

TENDENCIA ■

¿Lo compro *online*?

Lo que parecía una moda ocasional ha pasado a ser un hábito común y corriente. Las compras en línea en Colombia han crecido en pocos años, y eventos como los Cyberdays y Hotsales forman apenas una parte de un ecosistema que no para de crecer.

UN NUEVO CLIENTE

Las empresas se han adaptado rápidamente a un entorno en el que algunas prácticas empiezan a quedar viejas. Ir a una tienda a que un asesor le ayude parece, visto desde ahora, una actividad condenada a la extinción. El acceso a internet y a dispositivos va en aumento, y en el país ya hay más de 21 millones de usuarios. Del mismo modo, crece el número de los que asimilan hábitos de compra electrónicos. De acuerdo con el Observatorio eCommerce, el 80 por ciento de los colombianos que utiliza internet en 13 de las principales ciudades del país busca y compara en línea algún producto que desea comprar.

● El **90 por ciento** prefiere recibir el producto en su domicilio.

● El **58 por ciento** de los compradores utiliza su teléfono celular.

● El **60 por ciento** es de estratos **3 y 4**.

75.000
MILLONES DE DÓLARES
es el valor estimado al que llegarán las compras virtuales en América Latina en 2020.



LOS SECTORES PREFERIDOS

En el mercado cotidiano, los productos más vendidos corresponden a:

- MODA 22 %**
- COMESTIBLES 14 %**
- TECNOLOGÍA 8 %**

Sin embargo, en los eventos especiales el panorama cambia:

- TECNOLOGÍA Y ELECTRÓNICA 36 %**
- MODA 17 %**
- VIAJES 15 %**

6.000

MILLONES DE DÓLARES en ventas electrónicas alcanzaría Colombia según la proyección para 2019.

UN MERCADO LOCAL

El Observatorio eCommerce señala que las empresas colombianas venden, en un 82 por ciento, en el mercado nacional.

Su directora técnica, Diana Marcela Rey, plantea que las razones son "la fidelización con ciertos comercios electrónicos y los costos de envío y logísticos". Además, otros fenómenos frenan su crecimiento:



ACCESO

Los internautas de estratos más altos participan con mayor frecuencia de la cadena de comercio electrónico, a causa de "aspectos como la capacidad adquisitiva y el nivel de penetración de internet".

TIEMPO DE ENTREGA

Las distancias son una molestia comprensible al realizar compras en línea. En promedio, las empresas colombianas entregan sus productos entre 2 y 6 días.



CALIDAD

Otro dilema de las compras en línea es no tener al frente del producto a comprar.

¿NEGOCIO EN LAS REDES?

En contravía de lo que se puede pensar, las ventas por Instagram, Facebook o WhatsApp, al no permitir el pago en línea, no constituyen comercio electrónico. Según Diana Marcela, "que este sea digital no quiere decir que sea comercio electrónico. Las redes funcionan como medios de divulgación, pero cuando en Instagram, por ejemplo, te envían un teléfono para hacer un giro, se rompe la cadena del comercio electrónico".

1,2

MILLONES DE COLOMBIANOS han realizado alguna actividad de comercio electrónico.

Fuentes: BlackSip, Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, Ceper, Michael Page, Observatorio eCommerce.



[...] cuando en Instagram, por ejemplo, te envían un teléfono para hacer un giro, se rompe la cadena del comercio electrónica.

Fuentes: BlackSip, Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, Ceper, Michael Page, Observatorio eCommerce. [...]

TENDENCIA

Lo que parecía una moda ocasional ha pasado a ser un hábito común y corriente. Las compras en línea en Colombia han crecido en pocos años, y eventos como los Cyberdays y Hotsales forman apenas una parte de un ecosistema que no para de crecer. UN NUEVO CUENTE Las empresas se han adaptado rápidamente a un entorno en el que algunas prácticas empiezan a quedar viejas. Ir a una tienda a que un asesor le ayude parece, visto desde ahora, una actividad condenada a la extinción. El acceso a internet y a dispositivos va en aumento, y en el país ya hay más de 21 millones de usuarios. Del mismo modo, crece el número de los que asimilan hábitos de compra electrónicos. De acuerdo con el Observatorio eCommerce, el 80 por ciento de los colombianos que utiliza internet en 13 de las principales ciudades del país busca y compara en línea algún producto que desea comprar.

El 90 por ciento prefiere recibir el producto en su domicilio. El 58 por ciento de los compradores utiliza su teléfono celular. El 60 por ciento es de estratos 3 y 4. LOS SECTORES PREFERIDOS En el mercado cotidiano, los productos más vendidos corresponden a: MODA 22 % COMESTIBLES 14 % TECNOLOGÍA 8 % Sin embargo, en los eventos especiales el panorama cambia: TECNOLOGÍA Y ELECTRÓNICA 36 % MODA 17 % VIAJES 15 %

UN MERCADO LOCAL El Observatorio eCommerce señala que las empresas Colombia rías venden, en un 82 por ciento, en el mercado nacional. Su directora técnica, Diana Marcela Rey, plantea que las razones son `la fidelización con ciertos comercios electrónicos y los costos de envío y logísticos`. Además, otros fenómenos frenan su crecimiento: ACCESO Los internautas de estratos más altos participan con mayor frecuencia de la cadena de comercio electrónico, a causa de `aspectos como la capacidad adquisitiva y el nivel de penetración de internet`. TIEMPO DE ENTREGA Las distancias son una molestia comprensible al realizar compras en línea. En promedio, las empresas colombianas entregan sus productos entre 2 y 6 días. CALIDAD Otro dilema de las compras en línea es no tener al frente del producto a comprar.

¿NEGOCIO EN LAS REDES? En contravía de lo que se puede pensar, las ventas por Instagram, Facebook o WhatsApp, al no permitir el pago en línea, no constituyen comercio electrónico. Según Diana Marcela, `que este sea digital no quiere decir que sea comercio electrónico. Las redes funcionan como medios de divulgación, pero cuando en Instagram, por ejemplo, te envían un teléfono para hacer un giro, se rompe la cadena del comercio electrónica.

Fuentes: BlackSip, Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, Ceper, Michael Page, Observatorio eCommerce.