

# INFORME PRIMER TRIMESTRE 2021

Bogotá, mayo 2021



# CÁMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

**Maria Fernanda Quiñones**

Presidente

**Álvaro Andrés Morales**

Gerente de Análisis Económico

**Angie López Lozano**

Directora de Estudios Económicos

**Ivan Mendoza Cambindo**

Coordinador de Análisis Económico

**Katherine Ramírez Cubillos**

Analista económico

**Eva María Ramírez Gomez**

Analista económico

**Sergio Salas**

Practicante

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



mercado  
pago



PlacetoPay



payválida



Redeban®

# TABLA DE CONTENIDO

---

## VENTAS EN LÍNEA .1

---

# 1

- 1.1 VALOR DE VENTAS EN LÍNEA .2
- 1.2 NÚMERO DE TRANSACCIONES DE VENTAS EN LÍNEA .4
- 1.3 CATEGORÍAS DE VENTAS EN LÍNEA .5
- 1.4 TICKET PROMEDIO DE VENTAS EN LÍNEA .7
- 1.5 ÍNDICE DE VENTAS EN LÍNEA RESPECTO AL COMERCIO TRADICIONAL .8

## TRANSACCIONES DIGITALES .8

---

# 2

- 2.1 VALOR DE LAS TRANSACCIONES .9
- 2.2 DIGITALES NÚMERO DE TRANSACCIONES DIGITALES .12

## TASA DE CONVERSIÓN PROMEDIO Y TASA DE REBOTE .15

---

# 3

## REFERENCIAS .16

---

# 4

# TABLA DE CONTENIDO

<b>FIGURA 1.</b> Valor de las ventas en línea primer trimestre 2019 – 2021: Desagregado por meses	<b>2</b>
<b>FIGURA 2.</b> Valor de las ventas en línea primer trimestre 2019 – 2021: Total	<b>3</b>
<b>FIGURA 3.</b> Número de transacciones de las ventas en línea primer trimestre 2019 – 2021: Desagregado por meses	<b>4</b>
<b>FIGURA 4.</b> Número de transacciones de las ventas en línea primer trimestre 2019 – 2021: Total	<b>5</b>
<b>FIGURA 5.</b> Comportamiento categorías comercio electrónico primer trimestre 2021	<b>6</b>
<b>FIGURA 6.</b> Variación mensual en las categorías de comercio electrónico primer trimestre de 2021	<b>6</b>
<b>FIGURA 7.</b> Ticket promedio de ventas en línea primer trimestre 2021 y dos trimestres anteriores.	<b>7</b>
<b>FIGURA 8.</b> Índice de ventas en línea respecto al comercio minorista sin combustibles.	<b>8</b>
<b>FIGURA 9.</b> Distribución del valor de transacciones digitales entre recaudo y venta en línea.	<b>9</b>
<b>FIGURA 10.</b> Valor de las transacciones digitales primer trimestre 2019 – 2021: Desagregado por meses	<b>10</b>
<b>FIGURA 11.</b> Variación y contribución a la variación del valor de las transacciones digitales	<b>11</b>
<b>FIGURA 12.</b> Valor de las transacciones digitales primer trimestre 2019 – 2021: Total	<b>11</b>
<b>FIGURA 13.</b> Distribución del número de transacciones digitales entre recaudo y venta en línea	<b>12</b>
<b>FIGURA 14.</b> Número de transacciones digitales primer trimestre 2019 – 2021: Desagregado por meses	<b>13</b>
<b>FIGURA 15.</b> Variación y contribución a la variación del número de transacciones digitales	<b>14</b>
<b>FIGURA 16.</b> Número de transacciones digitales primer trimestre 2019 – 2021: Total	<b>14</b>
<b>FIGURA 17.</b> Tasa de conversión primer trimestre 2021	<b>15</b>
<b>FIGURA 18.</b> Porcentaje de rebote por medio o fuente	<b>16</b>



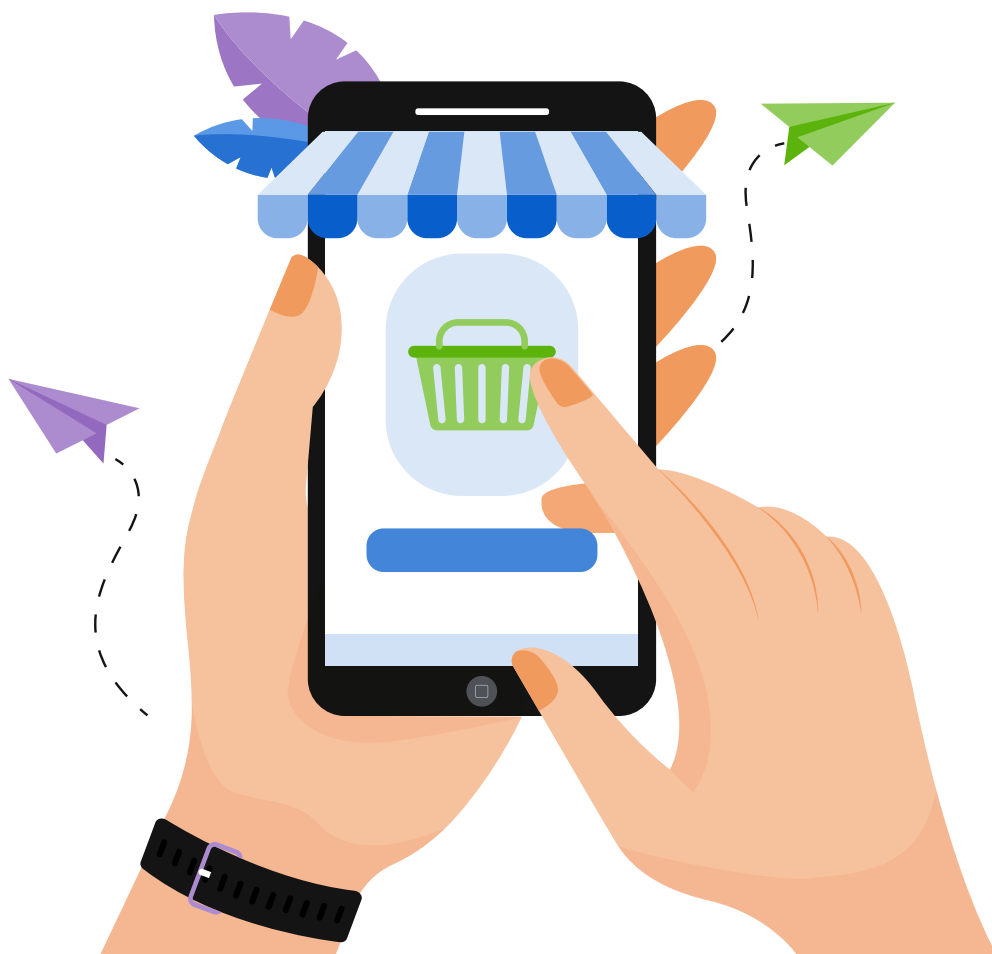
Durante el primer trimestre de 2021, las ventas en línea aumentaron 44,3 % y el número de transacciones un 78,7 % frente a lo observado en el mismo trimestre de 2020. De esta manera se mantiene el impulso, al menos durante el primer trimestre de 2021, del comportamiento observado durante 2020, en el que ventas y al número de transacciones realizadas a través de comercio electrónico mostraron un crecimiento del 30,6 % y 86,2 % respectivamente frente a lo observado en 2019.

## VENTAS EN LÍNEA

Las ventas en línea fueron mayores durante enero, febrero y marzo de 2021 en contraste a los valores observados en esos mismos meses durante 2019 y 2020. De esta forma, el total de las ventas en línea en el primer trimestre de 2021 incrementaron 44,3 % respecto al primer trimestre de 2020. Sin embargo, al comparar con el último trimestre de 2020 estas se redujeron 5,7 %.

Adicionalmente, el número de transacciones de ventas en línea durante enero, febrero y marzo de 2021 fue

mayor al número de transacciones de los mismos meses de 2019 y 2020. Lo anterior, se refleja en un crecimiento del total de transacciones en línea del primer trimestre de 2021 del 78,7 % respecto al primer trimestre de 2020. Así mismo, se observó un crecimiento del 5 % en comparación con lo observado en el último trimestre de 2020. Esto demuestra que, para el primer trimestre de 2021, el aumento del número de transacciones en línea fue superior a lo observado en ventas en línea, lo que se refleja en un ticket promedio de menor valor.



