Encuesta de Opinión del Consumidor
Febrero de 2026
Boletín No. 292

FEDESARROLLO
Centro de Investigación Económica y Social

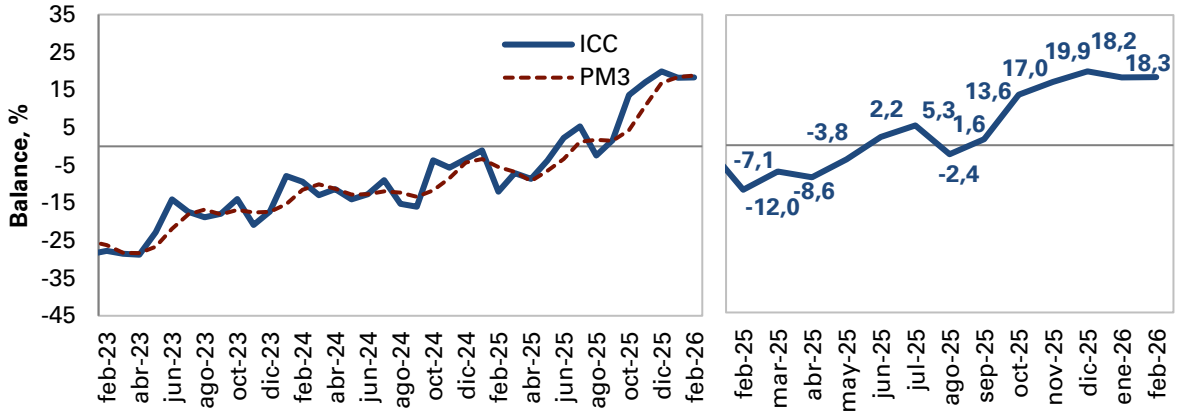
En febrero de 2026, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) alcanzó un balance de 18,3%, aumentando en 0,1 puntos porcentuales frente al mes de enero de 2026 (18,2%). Este resultado obedeció a un aumento de 2,5 puntos porcentuales en el Índice de Expectativas del Consumidor, compensado parcialmente por una caída de 3,4 puntos porcentuales en el Índice de Condiciones Económicas. Frente a febrero de 2025 (-12,0%), el ICC aumentó en 30,3 puntos porcentuales.

Al comparar los resultados en lo corrido 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 febrero, la confianza del consumidor aumentó en tres de las cinco ciudades analizadas y en uno de los tres niveles socioeconómicos, respecto a enero de 2026. Adicionalmente, la disposición a comprar vivienda disminuyó al igual que la disposición a comprar bienes durables y vehículo, frente a enero de 2026.

Los resultados de la Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC) de febrero revelan que el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) alcanzó un balance de 18,3%, registrando un aumento de 0,1 puntos porcentuales frente al mes anterior (18,2%) y un incremento de 30,3 puntos porcentuales frente a febrero de 2025 (-12,0%) (Gráfico 1).

Gráfico 1. Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



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

El aumento en la confianza de los consumidores en febrero con respecto al mes de enero de 2026 obedeció a un aumento de 2,5 puntos porcentuales en el Índice de Expectativas del Consumidor, compensado parcialmente por una disminución de 3,4 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 35,8 puntos porcentuales en el Índice de Expectativas del Consumidor y a un incremento de 22,0 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 enero de 2026, el aumento del ICC en febrero de 2026 se explicó por un aumento de 2,5 puntos porcentuales en el IEC, pasando de 23,8% a 26,3%, compensado parcialmente por una caída de 3,4 puntos porcentuales en el ICE, pasando de 9,7% a 6,3%. Frente a febrero de 2025, se observó un incremento de 35,8 puntos porcentuales en el IEC, pasando de -9,5% a 26,3% y un aumento de 22,0 puntos porcentuales en el ICE, pasando de -15,7% a 6,3%.

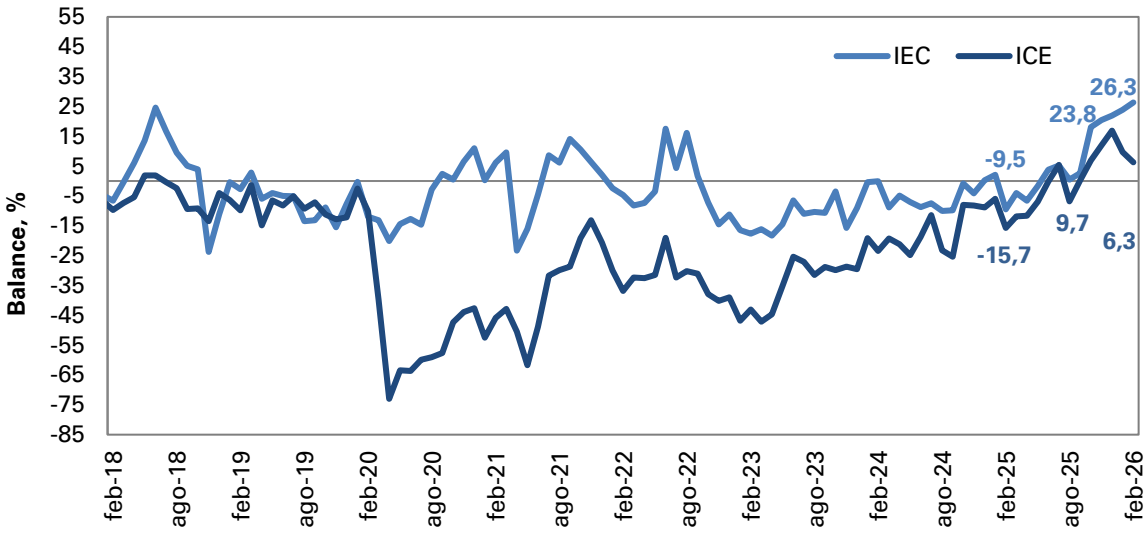
Cuadro 1. Evolución de los componentes del ICC

