

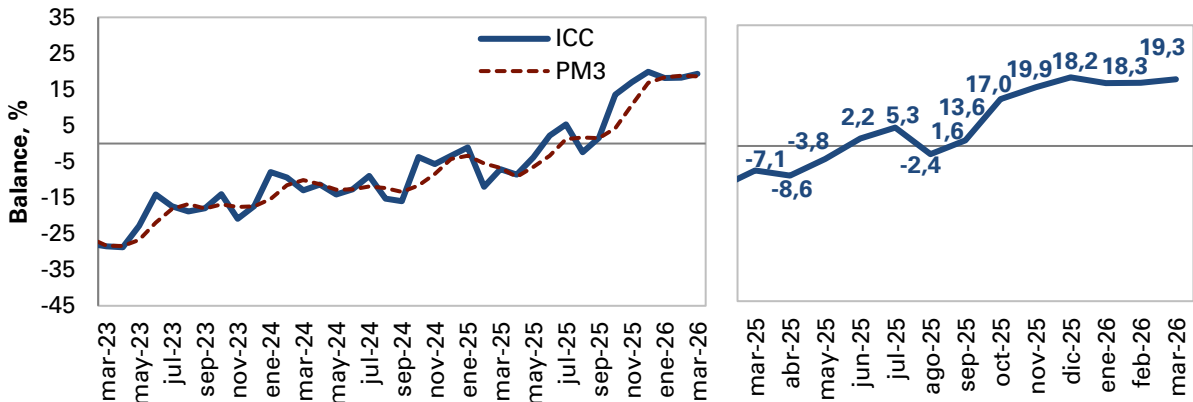
En marzo de 2026, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) alcanzó un balance de 19,3%, aumentando en 1,0 punto porcentual frente al mes de febrero de 2026 (18,3%). Este resultado obedeció a un aumento de 2,4 puntos porcentuales en el Índice de Condiciones Económicas. Por su parte, el Índice de Expectativas del Consumidor se mantuvo constante respecto al mes de febrero de 2026. Frente a marzo de 2025 (-7,1%), el ICC aumentó en 26,4 puntos porcentuales.

Al comparar los resultados del primer trimestre de 2026 con los del cuarto trimestre de 2025, se observa un incremento en la confianza de los consumidores, así como en la valoración sobre la situación del país. Por su parte, la valoración de los hogares y la disposición a comprar bienes durables disminuyeron respecto al trimestre anterior.

En el mes de marzo, la confianza del consumidor aumentó en dos de las cinco ciudades analizadas y en dos de los tres niveles socioeconómicos, respecto a febrero de 2026. Adicionalmente, la disposición a comprar vivienda aumentó al igual que la disposición a comprar bienes durables, mientras que la disposición a comprar vehículo disminuyó frente a febrero de 2026.

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 19,3%, registrando un aumento de 1,0 punto porcentual frente al mes anterior (18,3%) y un incremento de 26,4 puntos porcentuales frente a marzo de 2025 (-7,1%) (Gráfico 1).

Gráfico 1. Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



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

El aumento en la confianza de los consumidores en marzo con respecto al mes de febrero de 2026 obedeció a un aumento de 2,4 puntos porcentuales en el Índice de Condiciones Económicas. Por su parte, el Índice de Expectativas del Consumidor se mantuvo constante respecto al mes de febrero de 2026 (Gráfico 2). Al comparar con el mismo mes del año anterior, el crecimiento en la confianza de los consumidores obedeció a un aumento de 30,3 puntos porcentuales en el Índice de Expectativas del Consumidor y a un incremento de 20,6 puntos porcentuales en el Índice de Condiciones Económicas.

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).