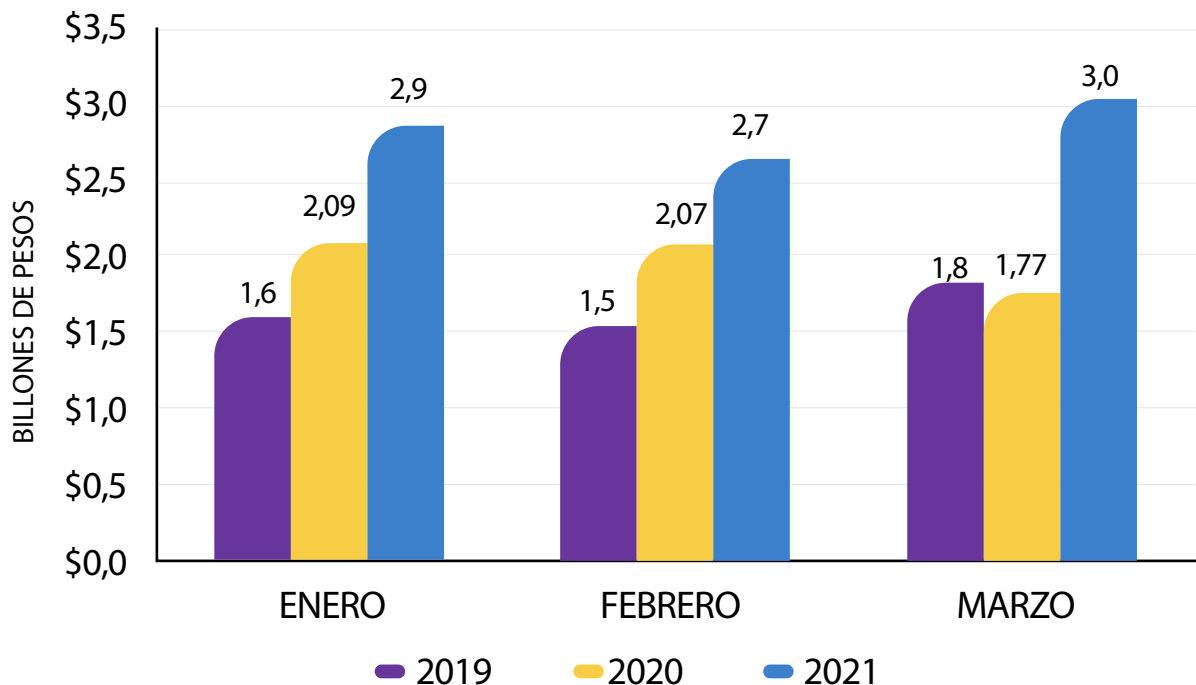


## VALOR DE VENTAS EN LÍNEA

La variación mensual de las ventas en línea durante el primer trimestre de 2021 fue de la siguiente manera: en enero disminuyeron 16,8 % en comparación con las registradas en diciembre de 2020; en febrero la reducción correspondió al 6,9 % respecto a enero de 2021 y en marzo se presentó un crecimiento del 13,6 % frente a lo observado en febrero del presente año.

El valor de las ventas en línea en enero de 2021 alcanzó un valor aproximado de COP 2,86 billones; es decir, incrementó 37,2 % respecto al mismo mes de 2020 y 78 % respecto a enero de 2019. Un comportamiento similar se observó en febrero de 2021, mes en el que el valor de ventas en línea aumentó 28,7 % respecto a febrero de 2020 y 73,1 % respecto a febrero de 2019. Por último, el crecimiento en marzo de 2021 fue de 71 % y de 66,1 % frente a marzo de 2020 y 2019 respectivamente.

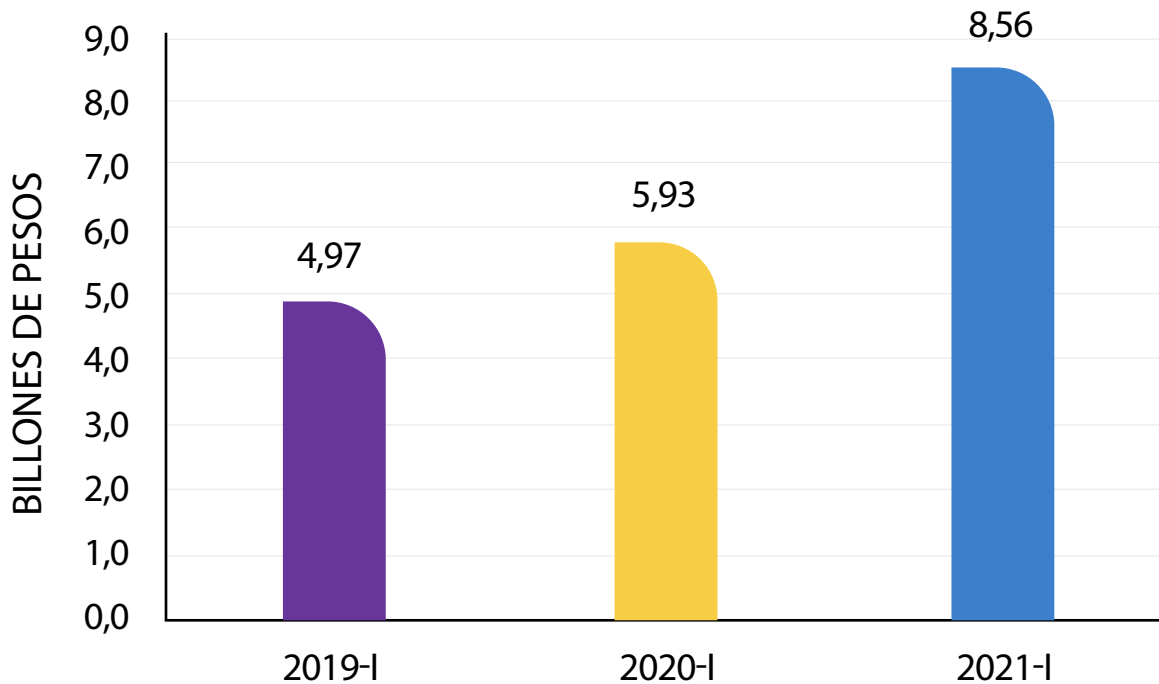
**Figura 1.** Valor de las ventas en línea primer trimestre 2019 – 2021: Desagregado por meses



**Fuente.** Diseño y cálculos de la CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

En resumen, el total de ventas en línea para el primer trimestre de 2021 fue aproximadamente de COP 8,56 billones, lo que se traduce en un aumento del 44,3 % respecto al primer trimestre de 2020 y de un 72% respecto al mismo trimestre de 2019. Cabe aclarar que respecto al trimestre anterior (cuarto trimestre de 2020) las ventas se redujeron 5,7 %.

**Figura 2.** Valor de las ventas en línea primer trimestre 2019 – 2021: Total



**Fuente.** Diseño y cálculos de la CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

Estos resultados ponen en evidencia que todos los valores mensuales de las ventas en línea del primer trimestre (**Ver Figura 1**) fueron mayores en 2021 a los observados durante 2019 y 2020. Además, el valor total del primer trimestre de 2021 también fue superior a las ventas del primer trimestre de 2019 y 2020 (**Ver Figura 2**). De manera similar, marzo de 2021 muestra mayor crecimiento respecto a enero y febrero de 2021, en comparación con lo observado los dos años previos. Finalmente, las ventas en línea durante enero, febrero y marzo de 2020 mostraron una tendencia decreciente; sin embargo, para febrero de 2019 y 2021 se muestra una reducción que se recupera prontamente en marzo.

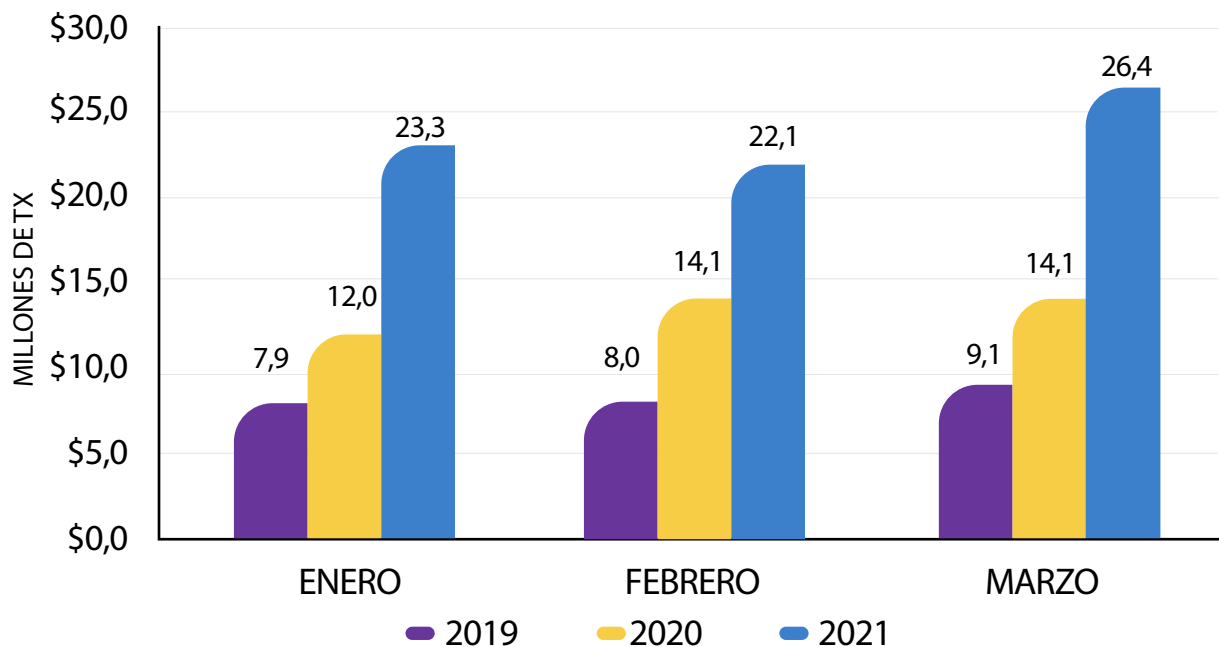


## NÚMERO DE TRANSACCIONES DE VENTAS EN LÍNEA

Durante el primer trimestre de 2021, se observó que en enero el número de transacciones de ventas en línea disminuyeron 8,8 % en comparación con lo registrado en diciembre de 2020; en febrero la reducción fue del 5,3 % respecto a enero de 2021 y para marzo las transacciones aumentaron 19,6 % frente a lo observado en febrero del presente año.