(Balances entre respuestas favorables y desfavorables, %)

Variable / Balance %	2025	2026	
	Febrero	Enero	Febrero
Índice de Confianza del Consumidor – ICC	**-12,0**	**18,2**	**18,3**
A. Índice de Expectativas del Consumidor – IEC	**-9,5**	**23,8**	**26,3**
- Dentro de un año ¿a su hogar le estará yendo económicamente mejor?	21,2	40,2	39,3
- Durante los próximos 12 meses ¿vamos a tener buenos tiempos económicamente?	-30,8	13,8	18,3
- Dentro de 12 meses ¿cree usted que las condiciones económicas del país en general estarán mejores?	-18,8	17,6	21,3
B. Índice de Condiciones Económicas - ICE	**-15,7**	**9,7**	**6,3**
- ¿Cree usted que a su hogar le está yendo económicamente mejor o peor que hace un año?	-18,5	13,3	9,7
- ¿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?	-12,9	6,1	2,9

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

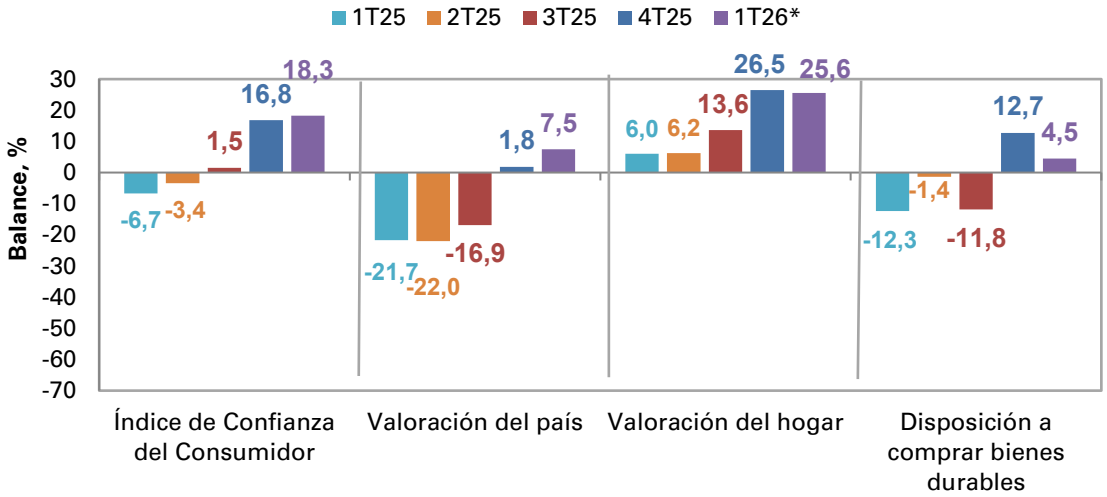
Gráfico 2. Índice de Expectativas del Consumidor (IEC) e Índice de Condiciones Económicas (ICE)



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

Al comparar los resultados de lo corrido del primer trimestre de 2026 con los del cuarto trimestre del año 2025, se observa un aumento de 1,5 puntos porcentuales en el ICC, pasando de 16,8% a 18,3%. Asimismo, la valoración de los consumidores sobre la situación de su país incrementó en 5,7 puntos porcentuales frente al trimestre anterior. Por su parte, la disposición a comprar bienes durables y la valoración de los hogares disminuyeron 8,2 y 0,9 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. *Trimestre corrido a febrero.

Frente al mismo trimestre del año pasado, se observó un incremento de 25,0 puntos porcentuales en el ICC (1T25: -6,7%), así como incrementos de 29,2, 19,6 y 16,8 puntos porcentuales en la valoración de los consumidores de la situación del país, sobre la situación de sus hogares y la valoración a comprar bienes durables, respectivamente.

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

En comparación con el mes anterior, se registraron las siguientes variaciones en el ICC: 6,9 puntos porcentuales en Cali, 3,2 puntos porcentuales en Bucaramanga, 0,7 puntos porcentuales en Medellín, -0,1 puntos porcentuales en Bogotá y -10,3 puntos porcentuales en Barranquilla (Cuadro 2).