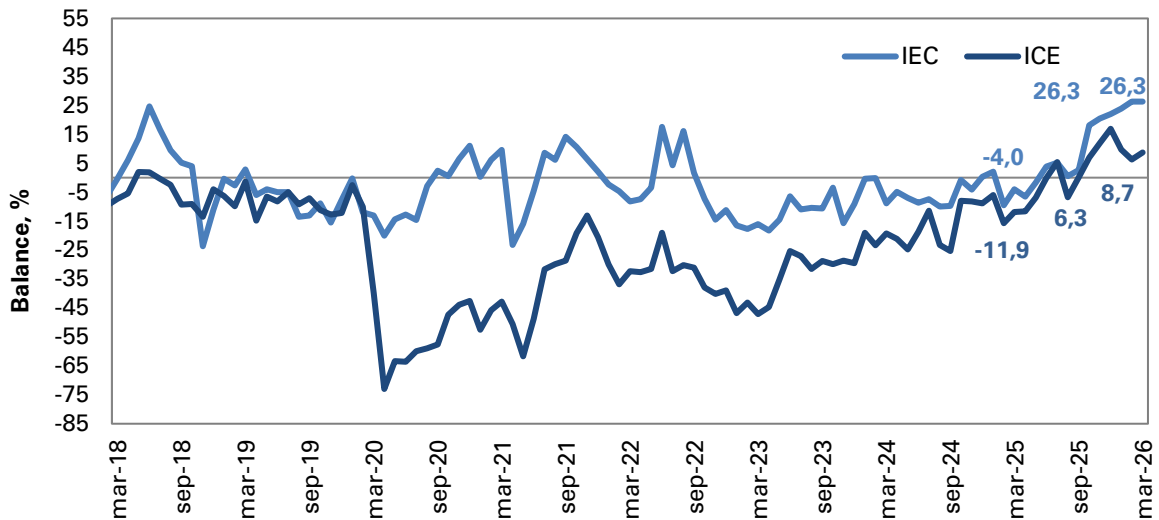
Con relación a febrero de 2026, el aumento del ICC en marzo de 2026 se explicó por un aumento de 2,4 puntos porcentuales en el ICE, pasando de 6,3% a 8,7%, mientras que el IEC se mantuvo constante respecto al periodo anterior, registrando un balance de 26,3%. Frente a marzo de 2025, se observó un incremento de 30,3 puntos porcentuales en el IEC, pasando de -4,0% a 26,3% y un aumento de 20,6 puntos porcentuales en el ICE, pasando de -11,9% a 8,7%.

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

Variable / Balance %	2025		2026	
	Marzo	Febrero	Marzo	Marzo
Índice de Confianza del Consumidor – ICC	-7,1	18,3	19,3	19,3
A. Índice de Expectativas del Consumidor – IEC	-4,0	26,3	26,3	26,3
- Dentro de un año ¿a su hogar le estará yendo económicamente mejor?	21,1	39,3	43,9	43,9
- Durante los próximos 12 meses ¿vamos a tener buenos tiempos económicamente?	-21,9	18,3	15,4	15,4
- Dentro de 12 meses ¿cree usted que las condiciones económicas del país en general estarán mejores?	-11,2	21,3	19,7	19,7
B. Índice de Condiciones Económicas - ICE	-11,9	6,3	8,7	8,7
- ¿Cree usted que a su hogar le está yendo económicamente mejor o peor que hace un año?	-13,9	9,7	6,8	6,8
- ¿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?	-9,8	2,9	10,6	10,6

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

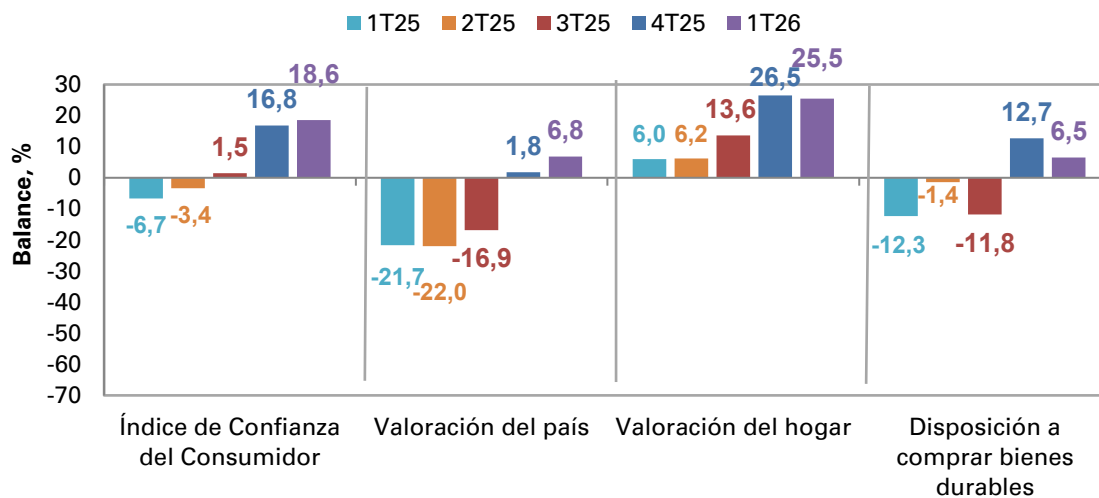
Gráfico 2. Índice de Expectativas del Consumidor (IEC) e Índice de Condiciones Económicas (ICE)



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

Al comparar los resultados del primer trimestre de 2026 con los del cuarto trimestre de 2025, se observa un aumento de 1,8 puntos porcentuales en el ICC, pasando de 16,8% a 18,6%. Asimismo, la valoración de los consumidores sobre la situación de su país incrementó en 5,0 puntos porcentuales frente al trimestre anterior. Por su parte, la disposición a comprar bienes durables y la valoración de los hogares disminuyeron 6,2 y 1,0 puntos porcentuales, respectivamente, en comparación con el balance registrado en el cuarto trimestre de 2025 (Gráfico 3).

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



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

Frente al mismo trimestre del año pasado, se observó un incremento de 25,3 puntos porcentuales en el ICC (1T25: -6,7%), así como incrementos de 28,5, 19,5 y 18,8 puntos porcentuales en la valoración de los consumidores de la situación del país, sobre la situación de sus hogares y la disposición a comprar bienes durables, respectivamente.

Ciudades. En marzo de 2026, el ICC aumentó en dos de las cinco ciudades analizadas respecto al mes de febrero de 2026.

En comparación con el mes anterior, se registraron las siguientes variaciones en el ICC: 10,5 puntos porcentuales en Medellín, 1,6 puntos porcentuales en Bucaramanga, -1,0 puntos porcentuales en Bogotá, -1,3 puntos porcentuales en Cali y -5,9 puntos porcentuales en Barranquilla (Cuadro 2).

Cuadro 2. Evolución del ICC por ciudades

Ciudad. Balance %	2025	2026	
	Marzo	Febrero	Marzo
Bogotá	-7,0	20,5	19,5
Medellín	-25,2	-3,3	7,2
Cali	4,2	35,8	34,5
Barranquilla	14,3	23,3	17,4
Bucaramanga	-12,9	14,0	15,6
Total	-7,1	18,3	19,3

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

Nivel socioeconómico. La confianza de los consumidores incrementó en dos de los tres niveles socioeconómicos en marzo de 2026 respecto al mes de febrero de 2026.

En marzo de 2026, se registró un aumento en la confianza de los consumidores de 2,1 puntos porcentuales en el estrato bajo y de 0,4 puntos porcentuales en el estrato medio. Por su parte, se observó una disminución de 3,3 puntos porcentuales en el estrato alto, respecto a febrero de 2026 (Cuadro 3).

Cuadro 3. Evolución del ICC por nivel socioeconómico

Nivel Socioeconómico. Balance %	2025	2026	
	Marzo	Febrero	Marzo
Alto	-58,1	-6,6	-9,9
Medio	-1,5	18,5	18,9
Bajo	-7,8	20,6	22,7
Total	-7,1	18,3	19,3

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

Vivienda. La disposición a comprar vivienda aumentó en 0,4 puntos porcentuales en marzo de 2026 frente al mes anterior y en 4,1 puntos porcentuales con respecto a marzo de 2025.