En enero de 2021 el total de transacciones de ventas en línea fue aproximadamente de 23,31 millones, es decir, aumentaron 94,6 % respecto al mismo mes de 2020 y 196,2 % respecto a enero de 2019. Un comportamiento similar se observó en febrero de 2021, cuyo número de transacciones aumentaron 56,3 % respecto a febrero de 2020 y 176,3 % respecto a febrero de 2019. Esta tendencia de crecimiento se mantuvo en marzo de 2021 respecto a 2020, con un crecimiento de 87,7 % y de 191,4 % frente a marzo de 2019, como muestra la Figura 3.

**Figura 3.** Número de transacciones de las ventas en línea primer trimestre 2019 – 2021: Desagregado por meses

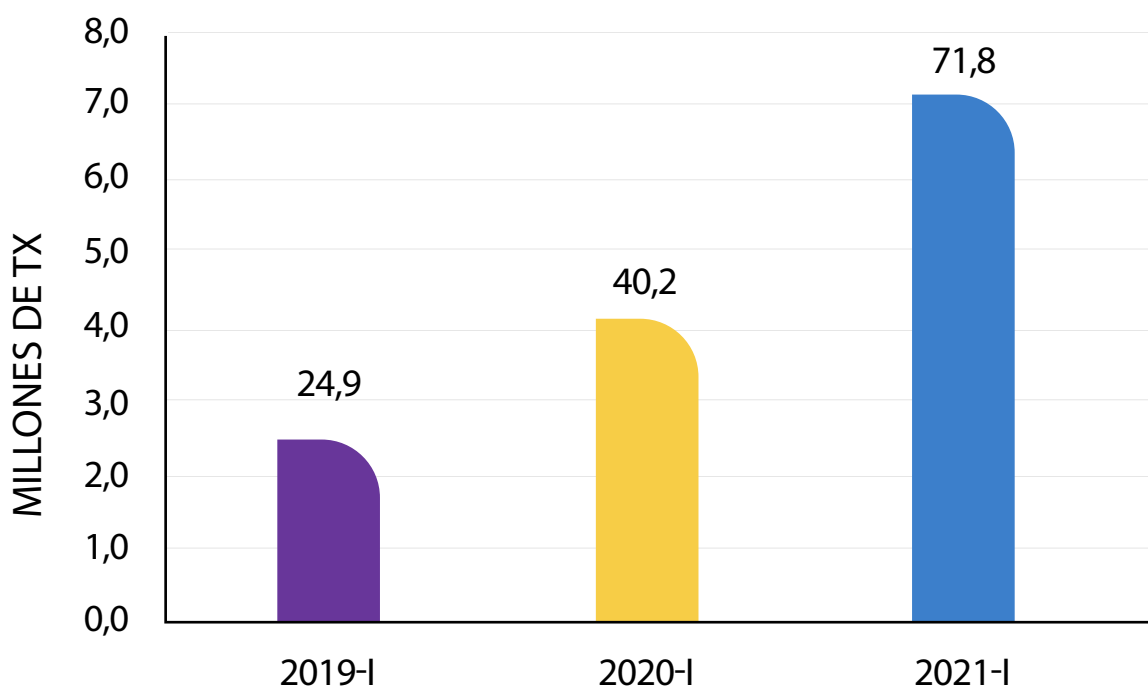


**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

En síntesis, el número total de transacciones de ventas en línea del primer trimestre de 2021 fue aproximadamente de 71,81 millones, lo que se traduce en un aumento del 78,7 % respecto al primer trimestre de 2020 y de 188 % frente al mismo trimestre de 2019. Cabe aclarar que respecto al trimestre anterior (cuarto trimestre de 2020) el número de transacciones aumentó 5 %.



**Figura 4.** Número de transacciones de las ventas en línea primer trimestre 2019 – 2021: Total



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

Estos datos permiten concluir que, al igual que ventas en línea, durante enero, febrero y marzo de 2021 se observó mayor número de transacciones en contraste con los valores observados en 2019 y 2020 (**Ver Figura 3**). Además, el número total de transacciones de venta en línea durante el primer trimestre de 2021 también fue superior al número de transacciones del primer trimestre de 2019 y 2020 (**Ver Figura 4**). Así, se muestra que la dinámica de crecimiento de las transacciones fue superior a la encontrada en ventas en línea, lo que se reflejará en un ticket promedio de menor valor, como se verá en una sección más adelante.

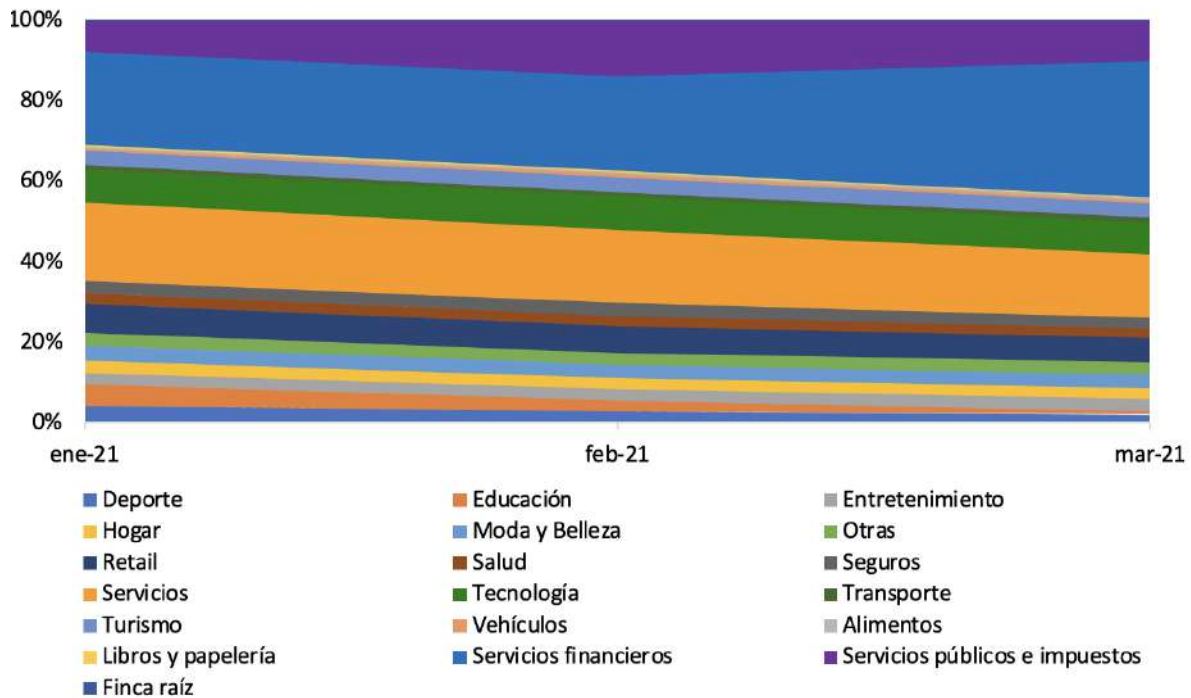
## **1.3** CATEGORÍAS DE VENTAS EN LÍNEA

En lo referente a la participación de las categorías en el total de las ventas en línea durante el primer trimestre de 2021, se destacan Servicios, Servicios Financieros, y Servicios públicos e impuestos. En conjunto representan cerca del 50 % de todas las categorías durante enero y cuya participación incrementa levemente durante febrero y marzo.

Turismo también resalta al empezar el primer trimestre de 2021 con una participación de 3,4 % e incrementar durante febrero y marzo, de modo que cierra el primer trimestre de 2021 con una participación de 3,7 %. Esto se entiende como un signo de recuperación de las ventas de este sector a través de comercio electrónico, que por la pandemia experimentada en 2020 vivió una recesión significativa.

