



PUNTOS CLAVES

VENTAS

- Incremento de ventas de bienes y servicios en 208%
- Compras en moda 72%
- Comida preparada 59%

MARKET PLACE EN COLOMBIA

- ✓ Dafiti
- ✓ MercadoLibre
- ✓ Linio
- ✓ Exito.com
- ✓ Ktronix
- ✓ Olx.com.co
- ✓ HomeCenter.com

PASARELAS DE PAGO

- ✓ Epayco
- ✓ Mercado Pago
- ✓ Oyster
- ✓ Pagos Inteligentes
- ✓ PayPal
- ✓ PayU
- ✓ PayZen
- ✓ Stripe
- ✓ Wompi
- ✓ Zona Pagos

SECTOR TIC-COMERCIO ELECTRÓNICO

Mayo 2022



DATOS

El comercio electrónico en Colombia experimentó un auge durante 2020 producto de los cambios estructurales que generó la pandemia en los hábitos de los consumidores y de las empresas. Las medidas que buscaban la contención del COVID-19 trasladaron distintas actividades que se efectuaban típicamente de manera presencial al canal digital como las citas médicas, las clases y las compras. En 2020 el crecimiento de esta industria estuvo jalonado por la venta de bienes que incrementó 208 % respecto a 2019, mientras que los servicios comercializados a través de internet tuvieron una contracción del 71 %, especialmente por la caída del turismo y los eventos. Parte de dicho impulso se mantuvo a lo largo de 2021 debido a la buena experiencia que experimentaron los usuarios al comprar en línea en lo corrido de 2020 y 2021, lo que aumentó la confianza en el comercio digital, así como su recurrencia. Sin embargo, el crecimiento en esta ocasión estuvo marcado por el turismo y entretenimiento, mientras que la venta de bienes a través de comercio electrónico presentó una caída del 20,3 %. para 2022 se espera que la participación de bienes y servicios en el total de las ventas no presentes se estabilice en cerca de un cuarto del total del mercado para la primera categoría y tres cuartos para servicios. De igual forma, el crecimiento económico de Colombia, así como de sus principales socios comerciales, fue positivo en 2021, impulsando las expectativas de una recuperación económica rápida luego del impacto producido por la pandemia en 2020. Para el 2022, el Banco de la República, el Fondo Monetario Internacional y la OCDE estiman un crecimiento económico para el país de 4,3 %, 3,8 % y 5,5 % respectivamente.



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

TOTS
A UNA
veu

IVACE

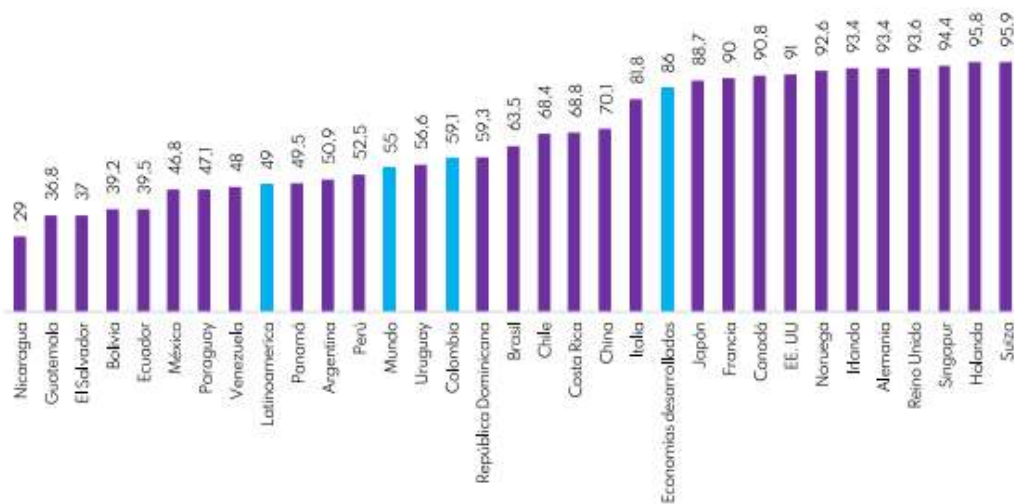


SECTOR TIC-COMERCIO ELECTRÓNICO

COMPORTAMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA EN 2021

Colombia durante los últimos años ha registrado un notable avance en materia de comercio electrónico. De acuerdo con la versión del año 2020 del índice de preparación para el comercio electrónico B2C (B2C E-commerce index), elaborado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), Colombia registró una cifra de 59,6, siendo superior al valor de Latinoamérica (49) y del mundo (55). Según la calificación del índice, el país mejoró en un 4,84 % en la proporción de personas que usan internet respecto a 2019; sin embargo, empeoró en su calificación acerca de la seguridad de servidores a internet en 6,9 % y en la confiabilidad postal en 6,58 % lo que implicó una caída de dos posiciones al puesto 68 respecto al 66 en 2019.

Figura 24: Preparación de Colombia para el comercio electrónico B2C respecto a otras economías



Fuente: Diseño de la CCCCE con datos del B2C E-commerce index - UNCTAD (2020).

Calidad de Vida en su módulo TIC reporta que en 2019 7,95 % (3.655.401) de personas mayores de 25 años realizaban compras a través de internet de las cuales el 50,73 % corresponden a hombres y 49,27 % a mujeres. Para 2020, el porcentaje de personas que compra por internet fue de 10% (4.685.605), es decir 2,05 % más que el año anterior y una distribución de 50,59 % para hombres y 49,41 % para mujeres.

Además, Bogotá es la ciudad con más personas que compran por este medio con 18,88 %, seguido se encuentra San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Antioquia y Valle del Cauca con 10,32 %, 10,22 % y 9,2% respectivamente. Por su parte, la Encuesta Nacional de Tecnologías de la Información y Comunicaciones ENTIC informa que en 2020 las personas mayores de 25 años hicieron más compras por internet en categorías como: moda (71,6 % de las personas), comidas preparadas (58,7 %), equipos electrónicos (31,4 %) y mercado (34,1 %) como lo evidencia la figura siguiente:



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

**TOTS
A UNA
veu**

IVACE



SECTOR TIC-COMERCIO ELECTRÓNICO

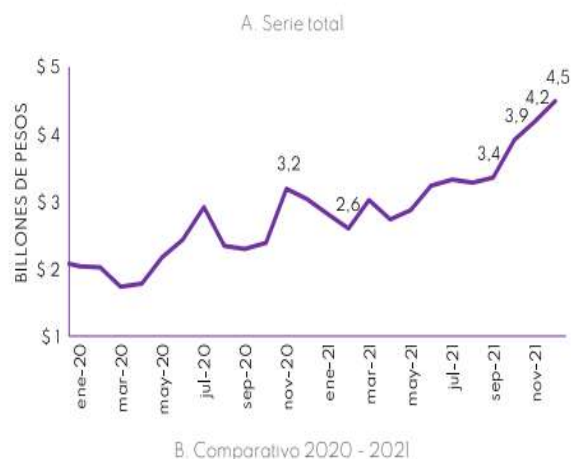
Figura 25. Proporción de personas de 5 o más años que compraron a través de internet según tipo de productos (bienes o servicios) Total Nacional 2020



Fuente: Diseño de la CCCE con datos del B2C E-commerce index - UNCTAD (2020).

En enero de 2021, las ventas a través de comercio electrónico (bienes y servicios) fueron 37,2 % superiores a las realizadas en enero de 2020, y a su vez el número de transacciones fue superior en 78,1 %. Por su parte, las ventas y transacciones del mes de febrero de 2021 también crecieron frente a febrero de 2020, un 27,9 % y 48,8 % respectivamente.

Figura 27: Comportamiento de las ventas de comercio electrónico 2020-2021



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

**TOTS
A UNA
veu**

IVACE



SECTOR TIC-COMERCIO ELECTRÓNICO

MEDIOS DE PAGO EN VENTAS EN LÍNEA

Desde 2019, el pago en efectivo en las ventas online ha mostrado una tendencia decreciente en su participación. De hecho, pasó de 12,7 % en 2019 a 6,7 % durante 2020, cuando la pandemia le dio un considerable impulso a la virtualidad y a las compras digitales. Para 2021, el pago en efectivo mostró una participación superior al 5 % tan solo en el primer trimestre para luego estabilizarse alrededor de 4,5 % el resto del año, como muestra la Figura 31. De manera similar, de 2019 a 2020 la participación de las tarjetas de crédito y débito mostró una reducción de 10 % puntos porcentuales, mientras que en el primer trimestre de 2021 tuvo una participación de 36,3 %, momento a partir del cual se estabilizó alrededor del 32 %. Por último, el débito a la cuenta bancaria ha mostrado una tendencia creciente en los últimos años. En concreto, pasó de una participación de 37,3 % en 2019 a 53,3 % en 2020, para luego posicionarse como el medio de pago más utilizado en las compras en línea y observando participaciones superiores al 60 % en los últimos tres trimestres del 2021.

También como medio de pago Nequi Y Daviplata billeteras digitales se convirtieron en una opción importante en la industria de los agos financieros en medio de la pandemia.

