

INFORME TRIMESTRAL DEL COMPORTAMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA



PRIMER TRIMESTRE 2024

Bogotá D.C.

Mayo 2024

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico

María Fernanda Quiñones
Presidente

Carlos Eduardo Güisa Díaz
Gerente de Análisis Económico y Proyectos

Katherine Ramírez Cubillos
Coordinadora de Análisis Económico y Proyectos

María Paula Basto Lozano
Economista Senior

María Alejandra López Contreras
Economista

Natalia Martínez Martínez
Gerente Legal y de Políticas Públicas

Andrés Felipe Hurtado Sánchez
Coordinador Legal



Versión
pública



Versión
para
afiliados

Este informe realizado por la CCCE es gracias al apoyo y aporte de nuestros afiliados.





Sponsored by:



Nos complace destacar dos iniciativas clave que han marcado un impacto significativo en el panorama del comercio electrónico en Colombia este año: **‘Ya Estoy Online’** y **‘eXporta Online’**. Estos proyectos, impulsados por la colaboración estratégica entre la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y Google, representan un compromiso conjunto para promover la transformación digital y la expansión transfronteriza de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes).

‘Ya Estoy Online’ ofrece a los empresarios una plataforma gratuita y segura para iniciar su viaje digital en todo el ecosistema del comercio electrónico, proporcionando recursos y herramientas esenciales para establecer una presencia en línea efectiva. Por otro lado, **‘eXporta Online’** sirve como una guía integral para la internacionalización de los negocios, brindando un acompañamiento en el proceso de entrada a nuevos mercados internacionales bajo modelos de negocio 100 % digitales.

Este esfuerzo conjunto, respaldado por el generoso patrocinio de Google y el compromiso de las principales empresas de eCommerce en Colombia (afiliados), refleja nuestro firme compromiso de apoyar y fortalecer el ecosistema empresarial del país a través de la innovación y la colaboración.

Calendario de eventos 2024

Para más información e inscripciones, contáctanos en:
laura.martinez@cce.org.co
(+57) 3168677487



Evento virtual Evento presencial
 Evento híbrido

mar



1-6

Hot Sale ®

20

Asamblea general de afiliados

ago



27-31

Mercaweek

may



9-10

Feria de Proveedores eCommerce

29-31

eCommerce Day

sep



19-20

eSummit

jun



14-21

Travel Sale

oct



17-23

Hot Sale ®

dic



4-5

Feria de Proveedores eCommerce

*Fechas sujetas a cambios

Tabla comparativa versión gratuita versión afiliados

	Acceso gratuito	Afiliados
Análisis general de ventas en línea	✓	✓
Análisis detallado de ventas en línea	✗	✓
Análisis general de transacciones digitales	✓	✓
Análisis detallado de transacciones digitales	✗	✓
Análisis general de transacciones digitales	✓	✓
Análisis detallado de transacciones digitales	✗	✓
Análisis detallado de comercios no especializados - NIQ	✗	✓

Próximos eventos



Del 14 al 21
de junio



Del 27 al 31 de
septiembre



Del 27 al 31 de
septiembre



El sello de confianza certifica el cumplimiento de buenas prácticas por parte de las empresas en tres diferentes eslabones: Pagos - Logística - Consumidor

Para el consumidor final representa mejora en la calidad de la información, mayor protección y garantía de sus derechos así como mecanismos de resolución de disputas de forma más eficaz.

Para las empresas representa un impacto en su reputación ya que incrementa la confianza en sus clientes brindando mayor seguridad e incremento en las conversiones.



La versión extendida de este informe es exclusiva para los afiliados a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.

Si deseas acceder a esta información afílate con nosotros:



La versión extendida de este informe es exclusiva para los afiliados a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.