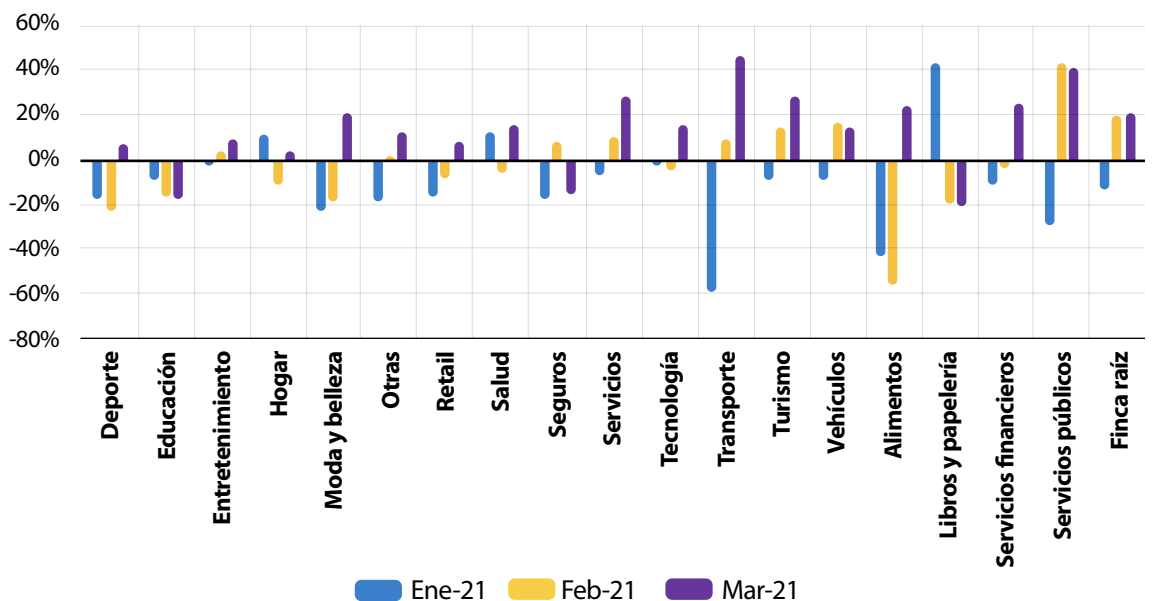
Los cambios específicos por categoría durante el primer trimestre de 2021 se observan en la **Figura 6**, en la que se detalla que el sector turismo presenta una variación positiva en febrero y en marzo, mes en el que alcanza un crecimiento de 28 %. Categorías como Deporte, Moda y Belleza, Retail, Servicios Financieros y Alimentos tienen una tendencia similar a la presentada anteriormente frente a las ventas y número de transacciones totales en línea en el primer trimestre pues, presentan variaciones negativas durante enero y febrero y se recuperan en marzo.

**Figura 5.** Comportamiento categorías comercio electrónico primer trimestre 2021



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Pay U, Mercado Pago y Place to Pay (2021)

**Figura 6.** Variación mensual en las categorías de comercio electrónico primer trimestre de 2021



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Pay U, Mercado Pago y Place to Pay (2021)



## TICKET PROMEDIO DE VENTAS EN LÍNEA

El ticket promedio trimestral de las ventas en línea fue de COP 119.195 en el primer trimestre de 2021, representando una reducción de 10 % respecto al último trimestre de 2020 y una disminución de 19,2 % respecto al primer trimestre de 2020.

En efecto, el ticket en enero de 2021 se redujo 8,9 % respecto al ticket promedio de diciembre de 2020. Para febrero de 2021 el ticket promedio disminuyó 1,7 % frente al ticket de enero de 2020. Y, para marzo de 2021, el ticket mostró una reducción de 5 % en comparación con el ticket promedio de febrero de 2021.

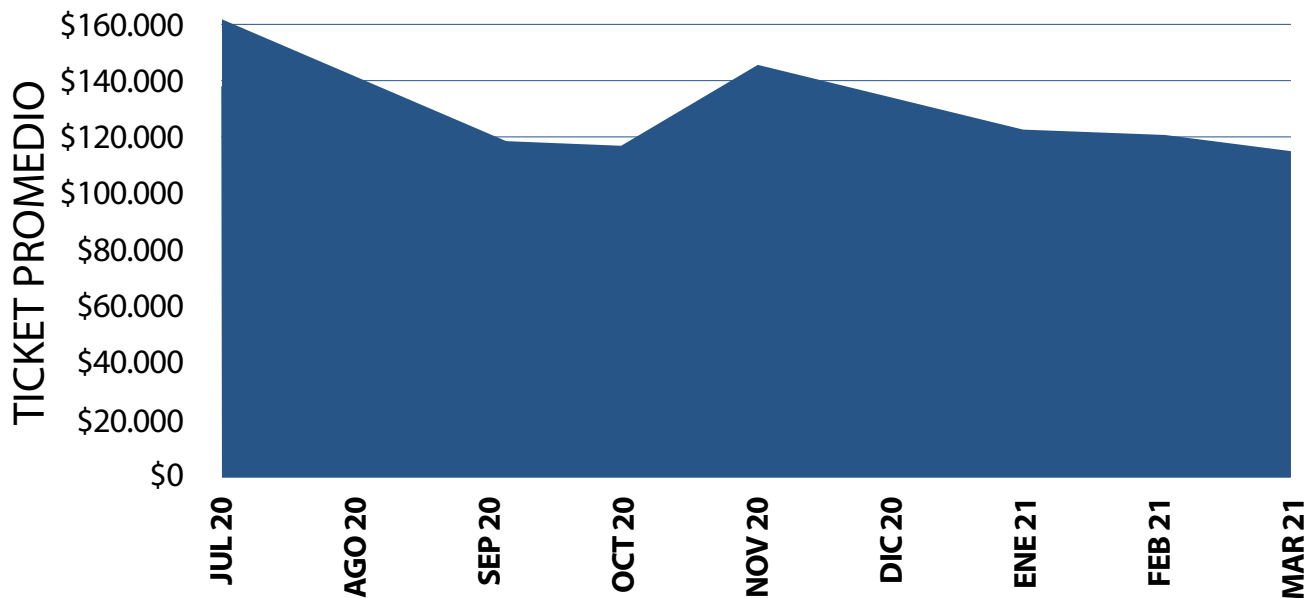
En cuanto a la variación respecto al mismo mes de 2020, el ticket en enero de 2021 se redujo 29,5 %. El ticket promedio de febrero de 2021 disminuyó 17,7 % en comparación con febrero de 2020 y el ticket de marzo de

2021 tuvo una reducción 8,9 % en comparación con el ticket promedio de marzo de 2020.

De este modo, se mantiene la tendencia decreciente mostrada por el ticket promedio de ventas en línea durante 2020, como se ve en **Figura 5**. De julio a agosto de 2020 se mostró una reducción del ticket, ubicándose aproximadamente en COP 115.000, valor alrededor del cual oscila durante septiembre y octubre. Durante noviembre incrementa a COP 145.351, momento a partir del cual empieza a decrecer hasta el último valor observado en marzo de 2021, como muestra la **Figura 7**.

Esto es consecuencia de la dinámica de crecimiento mayor del número de transacciones en contraste con el valor de las ventas en línea y del cambio en las preferencias de los consumidores, que adquieren cada vez más productos de menor valor a través de internet.