Al analizar por ciudades, se observa que la disposición a comprar vivienda aumentó en dos de las cinco ciudades analizadas, relativo a febrero de 2026.

En marzo de 2026, el índice de disposición a comprar vivienda aumentó en 0,4 puntos porcentuales en comparación con el mes anterior, pasando de -24,4% a -24,0%. Se observó un aumento en la ciudad de Barranquilla (18,8 puntos porcentuales) y en la ciudad de Cali (5,3 puntos porcentuales). Por su parte, se registró una caída en Bogotá (-3,4 puntos porcentuales), Bucaramanga (-1,6 puntos porcentuales) y en Medellín (-0,5 puntos porcentuales) (Cuadro 4).

Cuadro 4. Disposición a comprar vivienda por ciudades

Ciudad. Balance %	2025		2026	
	Marzo	Febrero	Marzo	Febrero
Bogotá	-22,8	-26,5	-29,9	-26,5
Medellín	-54,4	-28,4	-28,9	-28,4
Cali	-30,1	-12,3	-7,0	-12,3
Barranquilla	-4,9	-19,0	-0,2	-19,0
Bucaramanga	-32,9	-23,6	-25,2	-23,6
Total	-28,1	-24,4	-24,0	-24,4

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

En comparación con el mes anterior, la disposición a comprar vivienda aumentó en uno de los tres niveles socioeconómicos.

Al analizar por nivel socioeconómico, se observa que en marzo de 2026 la disposición a comprar vivienda registró una caída en el nivel socioeconómico alto de 16,8 puntos porcentuales y de 1,1 puntos porcentuales en el estrato medio. No obstante, se registró un aumento de 3,8 puntos porcentuales en el estrato bajo respecto a febrero de 2026 (Cuadro 5).

Cuadro 5. Disposición a comprar vivienda por nivel socioeconómico

Nivel Socioeconómico. Balance %	2025		2026	
	Marzo	Febrero	Marzo	Febrero
Alto	-48,6	-33,5	-50,3	-33,5
Medio	-35,3	-26,5	-27,6	-26,5
Bajo	-18,8	-21,6	-17,8	-21,6
Total	-28,1	-24,4	-24,0	-24,4

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

Bienes durables. La disposición a comprar bienes muebles y electrodomésticos aumentó en 7,7 puntos porcentuales frente a febrero de 2026, y presentó un incremento de 20,4 puntos porcentuales frente a marzo de 2025. Por ciudades, este indicador incrementó en cuatro de las cinco ciudades analizadas, respecto al mes anterior.


En marzo de 2026, 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 10,6%, aumentando en 7,7 puntos porcentuales en comparación con el mes anterior (2,9%). Al analizarlo por ciudades, se observó un aumento en la disposición a comprar bienes durables de 20,4 puntos porcentuales en Medellín, de 8,6 puntos porcentuales en Barranquilla, 4,9 puntos porcentuales en Bogotá y un aumento de 2,9 puntos porcentuales en Bucaramanga. Por su parte, se observó una reducción de 0,7 puntos porcentuales en Cali frente a febrero de 2026 (Cuadro 6).

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

Ciudad. Balance %	2025	2026	
	Marzo	Febrero	Marzo
Bogotá	-5,6	3,0	7,9
Medellín	-38,4	-17,6	2,8
Cali	0,6	30,0	29,3
Barranquilla	11,7	8,8	17,4
Bucaramanga	-29,6	-4,3	-1,4
Total	-9,8	2,9	10,6

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

Vehículos. En marzo de 2026, la disposición a comprar vehículo registró un balance de -29,5%, lo que representa una reducción de 3,6 puntos porcentuales respecto al mes anterior (-25,9%). Frente a marzo de 2025 (-51,3%), se observa que la disposición a comprar vehículo incrementó en 21,8 puntos porcentuales.



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 15 de abril de 2026

Comentarios a Elián David Moreno Cuéllar: emoreno@fedesarrollo.org.co