Si deseas acceder a esta información afílate con nosotros:



Contenido del informe



1

Ventas en línea

- Valor de ventas
- Número de transacciones
- Ticket promedio
- Categorías de venta en línea
- Medios de pago



2

Transacciones digitales

- Valor de las transacciones digitales
- Número de transacciones digitales



3

Comercio electrónico minorista

- Índice de ventas del comercio minorista
- Participación de las ventas de comercio electrónico minorista

Nota aclaratoria:

Los datos contenidos en este informe son consolidados por la CCCE y se basan en la información proporcionada por Credibanco, Redeban, ACH y las pasarelas de pago Mercado Pago, Place to Pay Evertec, PayU, Wompi y Payvalida. Estos datos se refieren a transacciones de compra aprobadas realizadas y pagadas a través de Internet, así como a las categorías de compra.

Es importante destacar que estos datos son preliminares y forman parte del proceso de producción estadística de la CCCE. Además, la CCCE lleva a cabo un análisis y una actualización continua de la información en cada fase del proceso. Como resultado de este proceso, es posible que se produzcan cambios en la serie histórica debido a la actualización de la información recibida de las fuentes primarias.

Definiciones

1

Comercio electrónico

Transacciones de compra y venta realizadas a través de redes basadas en protocolos de Internet (TPC/IP) u otras redes telemáticas. Los bienes o servicios se contratan o reservan a través de estas redes, pero el pago o la entrega del producto puede realizarse en línea o fuera de ella, a través de cualquier otro canal.

2

Ticket promedio de venta

Hace referencia a la compra promedio. Se obtiene dividiendo el valor de las ventas sobre el número de transacciones.

Definiciones

3

Recaudo

Contempla las transacciones que son pactadas fuera de internet, pero pagadas a través del canal digital, tales como impuestos y servicios públicos.

Transacciones digitales

Las transacciones digitales agregan las transacciones de venta en línea y las transacciones de recaudo.

4

1. Ventas en línea



1.1. Ventas en línea: Valor y Número

Aunque las ventas en línea fueron mayores en el primer trimestre de 2024 frente a años anteriores, destaca que el mes de marzo tuvo una disminución frente al mismo mes de 2023.

En 2024-I se registraron COP 15,4 billones de venta en línea, lo que representó un crecimiento de apenas 1,73 % respecto al mismo trimestre de 2023 y un decrecimiento de 6,6 % respecto a 2023-IV lo cual es un comportamiento típico pues se compara con el final de año caracterizado por ser un periodo de alto consumo.

En 2024-I se registraron 93 millones de transacciones de venta en línea, lo que representó un crecimiento de apenas 6,65 % respecto al mismo trimestre de 2023 y un decrecimiento de 4,2 % respecto a 2023-IV lo cual es un comportamiento típico pues se compara con el final de año que es un periodo de alto consumo.

Figura 1. Valor de las ventas en línea primer trimestre 2019-2024: Total*

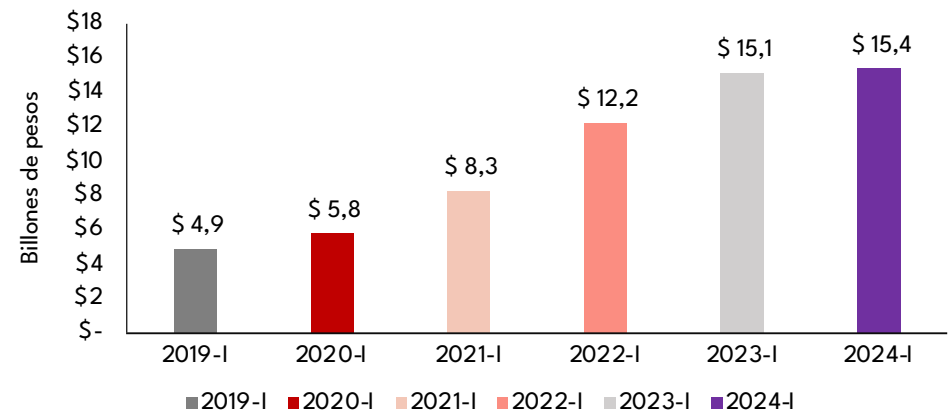
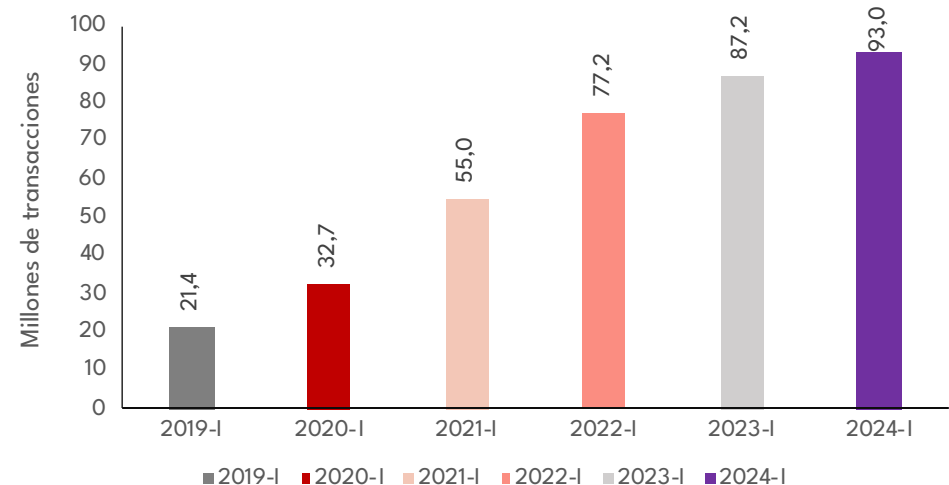