**Figura 7.** Ticket promedio de ventas en línea primer trimestre 2021 y dos trimestres anteriores.



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

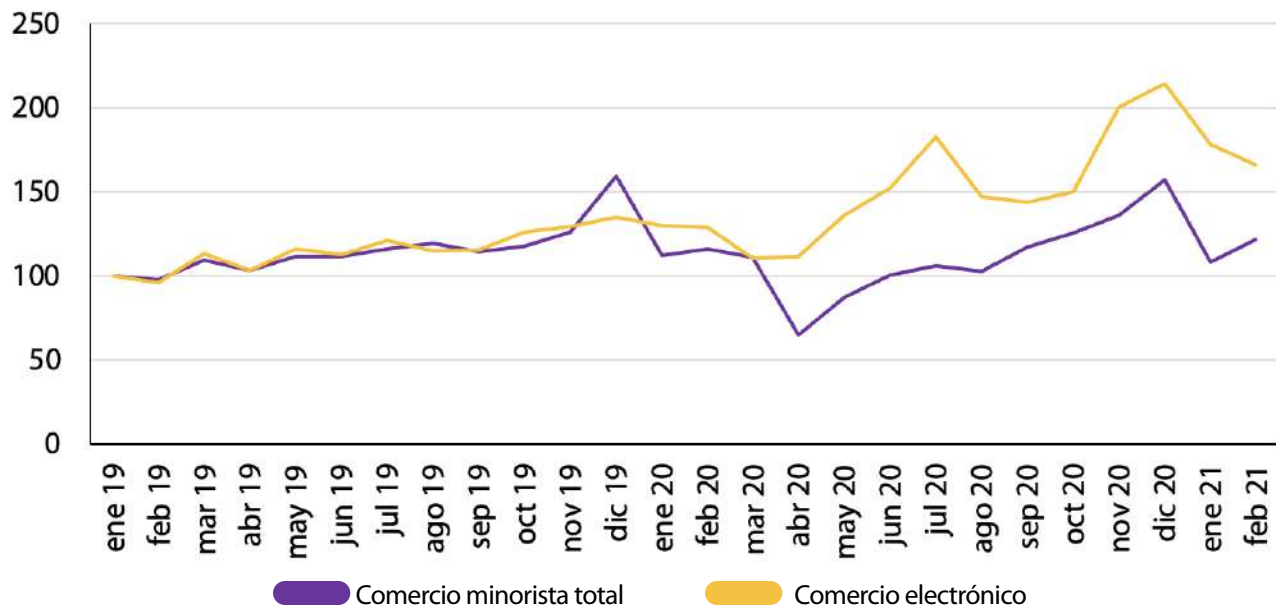


## ÍNDICE DE VENTAS EN LÍNEA RESPECTO AL COMERCIO TRADICIONAL

Cuando se contrasta el comportamiento del comercio minorista sin combustibles con el comercio electrónico se evidencia la contracción en estas actividades económicas de diciembre 2020 a enero de 2021. Para febrero de 2021, el índice de comercio minorista muestra un leve repunte (**Ver Figura 8**), que no sucede de igual forma para el índice de comercio electrónico, lo que se puede relacionar con las aperturas del comercio tradicional que han hecho regresar parte de las transacciones hechas por internet al canal físico.

Se espera una desaceleración del crecimiento del comercio electrónico durante 2021, dado que se estima que el valor de las ventas en línea crecerá 16 % en comparación con el 2020, año en el cual se presentó un crecimiento del 30,6 % en comparación con el 2019.

**Figura 8.** Índice de ventas en línea respecto al comercio minorista sin combustibles.



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

## 2. TRANSACCIONES DIGITALES

Las transacciones digitales son entendidas como la suma de: i) ventas en línea, que abarca las transacciones que se realizan con el fin de comprar y vender bienes y servicios entre empresas y consumidores de forma no presente y ii) recaudo, que contempla las transacciones que son pactadas fuera de internet, pero pagadas a través del canal digital, tales como impuestos y servicios públicos.

El valor total de las transacciones digitales del primer trimestre aumentó 19,5 % en comparación con lo observado en el cuarto trimestre de 2020, e incrementó 32,2 % respecto al primer trimestre de 2020. Además, dada la mayor participación del recaudo en la distribución del valor de las transacciones digitales (cerca del 90%), los cambios reflejados en estas últimas siguen la dinámica del valor del recaudo.

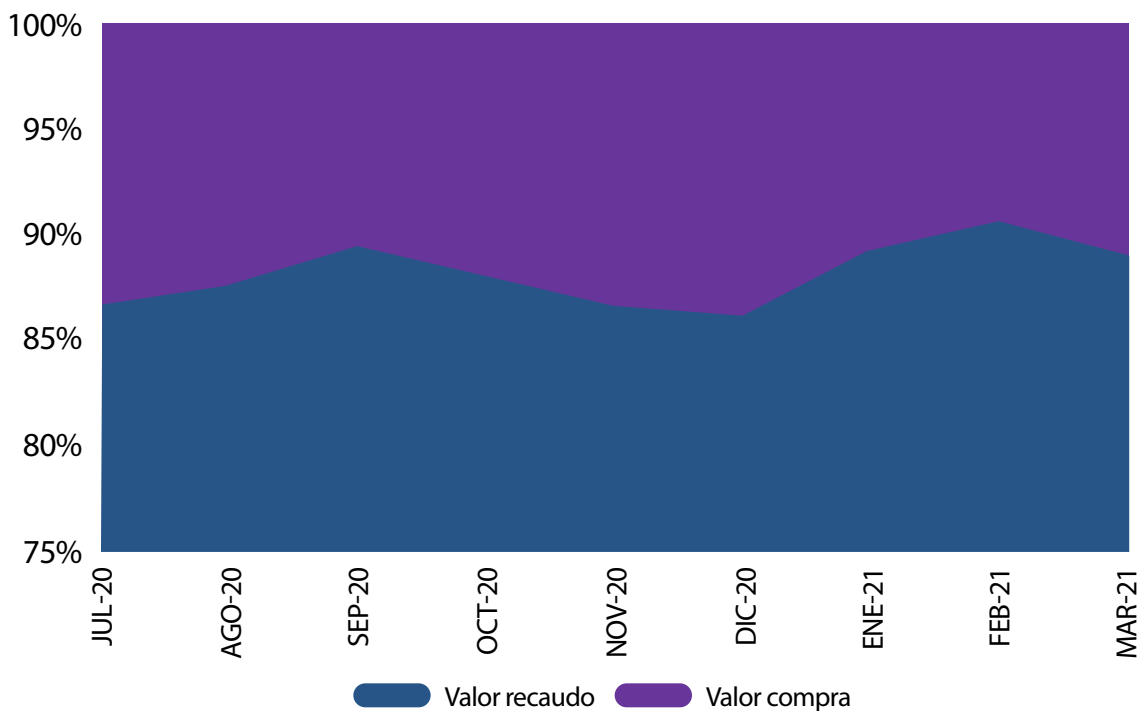
En cuanto al número total de las transacciones digitales del primer trimestre de 2021, este incrementó 7,6 % en comparación con lo observado

en el último trimestre de 2020 y creció 92,4 % respecto al primer trimestre de 2020, de modo que el número de transacciones digitales en enero, febrero y marzo de 2021 fue superior a los vistos en 2019 y 2020, al igual que el número trimestral total. Además, por la distribución balanceada entre recaudo y ventas en línea que se presenta en el número de transacciones, a diferencia del comportamiento en el valor total, la contribución a la variación de las transacciones fue similar entre recaudo y ventas, aunque algo superior para las últimas.

## 2.1 VALOR DE LAS TRANSACCIONES DIGITALES

La distribución del valor de las transacciones digitales ha estado típicamente concentrada en recaudo. Como muestra la **Figura 9**, para el primer trimestre de 2021 el porcentaje correspondiente a recaudo aumentó frente a lo observado en el último trimestre de 2020; de manera que, en febrero de 2021 alcanzó una participación en el valor de las transacciones digitales de 90,8 % mientras que ventas en línea fue de 9,2 %.

**Figura 9.** Distribución del valor de transacciones digitales entre recaudo y venta en línea.



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

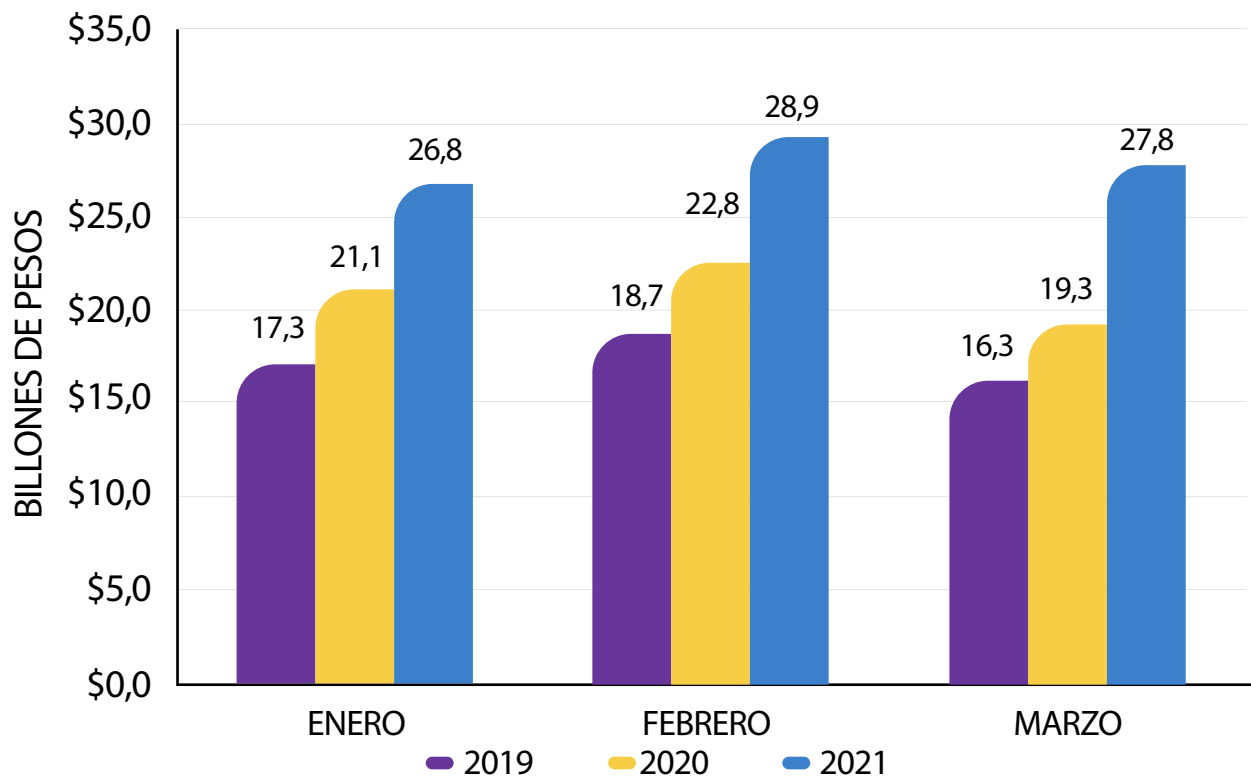
En cuanto a la variación mensual durante el primer trimestre de 2021, se observó que el valor de transacciones digitales en enero creció 5,8 % en comparación con lo registrado en diciembre de 2020; a dicha variación, el recaudo contribuyó 8,1 % y ventas en línea -2,3 %. Para febrero de 2021, el valor de las transacciones digitales mostró un incremento de 7,9 % respecto a enero de 2021, para la cual recaudo contribuyó 8,6 % y las ventas en línea -0,7 %. Por último, la variación de marzo de 2021 fue de -3,8 % frente a lo observado en febrero de 2021, producto de la contracción del recaudo, que contribuyó con -5 % y el aumento de las ventas en línea, la cual contribuyó 1,3 % a la variación de las transacciones digitales durante ese mes.

