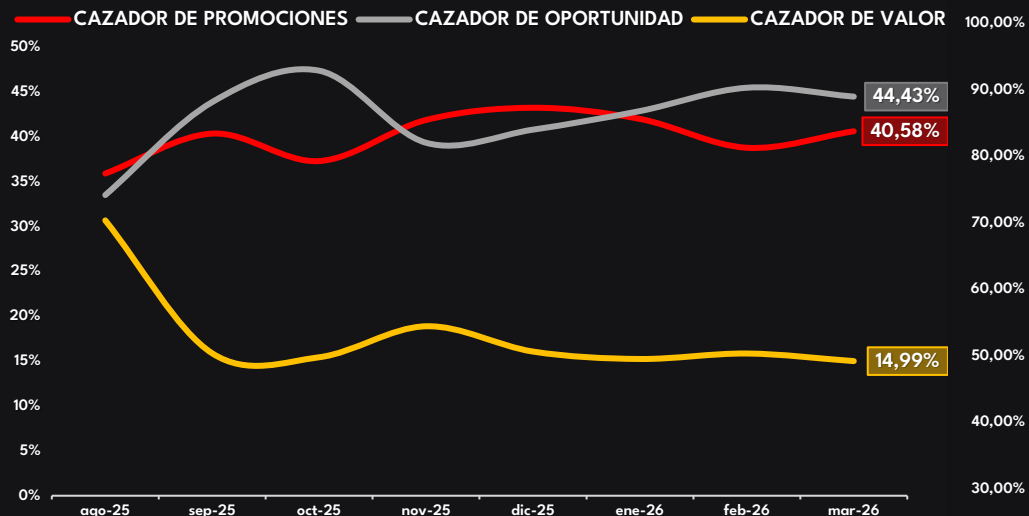


En un contexto donde las compras frecuentes han ganado peso en el gasto de los hogares, impulsadas por el incremento en los precios de bienes y servicios esenciales, los consumidores han declarado una mayor participación de canales tradicionales como la tienda de barrio y el supermercado en su última compra, buscando las ventajas que cada uno ofrece.

Por un lado, la tienda de barrio se consolida por su cercanía, facilidad de acceso, posibilidad de compra diaria, formatos pequeños y dinámicas como el fiado. Por otro, el supermercado permite optimizar el gasto a través de promociones, descuentos por categoría y la compra de paquetes más grandes que favorecen la economía del hogar. En este contexto, y ante un escenario de inflación que podría mantenerse en los próximos meses, la elección del canal estará cada vez más guiada por la búsqueda de oportunidades específicas en cada uno, según las necesidades del momento.

EL CAZADOR DE OPORTUNIDAD LIDERA EL COMPORTAMIENTO DE LOS PRIMEROS MESES DEL AÑO

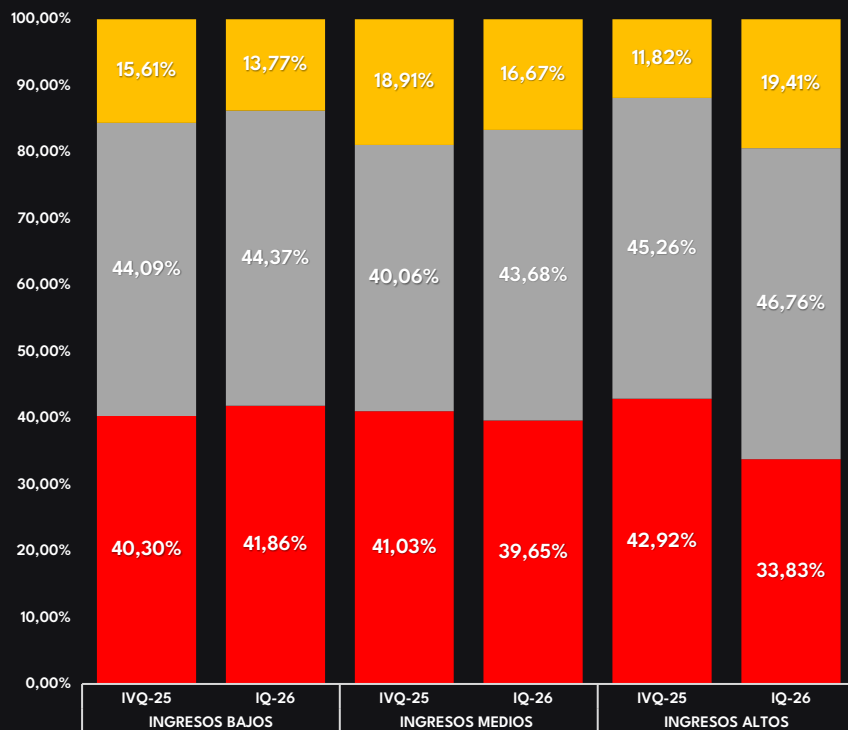
PARTICIPACIÓN TIPOS DE COMPRADOR



Durante los primeros meses del año, el “cazador de oportunidad” se posiciona como el perfil con mayor participación entre los tipos de compradores. Esto evidencia que, más allá del precio en sí mismo, los hogares están priorizando el momento de compra, esperando condiciones favorables o una necesidad clara para realizarla. Este comportamiento refleja un consumidor más racional y estratégico, que evalúa mejor sus decisiones en un contexto de presiones inflacionarias y de mayor ajuste financiero propio del inicio de año. En este sentido, los hogares no necesariamente están dejando de comprar, sino optimizando cuándo y cómo hacerlo.

TIPOS DE COMPRADOR POR NIVELES DE INGRESO

■ CAZADOR DE PROMOCIONES ■ CAZADOR DE OPORTUNIDAD ■ CAZADOR DE VALOR



El gasto de los hogares se estancó en el primer trimestre del año, como **respuesta a los ajustes en el bolsillo derivados de la inflación (especialmente en compras frecuentes), los cambios en tarifas y la actualización de salarios.**

01



CONCLUSIONES

Las fuentes de gasto de los hogares muestran una leve estabilización, donde el **crédito mantiene su dinamismo**, mientras que los ingresos laborales se mantienen sin variaciones significativas en un **mercado laboral relativamente estable.**

02

Durante el primer trimestre del año, el comprador reorganiza su gasto, combina canales, con **mayor incidencia del canal tradicional** y **espera el momento oportuno para maximizar cada compra.**

03



ALERTAS

A medida que las compras frecuentes ganan mayor espacio en el gasto de los hogares, **los bienes de mayor indulgencia enfrentan una mayor competencia por el bolsillo**, al disputar el lugar del bienestar que los hogares buscan asegurar.

01

Ante un escenario de aumento en las tasas de interés, **el servicio de la deuda tiende a ganar mayor espacio** dentro del gasto de los hogares, al tiempo que se **fortalecen los incentivos al ahorro.**

02

Entre abril y junio, los hogares enfrentan un calendario marcado por festivales, celebraciones como el Día de la Madre, eventos deportivos y la jornada electoral, factores que pueden incidir en la **emocionalidad del consumidor y, con ello, en sus decisiones de gasto.**

03

SI QUIERES PROFUNDIZAR EN
ALGUNAS DE NUESTRAS
HERRAMIENTAS

¡VISÍTANOS!



RADDAR REPORTS

Consumer
Knowledge
Group

MARZO 2026



@Raddarckg



Raddar CKG



Raddarckg



RADDAR CKG