Figura 2. Número de ventas en línea primer trimestre 2019-2024: Total*



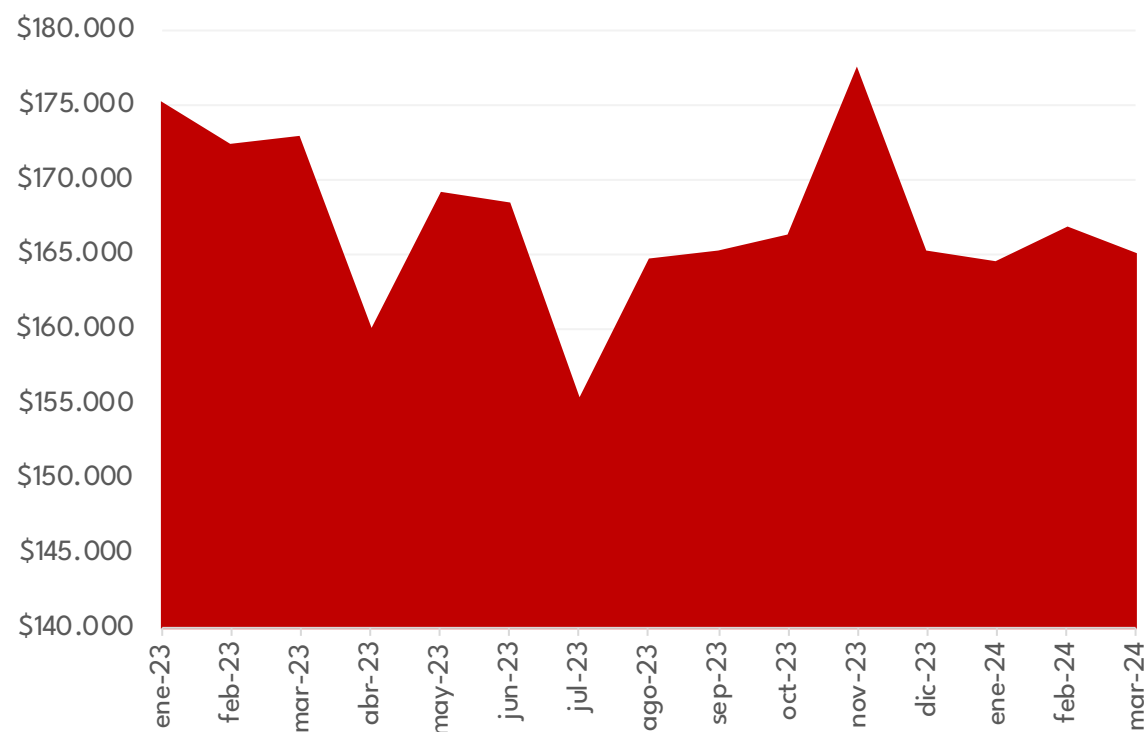
*Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones aprobadas de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2019 - 2024) *Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización continua de la información en cada una de las fases del proceso; como consecuencia de este proceso se puede presentar cambios en la serie histórica por actualización de la información recibida de parte de las fuentes primarias.*

1.2. Ventas en línea: Ticket promedio

El ticket promedio hace referencia al valor promedio de las ventas en línea y se obtiene dividiendo el valor de las ventas entre el número de transacciones.

