

Nota de coyuntura: Día del amor y la amistad. Crece expectativa de los comerciantes DESR – n° 180, septiembre de 2018

Con el objeto de dinamizar el consumo de bienes y servicios, el sector comercial ha implementado estrategias de mercadeo a partir del análisis principalmente de los hábitos de consumo y el presupuesto promedio de los hogares. La puesta en marcha de las estrategias contempla el uso de servicios financieros y de los distintos canales físicos y electrónicos de comercialización.

En Colombia, la celebración del Día del Amor y la Amistad surge como estrategia de comercialización hace 49 años en procura de estimular el consumo minorista en septiembre, mes en ese entonces, al que no se asociaba ninguna festividad. Actualmente, la celebración del Día del Amor y Amistad es una tradición que facilita la expresión de afecto entre familiares, parejas, amigos y compañeros de trabajo el tercer sábado del mes, es así, como los obsequios de regalos y las celebraciones grupales son los protagonistas del día.

En el marco de esta tradición se lleva a cabo el popular juego 'amigo secreto' que consiste en elegir al azar a una persona secretamente dentro de un grupo de amigos, familiares o compañeros, con el fin de agasajarlo durante 15 días con dulces y detalles, para finalmente, obsequiarle un presente acorde a sus gustos y personalidad el día de entrega de regalos. Las parejas celebran esta festividad con invitaciones o la entrega de obsequios entre los que se encuentran viajes, flores o chocolates.

La celebración de este día impulsa diferentes sectores de la economía de la ciudad, donde la venta de bienes y servicios reflejan crecimiento en sus ingresos gracias a la comercialización de obsequios. De acuerdo con cálculos del Observatorio de Desarrollo Económico de Bogotá -ODEB- a partir de la información recabada por Fenalco, el 79,7% de la canasta de obsequios más demandados en esta fecha está conformada por artículos como prendas de vestir, libros, perfumes, relojes y billeteras, entre otros elementos de uso personal. Las invitaciones a cenar, noches románticas, paquetes turísticos y actividades de esparcimiento son los servicios con mayor demanda, representando el 20,3% restante.

El peso relativo de los servicios en la composición de la canasta de obsequios viene acentuándose restando participación a los productos que tradicionalmente se comercializaban. Es un hecho que entre las preferencias de los compradores, el obsequio de servicios registra tendencia positiva cobrando mayor relevancia año tras año. De hecho, pasaron de representar 7,4% de la canasta de obsequios en 2013 a 20,3% en 2017, a partir de la compra de servicios como viajes diseñados para parejas o veladas románticas. Incluso se agrega a la lista la comercialización de servicios de *glamping*¹, SPA o entrega de comida a domicilio.

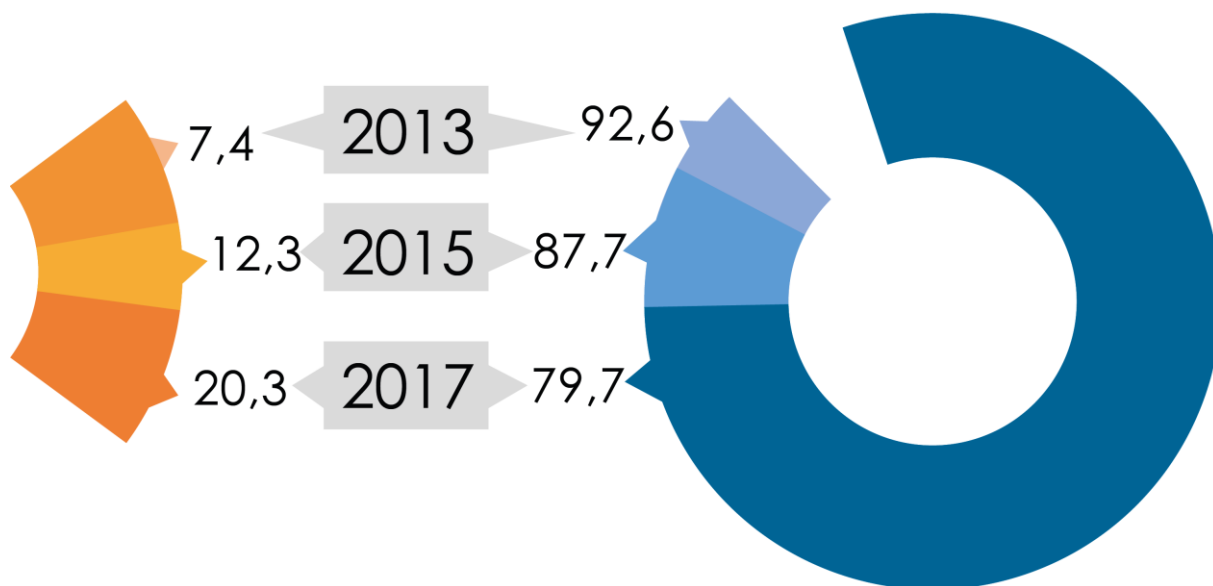
El fuerte posicionamiento de los servicios entre la canasta de preferencias de consumo deriva de la posibilidad que estos mismos brindan para que tanto el invitado como el anfitrión disfruten del regalo. Frente a los productos, que terminan siendo de uso individual, los servicios pasan a ser una experiencia integradora.