Como muestra la **Figura 11**, las variaciones del valor de las transacciones digitales en su mayoría son determinadas por los cambios en el valor del recaudo, mientras que venta en línea aporta muy poco a la

tendencia de la variación. En concreto, durante el primer trimestre de 2021, en enero y febrero, el aumento del valor de las transacciones está relacionado con una contribución positiva del recaudo, a pesar de la contribución negativa de las ventas en línea. Para marzo, la reducción del valor de las transacciones digitales sigue la tendencia del recaudo con su contribución negativa, mientras que las ventas en línea cambian su tendencia y contribuyen positivamente a la variación de las transacciones.

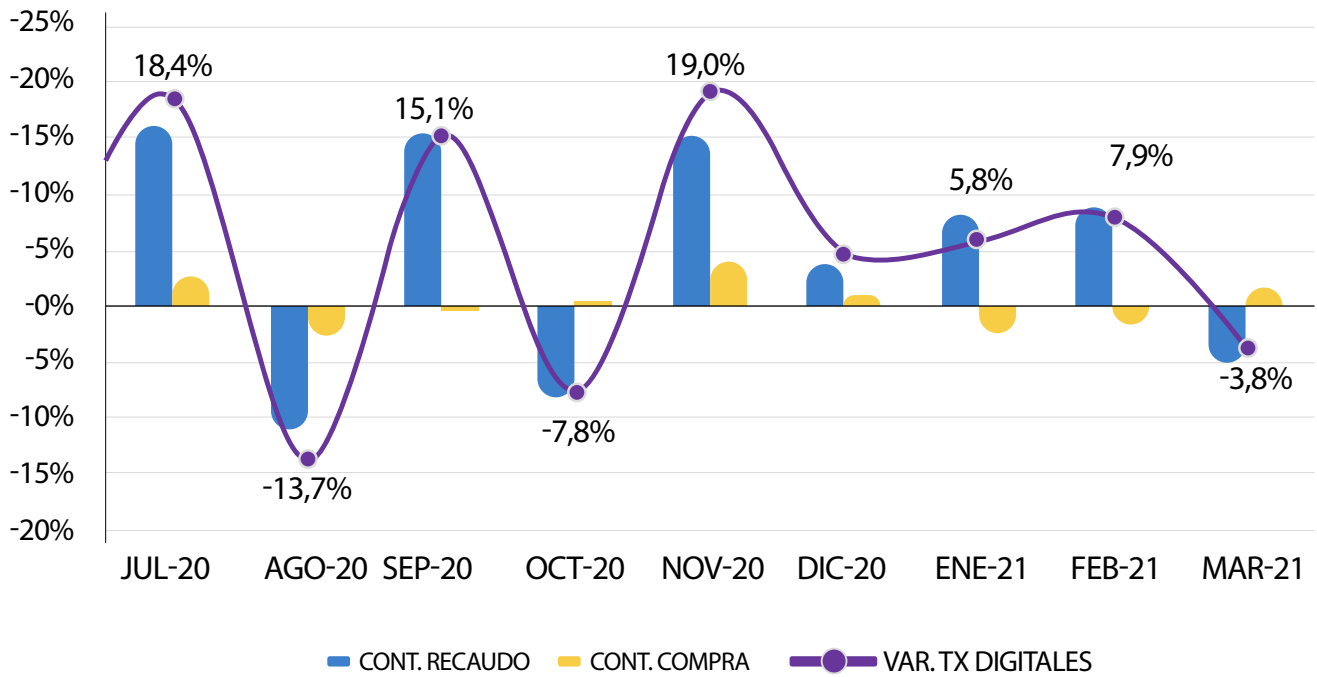
En concreto, las transacciones digitales durante enero de 2021 alcanzaron un valor aproximado de COP 26,81 billones; es decir, aumentaron 26,9 % respecto al mismo mes de 2020 y 55,3 % respecto a enero de 2019. Un comportamiento similar se observó en febrero de 2021, cuyo valor de transacciones digitales incrementó 27,2 % respecto a febrero de 2020 y 54,3 % respecto a febrero de 2019. Por último, el crecimiento en marzo de 2021 respecto a 2020 fue de 44 % y de 71,1 % frente a 2019.

**Figura 10.** Valor de las transacciones digitales primer trimestre 2019 – 2021: Desagregado por meses



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

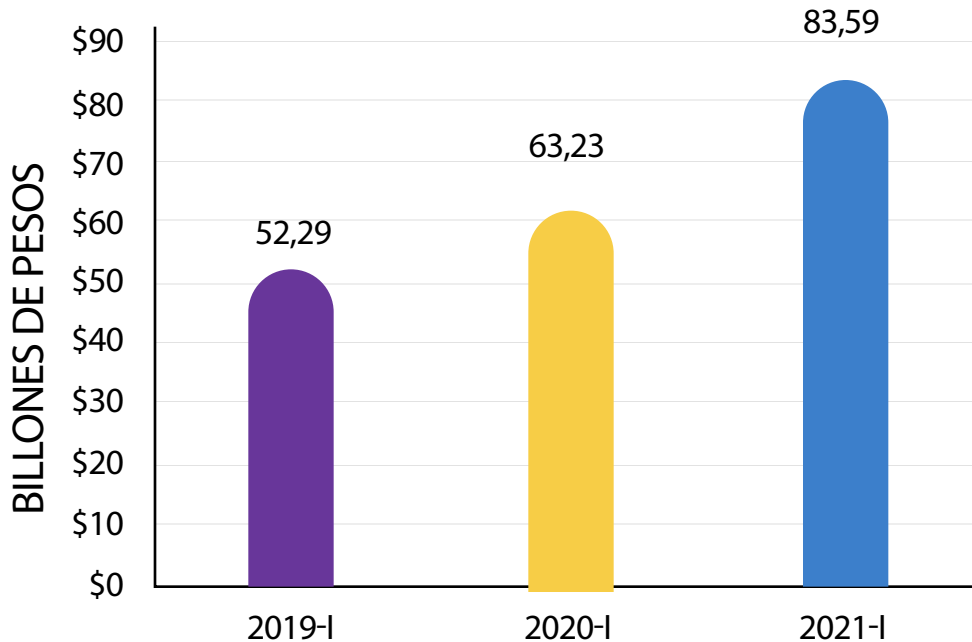
**Figura 11.** Variación y contribución a la variación del valor de las transacciones digitales



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

En resumen, el valor total de las transacciones digitales del primer trimestre de 2021 fue aproximadamente COP 83,58 billones, lo que se traduce en un aumento del 32,2 % respecto al primer trimestre de 2020 y de 59,8 % frente al mismo trimestre de 2019.

