

## EL CONSUMO EN TIEMPOS DEL COVID-19

TOP 7 CATEGORÍAS CON MÁS VENTAS EN MARZO				
Posición	Categoría	% Participación 2019	% Participación 2020	% Variación en la facturación
<b>Total Categorías</b>				<b>-13,8%</b>
1	SUPERMERCADOS	8,4%	17,4	78,68%
2	ALMACENES POR DEPTO. CON SUPERMERCADO	7,7%	10,6%	18,6%
3	ESTACIONES DE SERVICIOS	4,8%	5,1%	-8,49%
4	DROGUERÍAS	3,2	4,8%	29,39%
5	VESTUARIO	6,1%	3,7%	-48,42%
6	AGENCIA DE VIAJES	3,8%	3,5%	-20,08%
7	AEROLÍNEAS	9,3%	3,4%	-68,43%

¿Qué tan diferentes son los consumos de los Colombianos frente a una situación de cuarentena con una que se considera “normal”? La alianza de FENALCO y CredibanCo con su herramienta AnalítiCo, nos permite examinar el comportamiento de los consumidores en cuanto a sus compras con pagos electrónicos en las plataformas CredibanCo en todo el país. La facturación total en el mes de marzo disminuyó 13.8% frente a la observada en el mismo mes del año anterior. Lo que en términos reales significa una preocupante disminución del orden del 17.6%. Esta valiosa información es la mejor radiografía de cómo estuvo el consumo de los hogares en el crítico mes de marzo, como quiera que el dato recoge más de las dos terceras partes de todas las compras que por la vía electrónica realizan los colombianos, con el aditamento de que, como lo mencionamos en este mismo informe, el uso de efectivo tuvo una fuerte contracción, especialmente después del día 21 del mes anterior.

El análisis de los datos de todas las transacciones de ventas aprobadas realizadas a través de la red CredibanCo nos permiten desglosar ciertos consumos. El hecho más relevante, sin duda, fue la caída de las compras totales. En segundo término, se destaca que las compras de alimentos en supermercados y grandes cadenas registraron un crecimiento del 79% en marzo, aunque conviene subrayar que hasta el día 22 dicho crecimiento era del 99%, es decir, con la cuarentena obligatoria esta categoría perdió dinámica. Su participación en el total de pagos pasó de un 16% en marzo de 2019 a 28% en igual mes del presente año. Cabe agregar que esta categoría incluye víveres y abarrotes en general.

Las droguerías son una categoría que habitualmente no aparece en los primeros lugares con más facturación, pero en marzo tuvo un estupendo desempeño al aumentar su facturación en 29.4%, lo cual refleja la mayor preocupación de los colombianos por su salud y por tomar medidas preventivas contra el Covid 19. El canal de droguerías en el último tiempo ha tenido una interesante transformación convirtiéndose en una opción muy sugestiva para el aprovisionamiento de bienes distintos a las medicinas recetadas. También aparecen en este “top” las estaciones de servicio, con una participación del 5% aunque con una caída del orden del 9% en sus ventas, descenso concentrado desde el 23 de marzo, como quiera que entre el 1 y el 22 la facturación crecía en el orden del 8%.

Por último y como era de esperarse, las dos categorías que en los últimos meses habitualmente registraban aumentos de dos dígitos, Vestuario y Aerolíneas se han visto muy golpeadas relegando sus participaciones a un 3,7% y 3,4% respectivamente. Las compras de pasajes aéreos presentaron un descenso en sus ventas de un 68%, pues el cierre de tránsito aéreo a medida que avanzaba el Coronavirus, sumado al cierre de aeropuertos y trayectos nacionales desde el 13 de marzo han golpeado fuertemente a este sector. Por razones de espacio solamente pasamos revista a estos pocos indicadores.

Para mayor información, escribir a [analitico@credibanco.com](mailto:analitico@credibanco.com)