En 2024-I, el valor del ticket promedio fue de COP 165.500 aproximadamente, lo que representó una disminución de 4,6% respecto al mismo trimestre de 2023 y de 2,5 % respecto a 2023-IV. Esta disminución se atribuye al crecimiento más acelerado del número de ventas en línea en comparación con el incremento de su valor.

Figura 3. Ticket promedio de ventas en línea 2023-2024*



*Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones aprobadas de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2023- 2024) *Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización continua de la información en cada una de las fases del proceso; como consecuencia de este proceso se puede presentar cambios en la serie histórica por actualización de la información recibida de parte de las fuentes primarias.*

1.3.1. Categorías de compra en línea

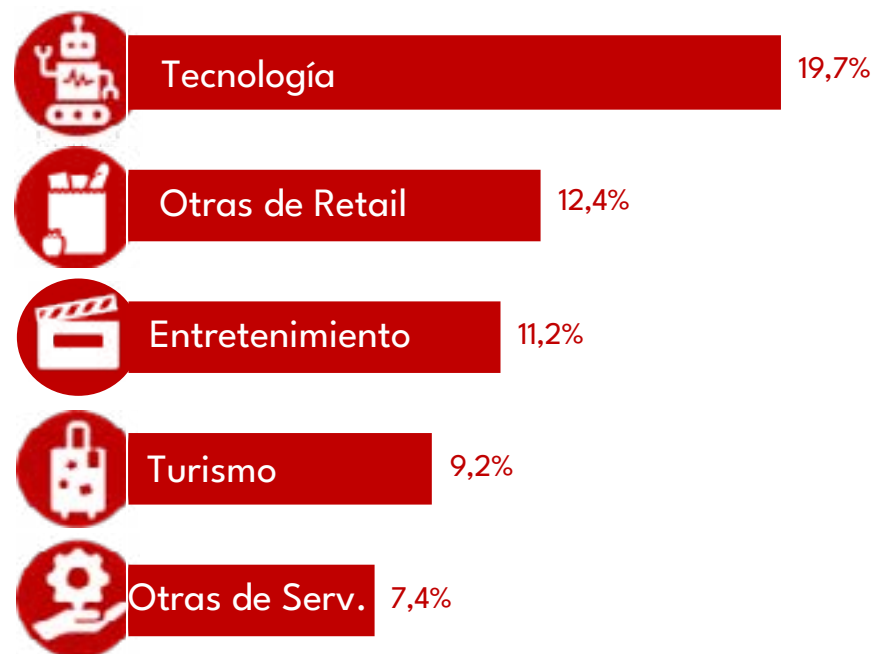
En el primer trimestre de 2024:

- Las categorías de compra que tuvieron una mayor participación fueron: Tecnología con el 19,7 %, Otras de Retail con 12,5 % y Entretenimiento con el 11,2 %
- Por su parte, las categorías que tuvieron una menor participación fueron: Hogar con el 2,8 %, Libros y papelería y Vehículos y autopartes con el 1,3 % cada una.

Nota:

Se llevó a cabo una revisión de la metodología utilizada en las categorías de compra, lo que resultó en la exclusión del análisis de las categorías de "Educación", "Finca Raíz" y "Servicios financieros". Esto se debe a que estas transacciones se relacionan con el recaudo, mientras que el enfoque del análisis se centra específicamente en las compras en línea.

Figura 4. Top 5 de categorías de compra 2024-I



Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de PayU, Mercado Pago, Pay Valida, Place to Pay – Evertec y Wompi (2024). Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización de la información en cada una de las fases del proceso; como consecuencia de este proceso se puede presentar cambios en la serie histórica por actualización de la información recibida de parte de las fuentes primarias.

1.3.2. Comportamiento de la variación de las categorías de compra

Al observar la variación de las categorías de compra se encuentra que, en el primer trimestre, más de la mitad de las categorías registraron variaciones negativas, lo cual se refleja en la variación total. Categorías como Deporte, Moda y Belleza y Otras de Retail presentaron una variación negativa durante este periodo.

Esto se relaciona con que se compara con la época de fin de año que históricamente es de alto consumo.

Figura 5. Variación categorías de compra 2024-I

Categoría CCCE	2024-I
B2B	-0,47%
Deporte	-27,62%
Entretenimiento	4,55%
Hogar	-7,69%
Libros y Papelería	0,32%
Moda y Belleza	-12,11%
Otras de Retail	-11,30%
Otras de Servicios	8,65%
Salud	-1,79%
Seguros	-3,87%
Tecnología	-1,76%
Transporte	-6,36%
Turismo	5,70%
Vehículos y autopartes	3,92%
Total	-5,32%

Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de PayU, Mercado Pago, Pay Valida, Place to Pay – Evertec y Wompi (2024). Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización de la información en cada una de las fases del proceso; como consecuencia de este proceso se puede presentar cambios en la serie histórica por actualización de la información recibida de parte de las fuentes primarias.

1.3.3. Medios de pago

Desde la CCCE agrupamos los medios de pago en tres grandes categorías:



Pago con débito a la cuenta bancaria o PSE

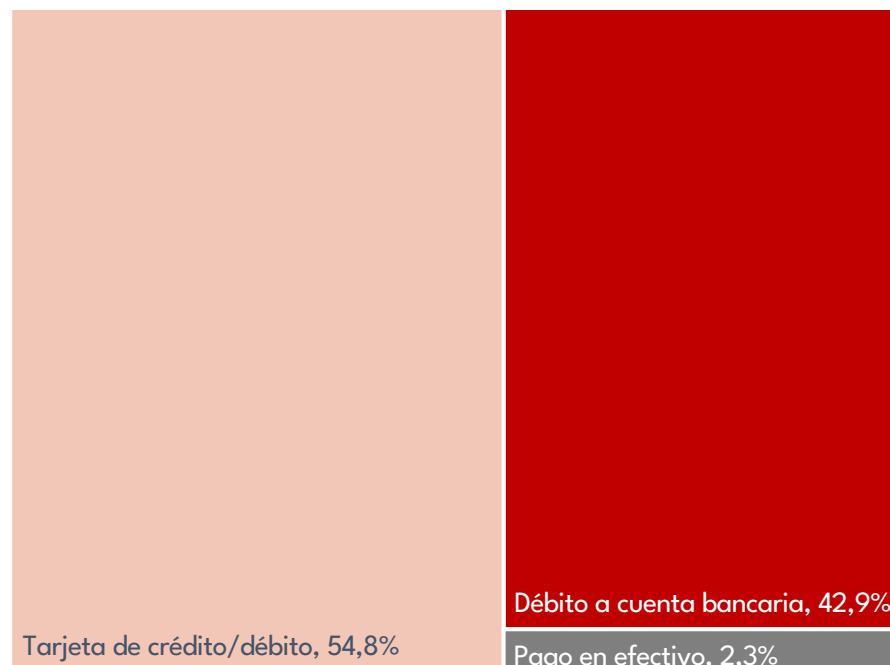


Pago con tarjeta de crédito o débito



Pago en efectivo, que puede contemplar el pago en puntos de recaudo o pago contra entrega

Figura 6. Distribución de participación de los medios de pago en ventas en línea 2024-I



Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de PayU, Mercado Pago, Pay Valida, Place to Pay – Evertec y Wompi (2024). Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización de la información en cada una de las fases del proceso; como consecuencia de este proceso se puede presentar cambios en la serie histórica por actualización de la información recibida de parte de las fuentes primarias.

2. Transacciones digitales



2.1 Transacciones digitales: Valor y número

Las transacciones digitales son entendidas como:



VENTAS EN LÍNEA: transacciones que se realizan con el fin de comprar y vender bienes y servicios entre empresas y consumidores de forma no presente.



RECAUDO: transacciones que son pactadas fuera de internet, pero pagadas a través del canal digital, tales como impuestos y servicios públicos.

*Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones aprobadas de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2019 - 2024) *Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización continua de la información en cada una de las fases del proceso; como consecuencia de este proceso se puede presentar cambios en la serie histórica por actualización de la información recibida de parte de las fuentes primarias.*

Figura 7. Valor de transacciones digitales primer trimestre 2019-2024: Desagregado por meses*

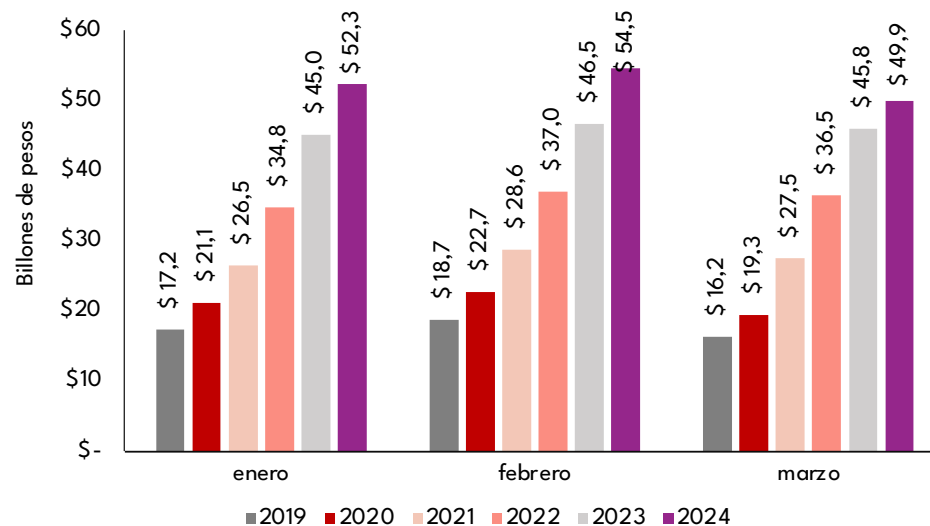
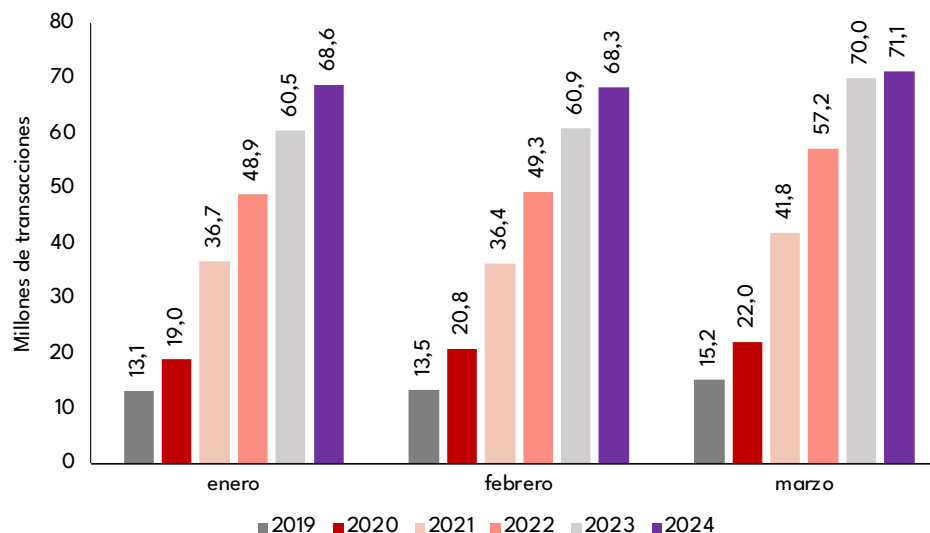


Figura 8. Número de transacciones digitales primer trimestre 2019-2024: Desagregado por meses*

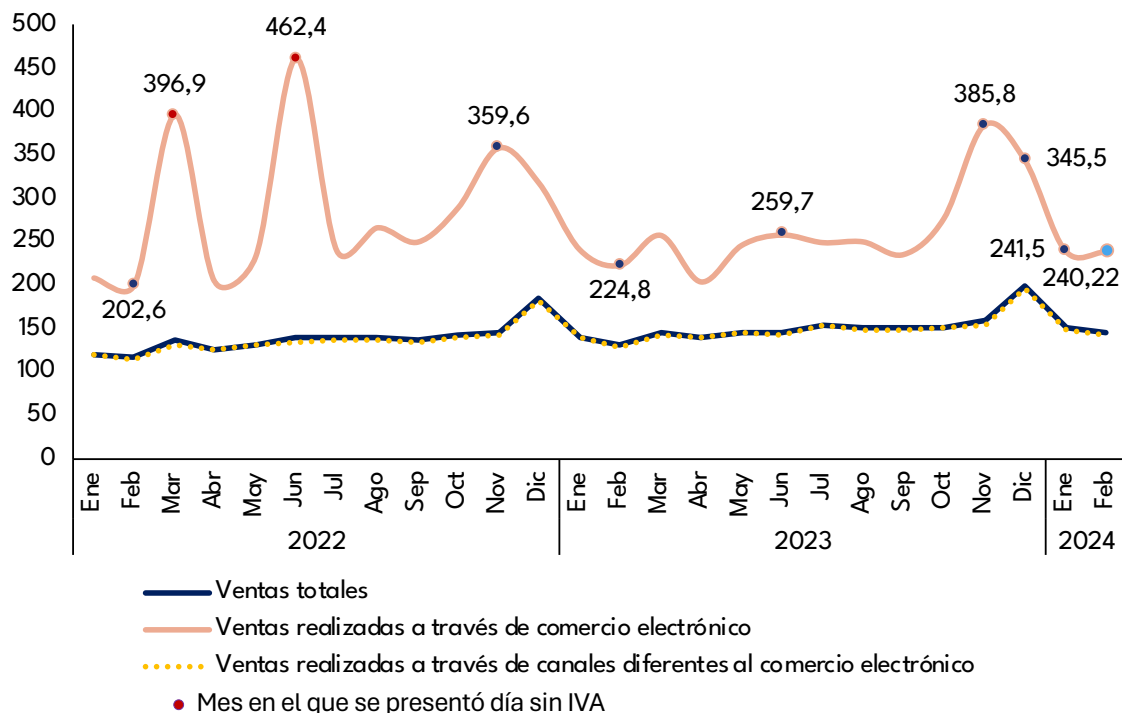


3. Comercio electrónico minorista



3.1. Comercio electrónico minorista: Índice de ventas

Figura 9. Evolución índice ventas minoristas totales, por comercio minorista y por canales distintos al comercio electrónico. Base = 2019



Fuente: Diseño CCCE con datos del DANE, Encuesta Mensual de Comercio(2024)

El índice de ventas por comercio electrónico minorista, en enero de 2024 se situó en 241,5 y en febrero descendió hasta 240,2.

Entre enero y febrero de 2024 se evidencia un aumento de 8,6 % año corrido lo cual es un signo positivo de la resiliencia del comercio electrónico a pesar del ambiente poco alentador de la economía Colombiana.

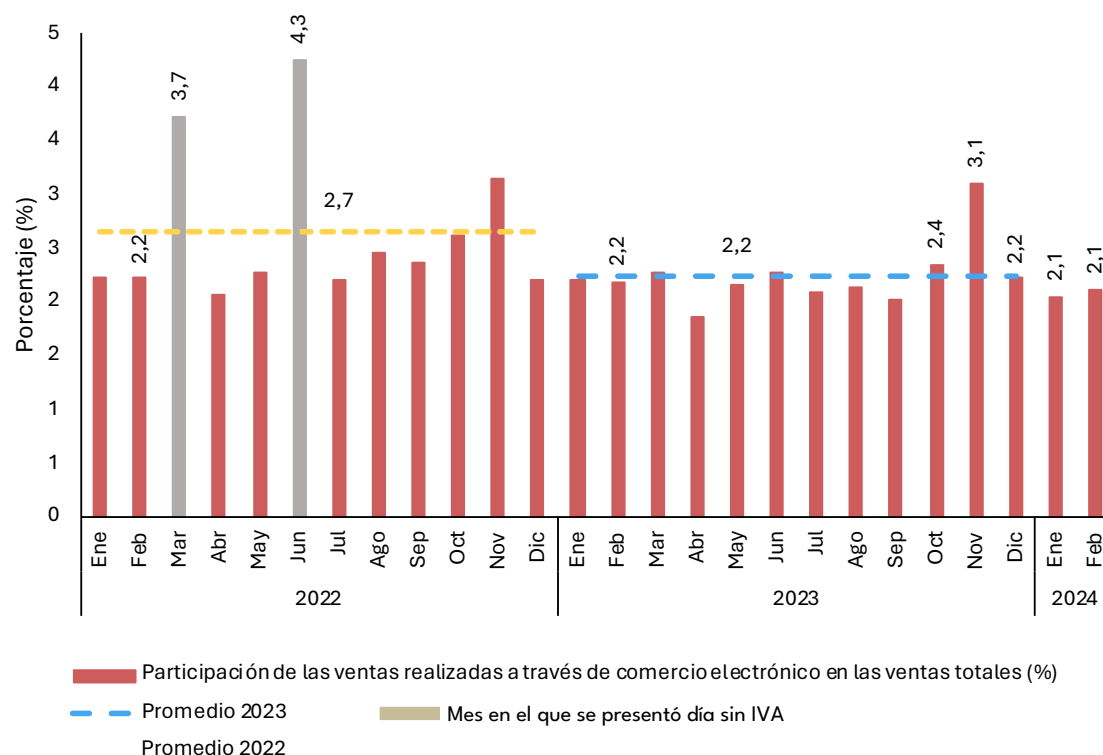
Se evidencia un proceso de estabilización en las ventas por comercio electrónico, caracterizado por un comportamiento cíclico, con sus picos más altos registrados en los últimos tres meses del año.

3.2. Comercio electrónico minorista: Participación

Se evidencia el impulso que le dio la pandemia de COVID-19 al canal digital elevando su participación; sin embargo, ha habido un proceso de estabilización que aún es superior a la época prepandémica.

Durante los dos primeros meses de 2024 la participación de las ventas por comercio electrónico minorista dentro del comercio minorista total fue de 2.1 % , cifra muy cercana al promedio de 2023 (2,2 %).

Figura 10. Evolución participación ventas minoristas por comercio electrónico dentro del total de comercio minorista



Fuente: Diseño CCCE con datos del DANE, Encuesta Mensual de Comercio(2024)

Referencias

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacional (DIAN). Abecé actividad económica comercio al por menor. [https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Abece-Actividad-Economica-Comercio-al-por-Menor.aspx#:~:text=Los%20establecimientos%20no%20especializados%20de,y%20no%20alcoh%-C3%B3licas\)%20o%20tabaco.](https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Abece-Actividad-Economica-Comercio-al-por-Menor.aspx#:~:text=Los%20establecimientos%20no%20especializados%20de,y%20no%20alcoh%-C3%B3licas)%20o%20tabaco.)

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2024). Encuesta Mensual de Comercio. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/encuesta-mensual-de-comercio-emc>

Credibanco, Redeban, ACH (2024). Valor y número de transacciones digitales, recaudo y venta en línea.

Pay U, Evertec / Place to Pay, PayValida, ePayco, Mercado Pago y Wompi (2024). Categorías de ventas de comercio electrónico y participación de medios de pago.



info@cce.org.co

60 (1) 3004537 / +57 320 425 8673

Carrera 10 # 97a - 13 ofic. 304

Bogotá - Colombia