Cuadro 2. Evolución del ICC por ciudades

Ciudad. Balance %	2025	2026	
	Febrero	Enero	Febrero
Bogotá	-12,9	20,6	20,5
Medellín	-22,4	-4,0	-3,3
Cali	0,8	28,9	35,8
Barranquilla	0,1	33,6	23,3
Bucaramanga	-17,2	10,8	14,0
Total	**-12,0**	**18,2**	**18,3**

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

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

En febrero de 2026, se registró una disminución en la confianza de los consumidores de 3,1 puntos porcentuales en el estrato medio y de 0,6 puntos porcentuales en el estrato alto. Por su parte, se observó un aumento de 3,4 puntos porcentuales en el estrato bajo, respecto a enero de 2026 (Cuadro 3).

Cuadro 3. Evolución del ICC por nivel socioeconómico

Nivel Socioeconómico. Balance %	2025	2026	
	Febrero	Enero	Febrero
Alto	-26,4	-6,0	-6,6
Medio	-6,7	21,6	18,5
Bajo	-15,4	17,2	20,6
Total	**-12,0**	**18,2**	**18,3**

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

Vivienda. La disposición a comprar vivienda se redujo en 2,4 puntos porcentuales en febrero de 2026 frente al mes anterior y en 0,1 puntos porcentuales con respecto a febrero

de 2025. Al analizar por ciudades, se observa que la disposición a comprar vivienda aumentó en una de las cinco ciudades analizadas, relativo a enero de 2026.

En febrero de 2026, el índice de disposición a comprar vivienda disminuyó en 2,4 puntos porcentuales en comparación con el mes anterior, pasando de -22,0% a -24,4%. Se observó un aumento en la ciudad de Medellín (14,9 puntos porcentuales). Por su parte, se registró una caída en Barranquilla (-17,7 puntos porcentuales), Cali (-9,2 puntos porcentuales), Bucaramanga (-7,9 puntos porcentuales) y en Bogotá (-2,9 puntos porcentuales) (Cuadro 4).

Cuadro 4. Disposición a comprar vivienda por ciudades

Ciudad. Balance %	2025	2026	
	Febrero	Enero	Febrero
Bogotá	-17,8	-23,6	-26,5
Medellín	-32,3	-43,3	-28,4
Cali	-32,4	-3,1	-12,3
Barranquilla	-36,6	-1,3	-19,0
Bucaramanga	-32,3	-15,7	-23,6
Total	**-24,3**	**-22,0**	**-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 febrero de 2026 la disposición a comprar vivienda registró una caída en el nivel socioeconómico medio de 12,5 puntos porcentuales y de 2,8 puntos porcentuales en el estrato alto. No obstante, se registró un aumento de 7,1 puntos porcentuales en el estrato bajo respecto a enero de 2026 (Cuadro 5).

Cuadro 5. Disposición a comprar vivienda por nivel socioeconómico

Nivel Socioeconómico. Balance %	2025	2026	
	Febrero	Enero	Febrero
Alto	-26,5	-30,7	-33,5
Medio	-18,8	-14,0	-26,5
Bajo	-29,4	-28,7	-21,6
Total	**-24,3**	**-22,0**	**-24,4**

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

Bienes durables. La disposición a comprar bienes muebles y electrodomésticos disminuyó en 3,2 puntos porcentuales frente a enero de 2026, y presentó un incremento de 15,8 puntos porcentuales frente a febrero de 2025. Por ciudades, este indicador incrementó en dos de las cinco ciudades analizadas, respecto al mes anterior.

En febrero 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 2,9%, cayendo en 3,2 puntos porcentuales en comparación con el mes anterior (6,1%). Al analizarlo por ciudades, se observó un aumento en la disposición a comprar bienes durables de 11,6 puntos porcentuales en Bucaramanga y de 5,1 puntos porcentuales en Cali. Por su parte, se observó una reducción de 22,7 puntos porcentuales en Barranquilla, de 4,3 puntos porcentuales en Medellín y de 2,5 puntos porcentuales en Bogotá frente a enero de 2026 (Cuadro 6).

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

Ciudad. Balance %	2025	2026	
	Febrero	Enero	Febrero
Bogotá	-14,4	5,5	3,0
Medellín	-17,4	-13,3	-17,6
Cali	-8,6	24,9	30,0
Barranquilla	8,4	31,5	8,8
Bucaramanga	-27,2	-15,9	-4,3
Total	**-12,9**	**6,1**	**2,9**

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

Vehículos. En febrero de 2026, la disposición a comprar vehículo registró un balance de -25,9%, lo que representa una reducción de 6,1 puntos porcentuales respecto al mes anterior (-19,8%). Frente a febrero de 2025 (-45,3%), se observa que la disposición a comprar vehículo incrementó en 19,4 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 11 de marzo de 2026
Comentarios a Elián David Moreno Cuéllar: emoreno@fedesarrollo.org.co