PASARELAS DE PAGO

En Colombia estamos viviendo un auge del comercio electrónico por esta razón las tiendas virtuales se han visto en la necesidad de implementar una pasarela de pago para agilizar la compra de los productos a sus clientes, las principales pasarelas de pago usadas en Colombia son:

- Epayco
- Mercado Pago
- Oyster
- Pagos Inteligentes
- PayPal
- PayU
- PayZen
- Stripe
- Wompi
- Zona Pagos

Adicionalmente las billeteras de pago como Nequi y Daviplata son las más utilizadas, ya que con solo ingresar a la plataforma desde una línea móvil pueden hacer el pago contra entrega de bienes y servicios.

LOS DÍAS SIN IVA

Los días sin IVA fueron reglamentados mediante el Decreto 1314 de 2021, estableciendo tres fechas para la exención: el veintiocho (28) de octubre de 2021, el diecinueve (19) de noviembre de 2021; el tres (3) de diciembre 2021. Durante estos tres días desde la CCCE se realizó un monitoreo sobre las ventas por medio de comercio electrónico, publicando para el efecto entre tres y cuatro informes diarios que permitieron tener un balance de las jornadas. Estas jornadas, tuvieron un impacto muy positivo en el cuarto trimestre de 2021 en el comercio electrónico, impulsando las ventas de la industria para dicho año. Es una gran oportunidad para el comercio electrónico para promover con más fuerza en sus ventas.



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

TOTS
A UNA
veu

IVACE



SECTOR TIC-COMERCIO ELECTRÓNICO

CONCLUSIONES /SECTOR DE INTERÉS:

Se estima que el comercio electrónico en Colombia crecerá un 74% en los próximos cinco años. En 2020, el e-commerce creció 53% por la pandemia. Para 2025, representará 7% de la facturación total de retail en el mercado. El comercio electrónico seguirá creciendo los próximos años, dando una representación más alta a la facturación total de ventas en Colombia.

Importante tener en cuenta ingresar al mercado colombiano a través de comercio electrónico, ya que es una manera de llegar a consumidores de todo el país

Los colombianos, a pesar de que no tienen como costumbre comprar online, han cambiado su forma de pensar ya que la pandemia hizo que fuera casi obligatorio hacer este tipo de consumo, por eso es importante las empresas actualicen sus tiendas virtuales, implementando promociones llamativas a sus clientes.

Los empresarios internacionales deben tener acuerdos con sus importadores colombianos para que en sus tiendas virtuales puedan ser promocionados sus productos para tener mayor visibilidad.

Las plataformas tecnológicas que puedan ayudar a la implementación de market place, por dar un ejemplo, agilizan el envío de mercancía.

Negocios digitales puedan ayudar al desarrollo de tiendas virtuales en ciudades apartadas de Colombia.

Plataformas de pago amigables para compras nacionales e internacionales.

Nuevos desarrollos de tiendas virtuales sectorizadas.

Desarrollo de visibilidad del inventario en tiempo real, así el comprador siempre tiene la certeza de la disponibilidad de su producto.

CONSEJOS PARA INGRESAR AL E-COMMERCE EN COLOMBIA

Las principales consideraciones que hay que tener en cuenta cuando analizamos diferentes plataformas comerciales de comercio electrónico

- ✓ **REVISAR LOS OBJETIVOS:** Se debe tener en cuenta la misión, visión y valores de la empresa para asegurar de que encajan con la elección de la plataforma de comercio electrónico seleccionada.
- ✓ **DEFINIR LA GESTIÓN DEL ECOMMERCE:** La persona que estará al frente de la implementación y gestión, debería estar estrechamente relacionada con los conocimientos técnicos de la plataforma y de los productos y servicios ya que tendrá la responsabilidad del desarrollo y manejo de la tienda.
- ✓ **PRESUPUESTO:** Tener la claridad con el departamento contable de la empresa, con exactitud con cuánto dinero disponible cuenta y cuál sería el límite máximo para incurrir en este gasto
- ✓ **GRADO DE PERSONALIZACIÓN:** Tener en cuenta el diseño e identidad corporativa que quiere desarrollar en la tienda, lo que se quiere mostrar y como quiere ser reconocido, donde tendrá mucha relevancia el logo, nombre de la tienda, colores, entre otros aspectos.
- ✓ **POTENCIAL DE MARKETING:** Buscar las mejores estrategias de marketing, que permitan efectividad y mayor visibilidad, algunas plataformas ofrecen reportes de marketing y datos analíticos que pueden ayudar bastante a optimizar la actividad comercial. Dentro de estos tener en cuenta una donde los clientes puedan tener notificaciones de productos nuevos, promociones, días de oferta entre otros



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball

TOTS
A UNA
veu

iVACE