



El futuro digital
es de todos

MinTIC

INFORME DE
**IMPACTO DEL
SEGUNDO DÍA SIN IVA**
EN EL COMERCIO
ELECTRÓNICO



CÁMARA
COLOMBIANA DE
COMERCIO
ELECTRÓNICO
www.ccce.org.co

INFORME:

IMPACTO DEL SEGUNDO DÍA SIN IVA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

El 3 de julio de 2020 se llevó a cabo el segundo día sin IVA en Colombia. Ese viernes se consolidó como el día de mayores ventas a través de internet en la historia del país, y por primera vez se superó el millón de transacciones diarias de compra en línea.

El 19 de junio de 2020 se había llevado a cabo la primera versión de las jornadas del día sin IVA en las categorías de (i) moda; (ii) accesorios; (iii) Electrodomésticos, computadores y celulares; (iv) elementos deportivos; (v) juguetes y juegos; (vi) útiles escolares; y (vii) insumos para el sector agropecuario.

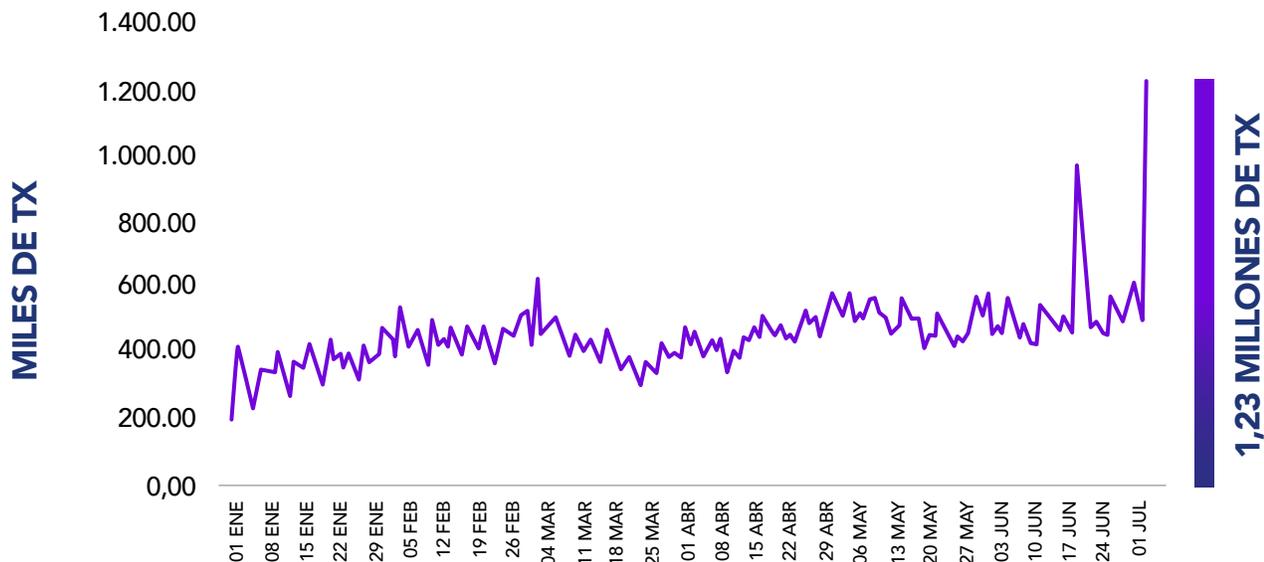
Para la jornada del 3 de julio de 2020, se consideraron las mismas categorías, sin embargo, en esta ocasión el Gobierno Nacional, así como autoridades locales optaron por preferir la venta a través de comercio electrónico en las categorías de Electrodomésticos y Tecnología con

el fin de evitar aglomeraciones en medio de la actual pandemia por la que atraviesa Colombia y el mundo.

En términos de tráfico, los portales de comercio electrónico registraron un incremento promedio del 40% respecto a la jornada del 19 de junio de 2020, que de por sí, había sido la jornada con más tráfico en la historia hasta ese momento. Si bien para la primera jornada del día sin IVA el incremento sin precedentes en el tráfico causó el colapso de muchas plataformas, para la segunda fecha se realizaron alistamientos de la infraestructura para lograr hacer frente a números inusitados de visitantes. Esto generó que, aunque hubo más clientes que el 19 de junio, las páginas web lograron soportar la operación.