**Figura 12.** . Valor de las transacciones digitales primer trimestre 2019 – 2021: Total



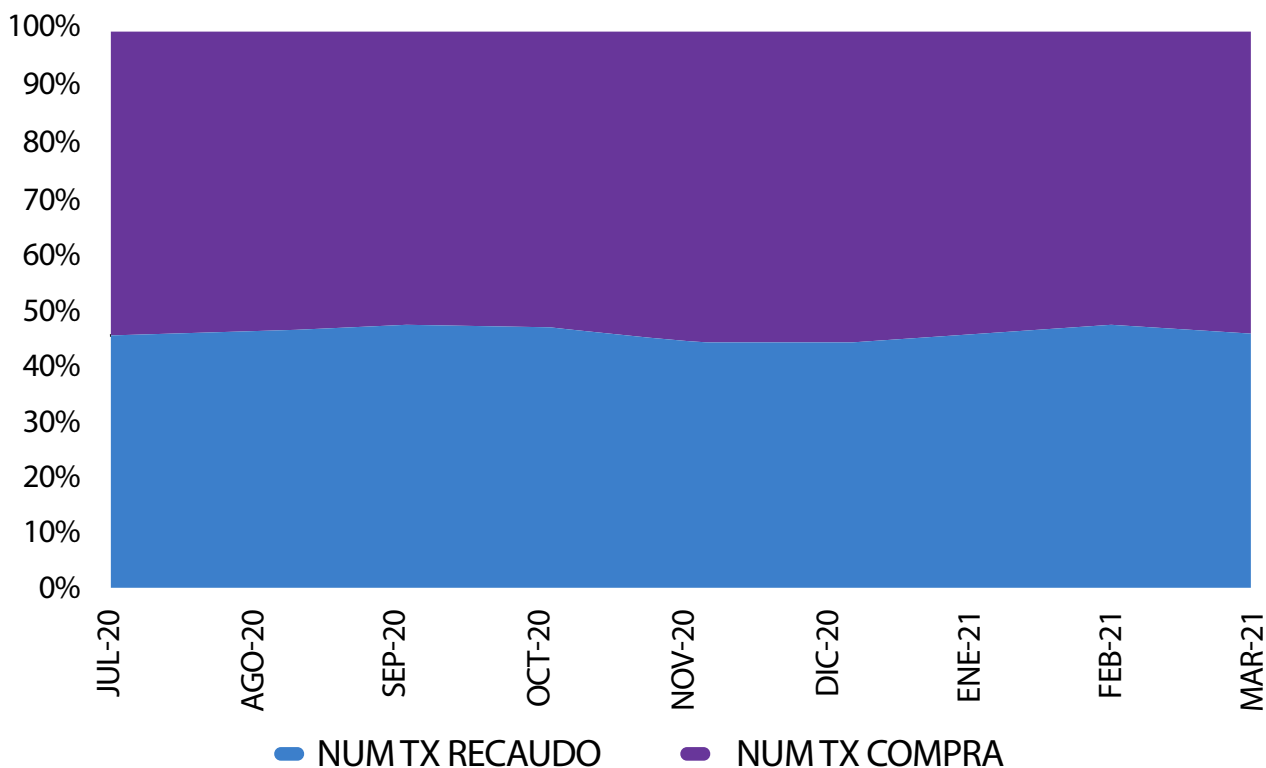
**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

Los anterior, permite concluir que, dada la mayor participación del recaudo en la distribución del valor de las transacciones digitales, los cambios reflejados en estas últimas siguen la dinámica del valor de recaudo, con poca influencia del valor de venta en línea (**Ver Figura 10**). Además, la variación entre enero y febrero de los tres años considerados es positiva, mientras que marzo de 2019, 2020 y 2021 se evidencia una reducción respecto al valor observado en febrero. Finalmente, los valores trimestrales totales de 2021 son superiores a los valores del primer trimestre de 2019 y 2020.

## NÚMERO DE TRANSACCIONES DIGITALES

La distribución del número de las transacciones entre recaudo y venta en línea históricamente se ha ubicado alrededor del 50 % para cada categoría. En efecto, para enero de 2021 el porcentaje de transacciones digitales correspondiente a recaudo fue de 46 %, mientras que venta en línea obtuvo 54 % del total, cerrando el trimestre en marzo de 2021 con la misma distribución (**Ver Figura 13**).

**Figura 13.** Distribución del número de transacciones digitales entre recaudo y venta en línea



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

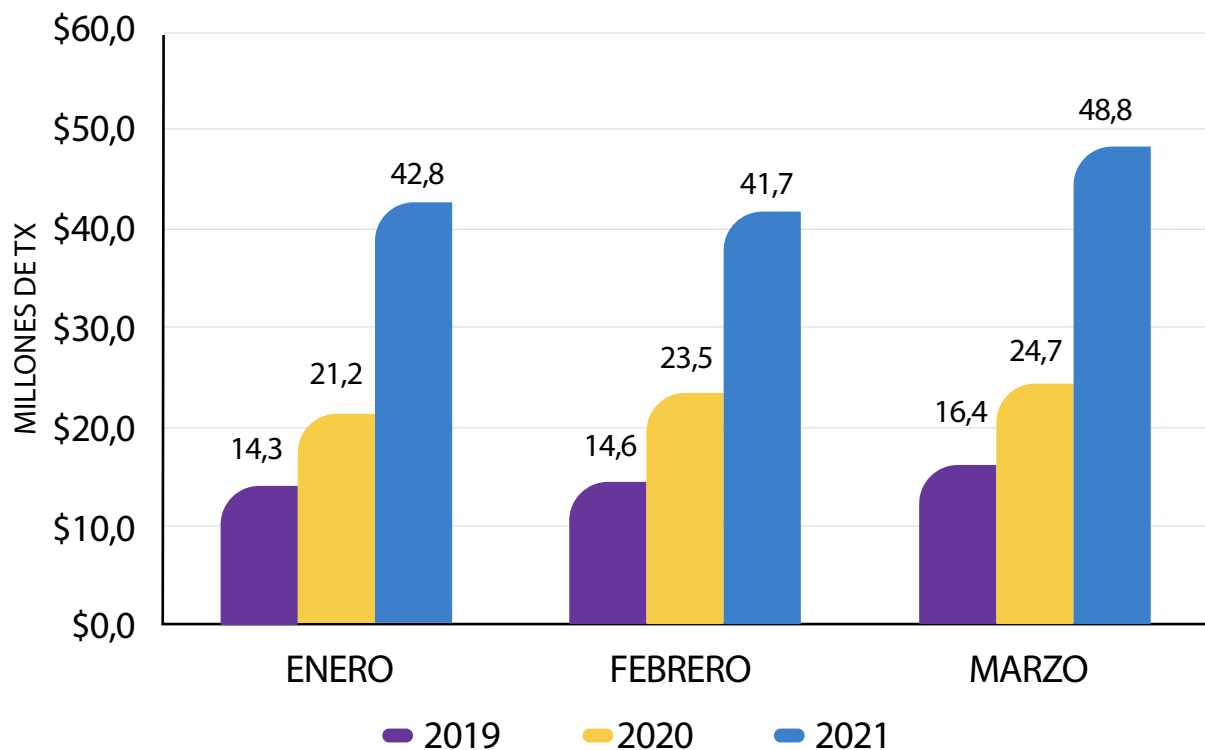


Por un lado, se observó que el número de transacciones digitales en enero se redujo 6,3 % en comparación con lo registrado en diciembre de 2020; de dicha variación de enero de 2021, recaudo contribuyó -1,4 % y ventas en línea -4,9 %. Para febrero de 2021, el valor de las transacciones digitales mostró una disminución de 2,6 % respecto a enero de 2021, para la cual recaudo exhibió una contribución de 0,3 % y ventas en línea -2,9 %. Por último, la variación de marzo de 2021 fue de 17 % frente a lo observado en febrero de 2021, en la que recaudo contribuyó 6,7 % y ventas en línea 10,4 % a tal variación.

A diferencia de lo observado para el valor de las transacciones digitales, la distribución en el número de transacciones hace que las contribuciones a la variación sean más equilibradas. Como se evidencia en la **Figura 15**, durante el primer trimestre de 2021, en enero y febrero, la disminución del valor de las transacciones está relacionada con una contribución negativa del recaudo y, en mayor medida, de las ventas en línea. Para marzo, el aumento del valor de las transacciones digitales esta caracterizada por una contribución positiva tanto del recaudo como de las ventas en línea.

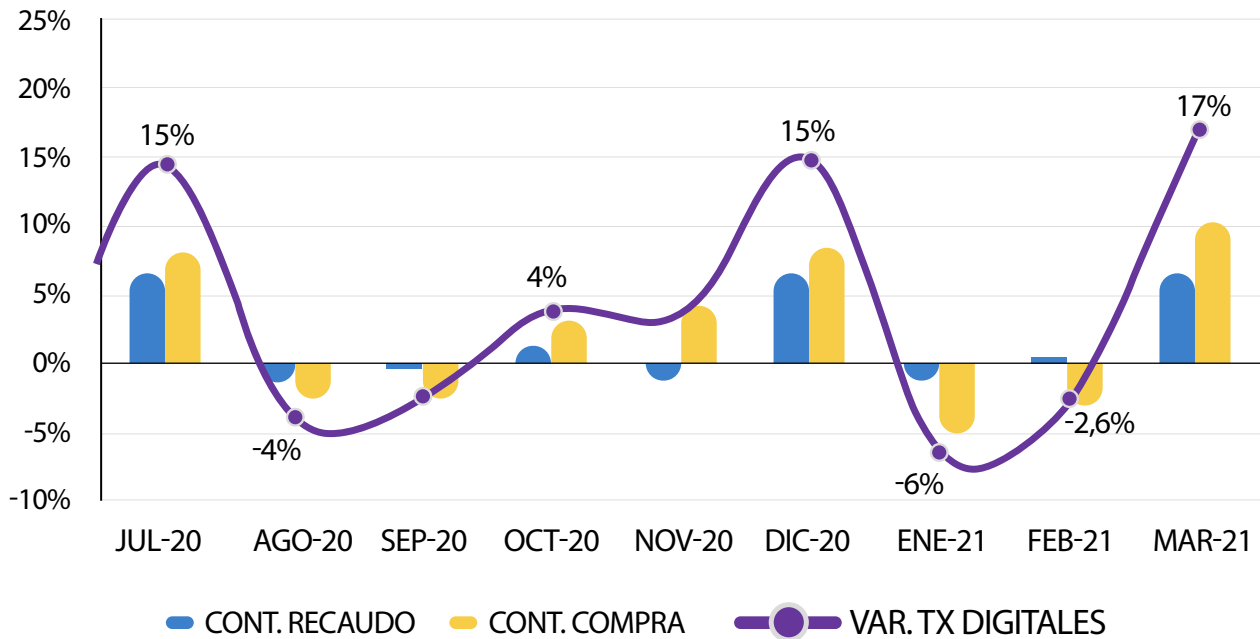
Más específicamente, el número de transacciones digitales durante enero de 2021 fue aproximadamente 42,82 millones; es decir, aumentó 102 % respecto al mismo mes de 2020 y 199,1 % respecto a enero de 2019. Un comportamiento similar se observó en febrero de 2021, pues el valor de transacciones digitales incrementó 77,7 % respecto a febrero de 2020 y 186,5 % respecto a febrero de 2019. Por último, el crecimiento en marzo de 2021 respecto a 2020 fue de 97,9 % y de 197,2 % frente a marzo de 2019.

**Figura 14.** Número de transacciones digitales primer trimestre 2019 – 2021: Desagregado por meses



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

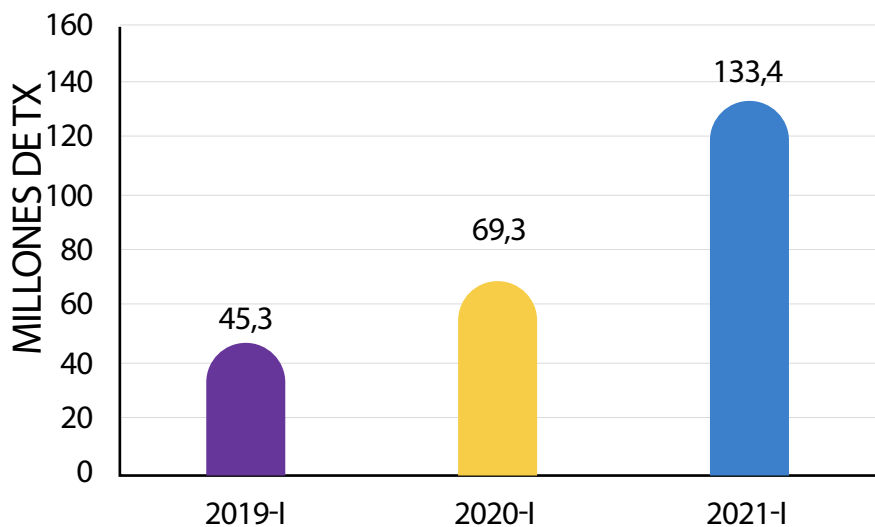
**Figura 15.** Variación y contribución a la variación del número de transacciones digitales



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

En síntesis, el número total de las transacciones digitales del primer trimestre de 2021 fue de 133,37 millones, lo que se traduce en un aumento del 92,4 % respecto al primer trimestre de 2020 y de 194,4 % frente al mismo trimestre de 2019. Cabe aclarar que respecto al trimestre anterior (cuarto trimestre de 2020) el número total de transacciones digitales aumentaron 7,6 %.

**Figura 16.** Número de transacciones digitales primer trimestre 2019 – 2021: Total



**Fuente.** Diseño y cálculos CCCE con información de Credibanco, Redeban y ACH sobre transacciones de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 & 2021)

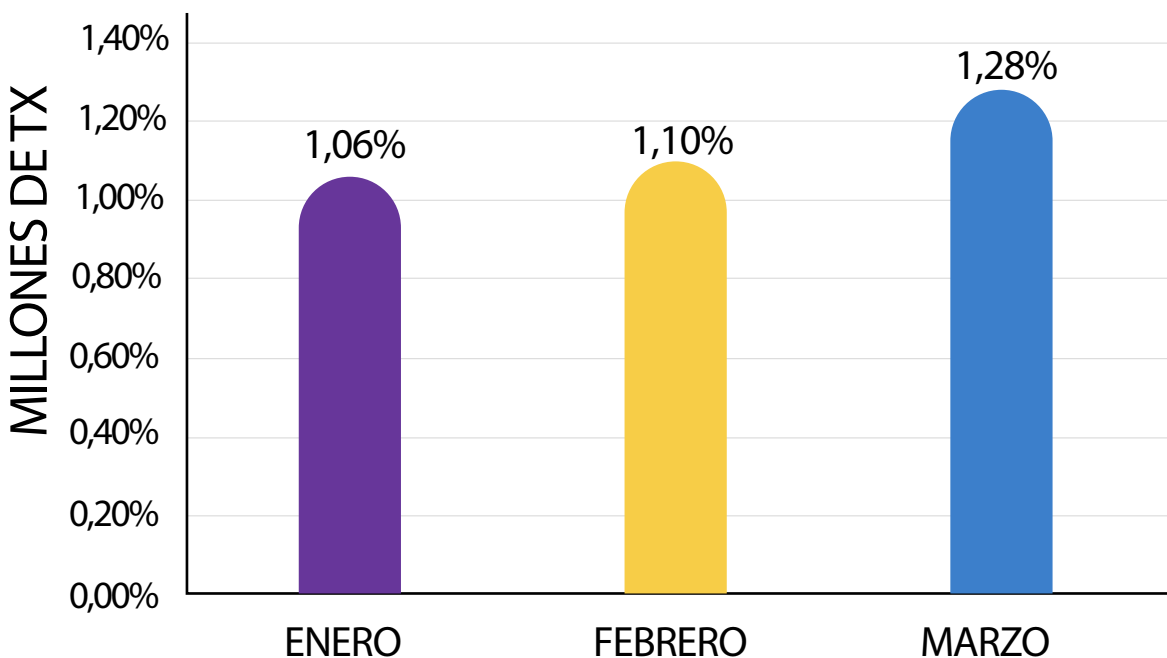
Los hallazgos revelan que el número de transacciones digitales en todos los meses del primer trimestre de 2021 es superior a los vistos en 2019 y 2020, al igual que el número trimestral total. Finalmente, la distribución balanceada entre recaudo y ventas en línea llevó a que la contribución a la variación fuera similar entre dichas categorías, aunque superior para ventas en línea.

# 3.

## TASA DE CONVERSIÓN PROMEDIO Y TASA DE REBOTE

La tasa de conversión se refiere al porcentaje de visitas en una página web o tienda online que se convierten en compras, por lo cual es un dato de vital importancia para los comercios. De esta manera, según los datos suministrados por la empresa ICOMM, durante el primer trimestre de 2021, la tasa de conversión promedio fue de 1,15%, descomponiéndose así: en enero correspondió al 1,06%, en febrero a 1,10% y en marzo a 1,28%, este último impulsado por el evento de activación de ventas Hot Sale, que tuvo lugar del 24 al 26 de marzo de 2021.

Figura 17. Tasa de conversión primer trimestre 2021



Fuente. CCCE con información de ICOMM (2021)

Por otro lado, el porcentaje de rebote muestra el número de personas que salen de la página web o tienda online sin haber hecho al menos un clic. Durante el primer trimestre de 2021 el canal con mayor porcentaje de rebote fue Google CPC con 41 %, seguido por Direct con 40 %. Las fuentes o canales con tasa de rebote más pequeñas fueron Email Marketing y Organic, como muestra la **Figura 18**.

Figura 18. Porcentaje de rebote por medio o fuente



Fuente. Diseño CCCE con información de ICOMM (2021)

# 4

## REFERENCIAS

Credibanco, Redeban, ACH (2020 & 2021). Valor y número de transacciones digitales, recaudo y venta en línea.

ICOMM (2021). Tasa de conversión y porcentaje de rebote.

Pay U, Place to Pay, Mercado Pago (2021). Categorías de ventas de comercio electrónico.



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

[info@cce.org.co](mailto:info@cce.org.co)

+57 (1) 300 4537 / +57 (320) 425 8673

Carrera 10 # 97a - 13 ofic. 304 Bogotá - Colombia

