



El futuro digital  
es de todos

MinTIC

# IMPACTO DEL COVID-19 SOBRE EL **COMERCIO** ELECTRÓNICO EN COLOMBIA



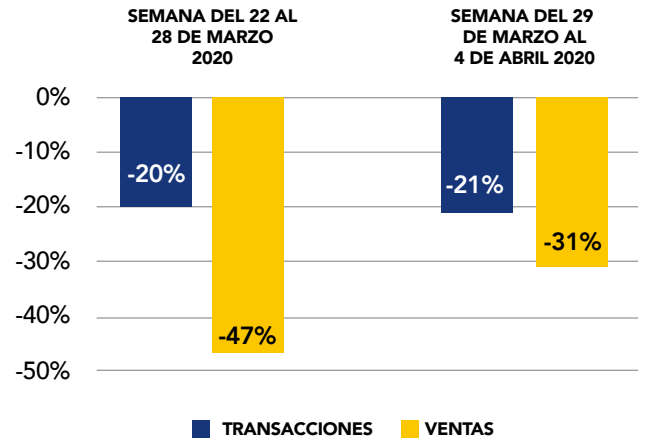
CÁMARA  
COLOMBIANA DE  
COMERCIO  
ELECTRÓNICO  
[www.ccce.org.co](http://www.ccce.org.co)

# IMPACTO DEL COVID-19 SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA

La pandemia del COVID-19 ha transformado en un muy corto periodo la vida de miles de millones de personas en el mundo. En Colombia, el aislamiento preventivo obligatorio ha llevado a que millones de personas deban permanecer en sus hogares para frenar la expansión del virus. En medio de esta difícil situación, las plataformas de comercio electrónico han contribuido a mantener el abastecimiento de los hogares y facilitando el cumplimiento de las medidas de distanciamiento social.

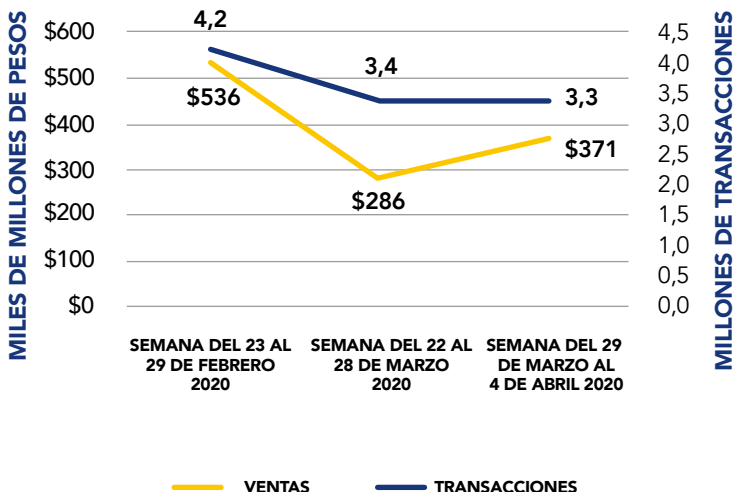
En los próximos meses es importante aprovechar este medio transaccional como herramienta de reactivación económica para las empresas colombianas y como el canal ideal para que los consumidores puedan realizar compras sin exponer su salud.

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y el Ministerio de las TIC, junto con algunas empresas afiliadas al gremio, han recopilado información para entender cómo se ha comportado este segmento de la economía digital en Colombia durante la pandemia.



Respecto a la última semana de febrero, el valor total de las compras realizadas y pagadas a través de internet en Colombia cayó el 47% en la última semana de marzo, aunque presentó un crecimiento semanal del 29% en la primera semana de abril, una vez se dio claridad por parte del Gobierno Nacional en la operación de las plataformas de comercio electrónico en medio del aislamiento preventivo obligatorio.