En términos del total de transacciones de compra a través de internet, el 3 de julio se generaron 1.226.911 transacciones de compra en línea, un 143% más que un viernes normal y 30,36% más que el 19 de junio de 2020 (ver Gráfica 1).

GRÁFICA 1: NÚMERO DE TRANSACCIONES DIARIAS DE COMPRAS POR INTERNET



Nota: Solo se incluyen las transacciones de compra por internet que fueron pagadas a través de un medio financiero (tajeta de crédito, débito o con débito a la cuenta bancaria).

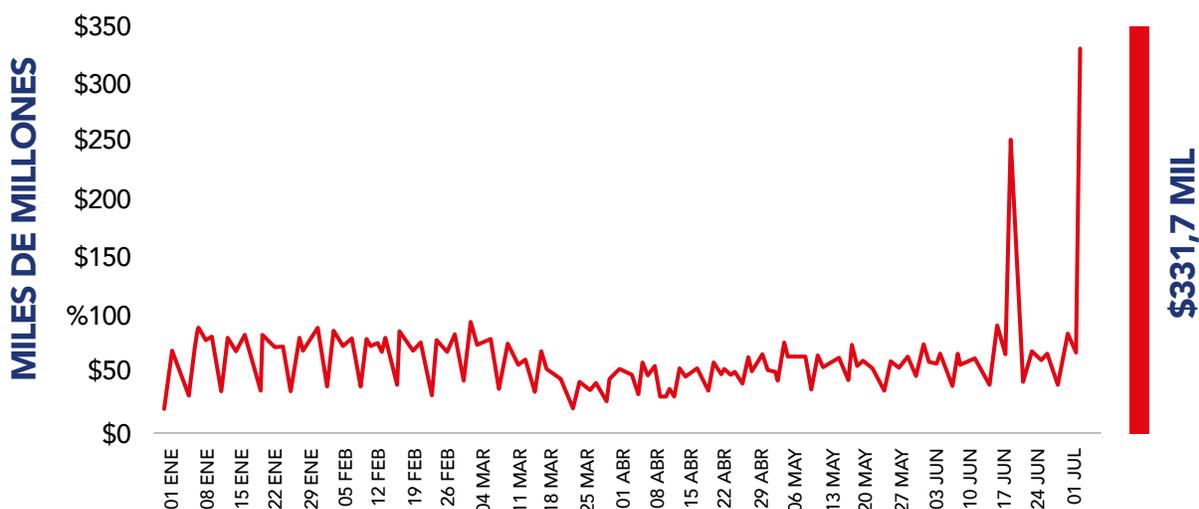
Fuente: ACH, Credibanco Y Redeban.

La mayor diferencia en transacciones entre la primera y segunda jornada del día sin IVA ocurrió en horas de la madrugada. Entre la media noche y las 6am, el número de transacciones aumentaron un 75% en relación con las realizadas el 19 de junio en el mismo momento del día. Así, el 3 de julio antes de las 6 am, ya se registraban ventas 147% superiores a las realizadas el 19 de junio en la madrugada. El crecimiento más acelerado de las ventas hasta las 6 de la mañana, indica que los consumidores prefirieron comprar los productos de mayor valor como televisores y celulares en las horas de la

madrugada del 3 de julio, en contraste con el comportamiento presentado el 19 de junio.

Por otro lado, en términos de ventas, el crecimiento fue aún más extraordinario que el logrado en el número de transacciones (ver Gráfica 2). El 3 de julio se comercializaron COP\$331,744,908,973 a través de compras de internet pagadas con tarjeta crédito, débito o con débito a la cuenta bancaria. Dicho valor correspondió a un crecimiento del 26.51% respecto a las ventas registradas en el primer día sin IVA.

GRÁFICA 2: VALOR DIARIO DE LAS COMPRAS POR INTERNET



Nota: Solo se incluyen las transacciones de compra por internet que fueron pagadas a través de un medio financiero (tajeta de crédito, débito o con débito a la cuenta bancaria). Las ventas atribuibles al día sin IVA corresponden al número adicional de ventas al 19 de junio controlando por tendencia, estacionalidad y coyuntura del COVID-19.

Fuente: ACH, Credibanco Y Redeban.

CRECIMIENTO EN NÚMERO DE TX EL 3 DE JULIO RESPECTO AL 19 DE JUNIO

30,36%

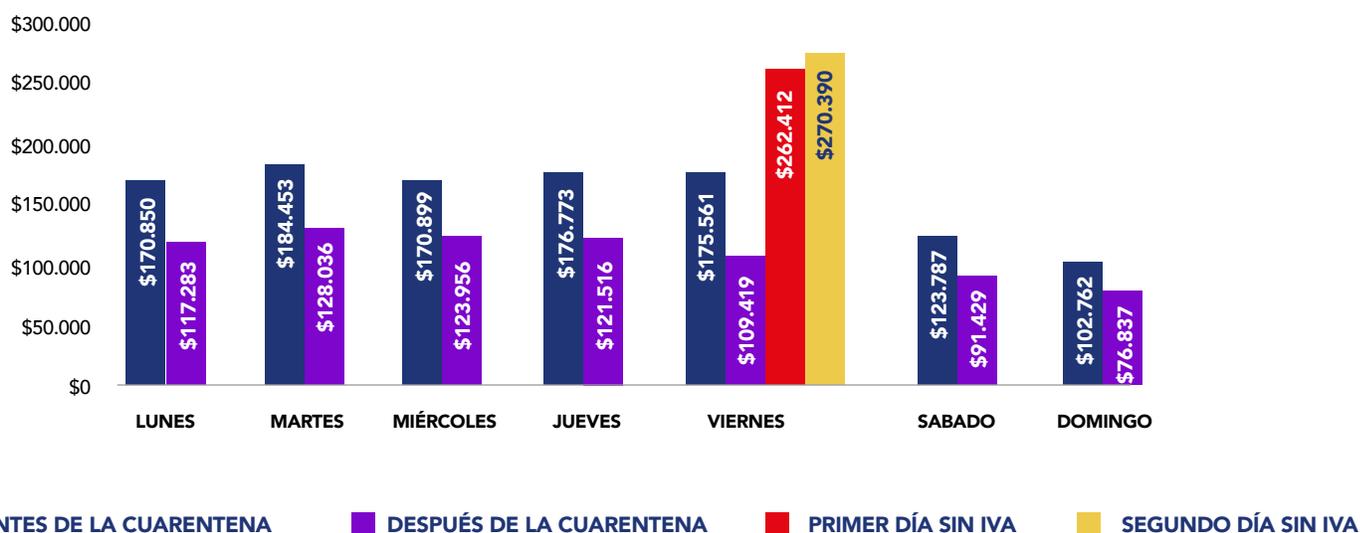
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS VENTAS ENTRE EL 3 DE JULIO Y 19 DE JUNIO

26,51%

En términos del ticket promedio, entre el primer día y segundo día sin IVA hubo un incremento del 3%, que se explica por el traslado de todas las compras de las categorías de electrodomésticos y tecnología al ámbito digital. La Gráfica 3, muestra el comportamiento del ticket promedio por día de la semana antes de la cuarentena, después de la cuarentena y los dos días sin IVA.

Inicialmente, lo más relevante es que antes de la cuarentena, en promedio, los viernes se registraba el tercer mayor ticket de la semana. Desde la cuarentena este comportamiento ha cambiado y ahora es el tercer ticket más bajo de la semana. Sin embargo, el día sin IVA, el ticket promedio fue 147% mayor a un viernes promedio durante la cuarentena y 54% mayor al de un viernes antes de la cuarentena.

GRÁFICA 3: TICKET PROMEDIO POR DÍA DE LA SEMANA ANTES DE LA CUARENTENA, DESPUÉS DE LA CUARENTENA Y LOS DOS PRIMEROS DÍAS SIN IVA



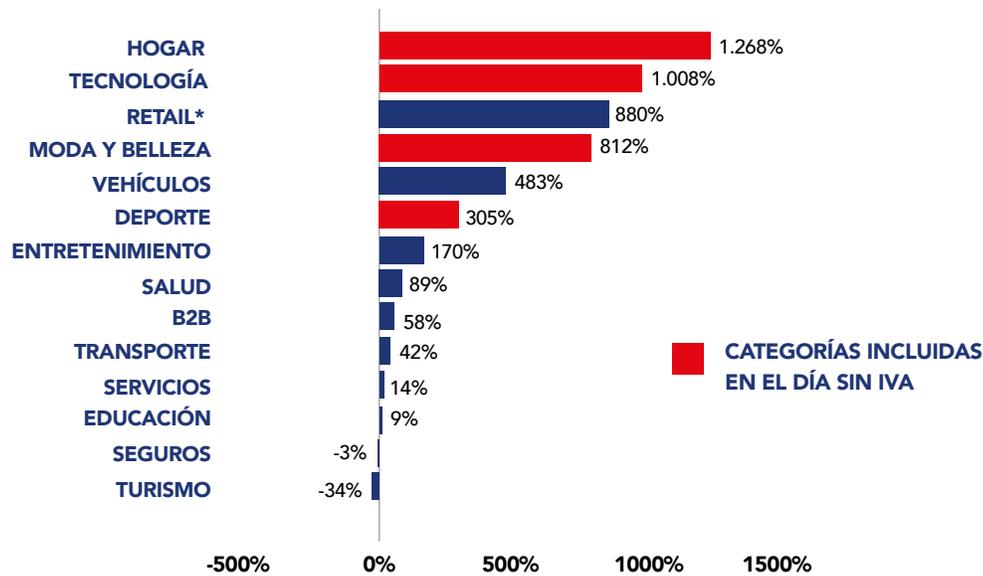
Nota: Solo se incluyen las transacciones de compra por internet que fueron pagadas a través de un medio financiero (tajeta de crédito, débito o con débito a la cuenta bancariadébito).

Fuente: ACH, Credibanco Y Redeban.

También es muy importante evaluar el desempeño del comercio electrónico a nivel de categoría. La Gráfica 4 muestra 14 categorías de productos y la variación de las ventas entre el viernes 26 de junio (viernes inmediatamente anterior como día estándar de ventas en comercio electrónico) y el viernes 3 de julio (día sin IVA). Se observa que hubo un crecimiento positivo en todas ellas, excepto en seguros y turismo. En las categorías con mayor

crecimiento, como es de esperarse, estuvieron aquellas que fueron incluidas en los días sin IVA: hogar (incluye electrodomésticos), con un crecimiento 1268%; tecnología, con un crecimiento del 1008%; moda y belleza, que creció 812%; y deportes, que registró un aumento de 305%. Además, la categoría Retail que incluye productos que también se encontraban sin IVA el 3 de julio, presentó un crecimiento del 880%.

GRAFICA 4: VARIACIÓN DE VENTAS POR CATEGORÍAS ENTRE EL 26 DE JUNIO Y EL 3 DE JULIO DE 2020



Fuente: Mercado Pago, Place to Pay, PayU y PayValida.

Finalmente, es muy importante ver que las jornadas del día sin IVA también están generando un impacto muy positivo en medios alternativos tanto de compra como de pago. En el caso de Rappi, en la primera jornada sin IVA, había logrado 12 veces las ventas promedio diarias. En esta segunda jornada habilitó la posibilidad de realizar pre-compras que fueron facturadas el 3 de julio, doblando tanto el número de las ventas realizadas el 19 de junio, así como el número de usuarios (los cuales, el 19 de junio habían sido 4 veces un día promedio).

Adicionalmente, en materia de pagos digitales, Daviplata registró un crecimiento del 217% de las

ventas procesadas respecto al viernes 26 de junio y un crecimiento del 49% respecto al primer día sin IVA.

Este comportamiento de los medios de compra y pago distintos a los canales de comercio electrónico tradicionales muestra que las jornadas del día sin IVA no solo están contribuyendo a la dinamización del consumo interno del país, sino que están impulsando la digitalización de los colombianos, inclusive en aquellos que no cuentan con productos financieros tradicionales. Esto permite acceder a los beneficios del comercio electrónico a un sector cada vez más amplio de la sociedad colombiana.



CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS VENTAS PROCESADAS
EL 3 DE JULIO RESPECTO AL 19 DE JUNIO

> **49%**

CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS VENTAS PROCESADAS
EL 3 DE JULIO RESPECTO AL 26 DE JUNIO

> **217%**



CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS VENTAS
ENTRE EL 3 DE JULIO Y EL 19 DE JUNIO

> **X2**

CRECIMIENTO EN NÚMERO DE USUARIOS
ENTRE EL 3 DE JULIO Y EL 26 DE JUNIO

> **X2**



Para más información sobre la CCCE, generación de información sectorial y los beneficios de estar afiliado contáctanos a **INFO@CCE.ORG.CO**

REALIZADO CON EL APOYO Y LA INFORMACIÓN DE:

