

<https://www.elcolombiano.com/negocios/economia/crecimiento-del-comercio-electronico-en-colombia-AP13586503>

Elcolombiano.com. 8 de septiembre, 2020

Así va el comercio electrónico en Colombia durante la emergencia



Comercio electrónico, al alza desde abril. FOTO: SHUTTERSTOCK

POR DIEGO VARGAS RIAÑO /

Infografía

EN DEFINITIVA

El e-commerce ha percibido importantes variaciones en Colombia y Latinoamérica durante la emergencia. El reto es implementar un modelo complementario con compras presenciales.

El estar confinados y cumplir con medidas biosanitarias fue la base para acelerar procesos en los consumidores tales como las compras en línea.

Ello lo refleja el reporte E-commerce Latinoamérica en tiempos del covid-19, de la plataforma de pagos PayU, que entre enero y julio registró a 15,2 millones de compradores en Colombia, lo que significa un aumento de 32 % frente al mismo lapso de 2019.

Y es que según el estudio, hablando netamente del período de emergencia en el territorio nacional, las transferencias electrónicas vienen al alza y es así como, mientras en marzo crecieron en 8 % – comparando con igual mes del año pasado–, para abril la expansión fue de 31 %; en mayo de 49 %; en junio del 52 %; y en julio, aunque disminuyó la tendencia, registró un incremento de 31 %.

En concepto de *Francisco León*, director operativo de PayU Latam, si bien estas cifras responden al período principal de aislamiento, en adelante y con la reactivación en marcha se podría esperar una suerte de alternancia con un usuario de vuelta a un consumo presencial, pero que cada vez le dé más cabida al pago digital.

Esto, en la medida que se evolucione hacia páginas web responsables y uso de servidores seguros con conexiones cifradas que protegen datos confidenciales de los usuarios.

En ello coincide *Álvaro Umaña*, director de Asuntos Corporativos de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), quien anota que el *e-commerce* no es un efecto estacional de la pandemia, sino que “llegó para quedarse”.

Desde su concepto, hay un nuevo consumidor digital que va más allá de comprar en las categorías tradicionales de turismo, moda y tecnología, y se interesa más en segmentos de productos básicos como alimentos.

El hoy por hoy

Justamente, los datos de PayU indican que para los siete primeros meses las cinco categorías que más crecieron en Colombia, en su orden, fueron grandes superficies con 3,3 millones de transacciones (304 % más); *delivery* con 1,7 millones (284 %); moda y artículos para el hogar con 3,2 y 1,1 millones de transacciones, respectivamente (en ambos casos una variación de 129 %); y en menor medida comercio al por menor que observó 1,9 millones de operaciones (63 %).

En tanto, al dar un vistazo a las cifras regionales para analizar cómo está Colombia, los renglones con mayores aumentos en pagos electrónicos fueron grandes superficies con 295 %, *delivery*, que mostró un alza de 233 % y moda con 171 %.

En general, Latinoamérica registra un incremento gradual en *e-commerce* desde el cuarto mes, y percibió una leve desaceleración en el séptimo. Así, en los meses entre abril y julio las variaciones fueron de 31 %, 58 %, 68 % y 48 % (ver Paréntesis).

Richard Johnson, director de Metriplica América, consultora de analítica y optimización digital, detalla que por ahora todo es un proceso que va en crecimiento en Colombia y la región en general, y su desarrollo dependerá de factores como seguridad y facilidad para los clientes en las plataformas.

De su lado, Umaña, de la CCCE, exaltó que a futuro se podría pensar en puntos físicos como centros de experiencia en los que la transacción final se dé a través de internet, lo cual habla de la importancia de un esquema complementario para los usuarios. De momento, el *e-commerce* en el país busca cómo seguir ganando terreno.

CONTEXTO DE LA NOTICIA

ANTECEDENTES

LA PERSPECTIVA DEL USUARIO

El Índice de Confianza del Consumidor que mide el centro de investigaciones económicas Fedesarrollo, indica que para julio la percepción de los colombianos sobre la economía cayó -32,7 % respecto al mismo mes de 2019, aunque si se compara con junio –de 2020– observó un leve crecimiento de 0,4 puntos porcentuales. Hoy, el ente revelará el dato correspondiente a agosto y en concepto de Francisco León, de PayU, durante el proceso de reactivación los comerciantes y empresas podrían apelar a promocionar sus productos a precios menores, lo que resultaría en reanimar el consumo como motor económico.



DIEGO ANDRÉS VARGAS RIAÑO

[Contactar](#)

En mis bolsillos hay una grabadora y unos audífonos; en mi mente, amor por el periodismo.