¹ Glamping es una propuesta novedosa de alojamiento dirigida al turista que quiere disfrutar de manera simultánea los aspectos rústicos y característicos del camping con las comodidades que ofrece el servicio de hospedería.

Distribución (%) de las preferencias de los consumidores en amor y amistad

Servicios

Comercio



Fuente: Fenalco. Cálculos ODEB.

Crece el mercado de servicios

La expansión del mercado de servicios, dentro y fuera de las fronteras geográficas, en conjunto con el desarrollo de canales de comercialización virtual como Amazon, Mercado Libre o Tripadvisor, contribuyeron en la dinamización de este segmento productivo, especialmente en temporadas comerciales, favoreciendo al gremio hotelero, de restaurantes y la oferta de servicios de esparcimiento.

Si bien las plataformas digitales ampliaron las posibilidades comerciales de los proveedores, también ampliaron el portafolio de bienes y servicios a los que pueden acceder los compradores y consumidores. Vale la pena resaltar que las plataformas de comercio electrónico no interponen barreras de acceso y en este sentido son una herramienta de comercialización incluyente, donde la demanda del bien se puede originar en una ciudad y la oferta puede ubicarse en otra. Así, las transacciones de bienes y servicios además de impulsar la economía local, impulsan aquellas que se ubican en el exterior.

En general, los empresarios que trabajan en torno al sector servicios se enfrentan a un mercado competitivo en términos de la naturaleza, calidad, innovación y precio, condiciones que los motiva permanentemente a reinventarse. Así mismo, los compradores adecúan sus preferencias teniendo como premisas las restricciones presupuestales y la oferta del mercado, procurando obtener mayores niveles de satisfacción. Esto ha hecho que las opciones disponibles sean más diversas para quienes celebran esta fecha.

La relevancia que ha adquirido el sector de servicios en celebraciones como el Día del Amor y la Amistad mantiene coherencia con la dinámica y estructura de la economía bogotana, confirmando que lo servicios es el sector con mayor representatividad, acercándose a 62% del PIB, reflejando frente a los demás sectores productivos mayor índice de penetración en el mercado.

En el mercado laboral se percibe la relevancia sectorial, concentra el 51% del personal ocupado, sin incluir comercio, hoteles y restaurantes, actividades que por sí solas concentran el 28% de la población ocupada en la capital. De hecho, comercio, hoteles y restaurantes son sectores productivos líderes en Bogotá y su oferta se amplía constantemente. Éste es un indicador de estabilidad y crecimiento de la economía que resulta atractivo para la inversión extranjera y que se refleja en proyectos empresariales de formatos novedosos y vanguardistas como el hotel Gran Hyatt y Boho Food Market, recientemente inaugurados.

Las estrategias de mercadeo son transversales a bienes y servicios, y como se mencionó anteriormente, procuran dinamizar la demanda haciendo que converja la satisfacción del comprador con el presupuesto.

Dentro de los tipos de alojamiento, los moteles registran mayor demanda durante septiembre con ocasión de la celebración del Día del Amor y la Amistad. Es además, un servicio que no pasa de moda, al contrario, se posiciona, se reinventa. Muestra de esto es la incorporación de servicios conexos y el cambio de formato, al ser ahora una oferta que también se promociona a través de canales de comercio virtual y la aplicación *Motelnow*. De igual forma, añadió estrategias de comercio llamativas como la celebración del 'Día del motel' que se efectuó por primera vez este año durante el mes de agosto en Bogotá y Medellín. Por la proximidad entre esta nueva celebración y el Día del Amor y la Amistad, las expectativas comerciales de este gremio son altas en septiembre y por ello esperan incremento en la demanda, y de los servicios conexos como son el consumo de bebidas alcohólicas, accesorios y comida.

Economía digital impulsa el consumo de servicios

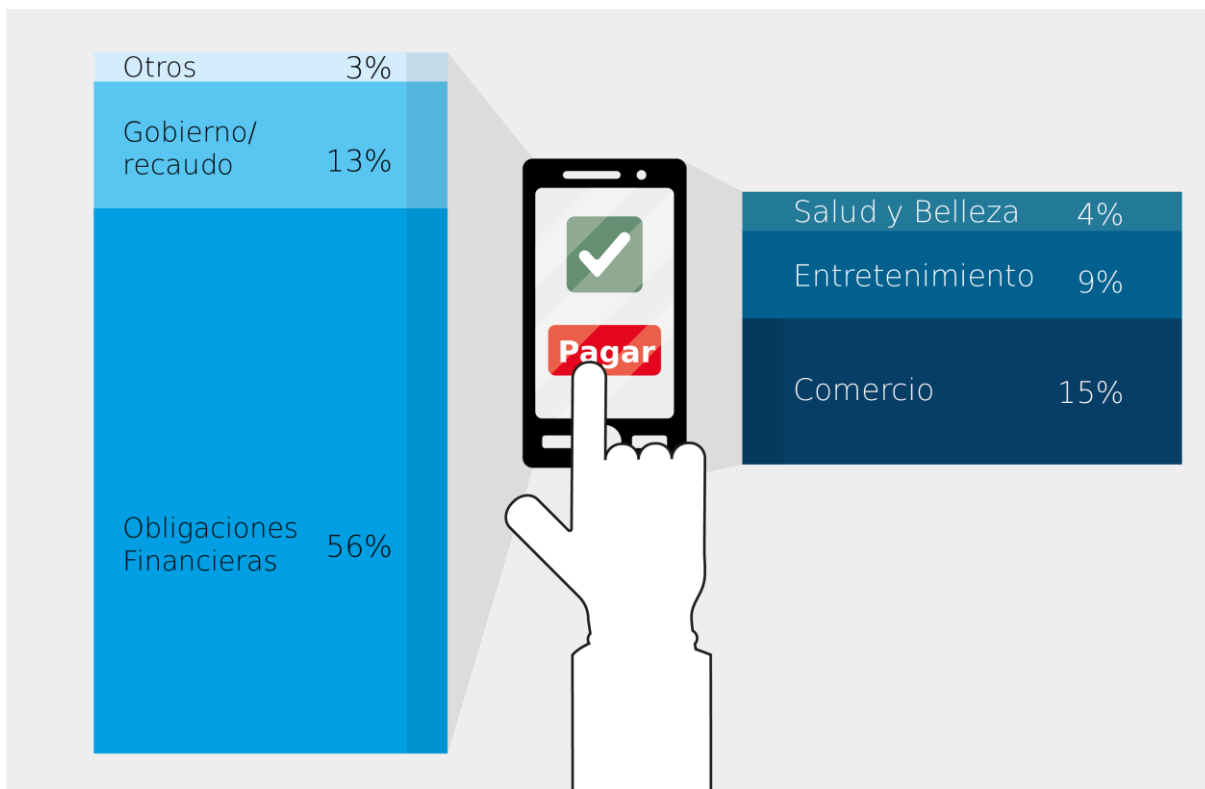
Los colombianos invirtieron \$51,2 billones de pesos durante 2017 en la realización de transacciones electrónicas (recaudo + *eCommerce*), \$14,6 de ellos destinados al comercio, también conocido como *eCommerce*, superando éste último en 14% el valor de las compras registradas en 2016 a través de estos mismos canales. A la fecha, el valor de las transacciones de *eCommerce* equivale al 2% el PIB nacional, de acuerdo con la información publicada por el Observatorio *eCommerce* de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico -CCCE- en el cuarto estudio de transacciones digitales 2016-2017.

El estudio permite identificar que el peso relativo del comercio y la compra de servicios ha aumentado en detrimento del recaudo. Actualmente, la compra de bienes representó el 15% del total del gasto efectuado por los hogares, mientras que la compra de servicios de entretenimiento representó el 9%. Y un 4% adicional a la compra de servicios asociados a salud y belleza.

En el contexto latino americano, el *eCommerce* colombiano se destaca como el cuarto de mayor tamaño después de México, Argentina y Chile, según concluyó el análisis realizado por la Subdirección de Comercio Electrónico de MinTic, representando cerca del 10% del total del valor de las transacciones efectuadas en la región; indicador que simboliza la rápida transición que han hecho los consumidores colombianos hacia el uso de las plataformas electrónicas para la adquisición de planes turísticos, objetos de uso personal y el envío de obsequios para celebraciones como el Día del Amor y la Amistad.

Según el estudio de comportamiento del consumidor digital que realizó Loencontraste.com en Colombia, las categorías de bienes y servicios a las que se asocia las preferencias de los consumidores online en Colombia son: prendas de vestir, hogar, espectáculos, viajes y turismo. Dicho estudio también concluyó que el 80% de los compradores colombianos "realizan una revisión más profunda, amplia, rápida y económica de la oferta, lo que resulta muy conveniente para los usuarios". Esto demuestra que los nuevos canales permiten conocer con detalle la variedad de productos, características, ofertantes y precios, así mismo, obtener información de primera mano sobre ofertas asociadas a celebraciones y festividades de temporada como el Día del Amor y la Amistad.

Distribución porcentual (%) del consumo electrónico en Colombia según categorías. 2017



Fuente: CCCE, Cuarto Estudio de Transacciones digitales 2016-2017. Bogotá 2018

Enrique Peñalosa Londoño Alcalde Mayor de Bogotá, **Juan Miguel Duran** Secretario de Desarrollo Económico, **Oscar Berardinelli** Subsecretario de Desarrollo Económico, **Mauricio Ospina** Director de Estudios de Desarrollo Económicos, **Yamile León Vargas** Subdirectora de Información y Estadísticas, **Argelio Gómez Olivares** Subdirector de Estudios Estratégicos,

Elaboró: Nohora Margarita Sánchez, Camilo Guzman
Analistas de la Subdirección de Estudios Estratégicos

Visítenos en la web: observatorio.desarrolloeconomico.gov.co