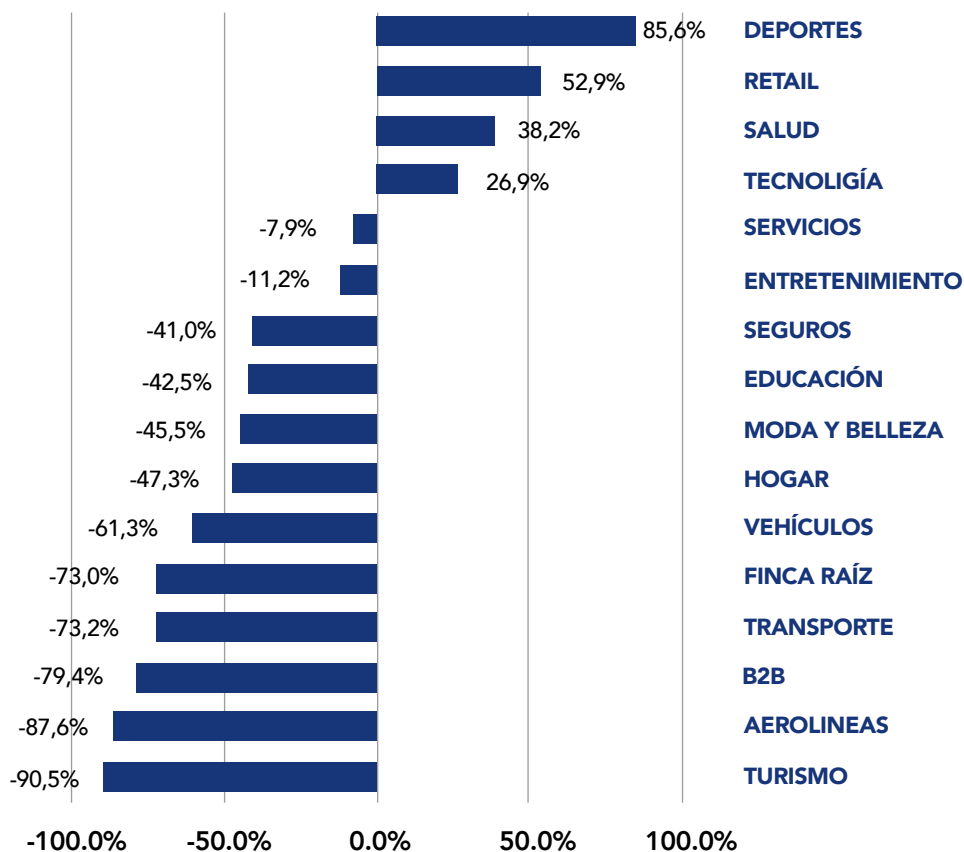
La caída menos acelerada del número de transacciones ha implicado una reducción en el ticket promedio, que pasó de \$127.025 en la última semana de febrero a \$110.890 en la primera semana de abril, lo que muestra que en medio de la coyuntura los colombianos están adquiriendo cada vez más productos de menor valor a través de internet.



**NOTA:** Sólo se incluyen las compras realizadas y pagadas a través de internet.

**FUENTE:** Credibanco, Redeban y ACH.

El comercio electrónico ha sido una herramienta clave para el abastecimiento de los hogares colombianos, lo que se evidencia en el crecimiento que han presentado las categorías de deportes (86.5%), retail (52.9%), salud (38.2%) y tecnología (26.9%). En contraste, otras categorías de productos y servicios que se venden a través de comercio electrónico se han visto fuertemente afectadas por la pandemia del COVID-19. Por ejemplo, el sector turismo y las aerolíneas presentan una caída del 90.5% y 87.6% respectivamente, así como las ventas empresa a empresa - B2B, -79.4% y el transporte, cayendo 73.2%

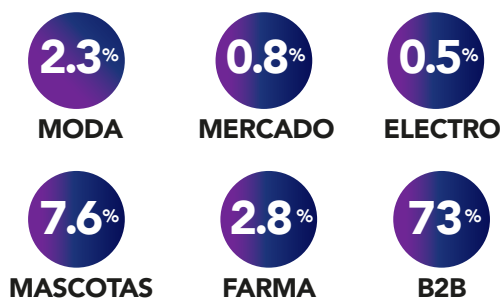


FUENTE: Mercado Pago, PayU, PayValida y PlaceToPay.

Así mismo, de acuerdo con información de V-Tex, la tasa de conversión de las plataformas de comercio electrónico también se ha visto afectada, creciendo especialmente en la categoría de supermercado y farmacia, lo que se asocia al interés cada vez mayor de los consumidores en los productos de estas categorías.

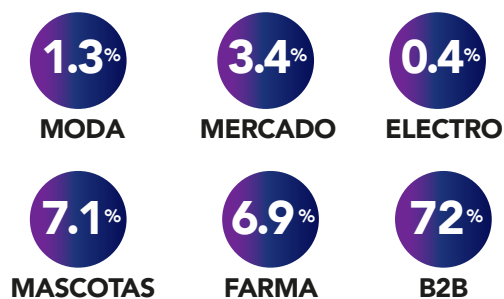
## MARZO 2019

Comportamiento de la tasa de conversión



## MARZO 2020 COVID-19

Comportamiento de la tasa de conversión





CÁMARA  
COLOMBIANA DE  
COMERCIO  
ELECTRÓNICO  
[www.ccce.org.co](http://www.ccce.org.co)

CON EL APOYO DE:

