

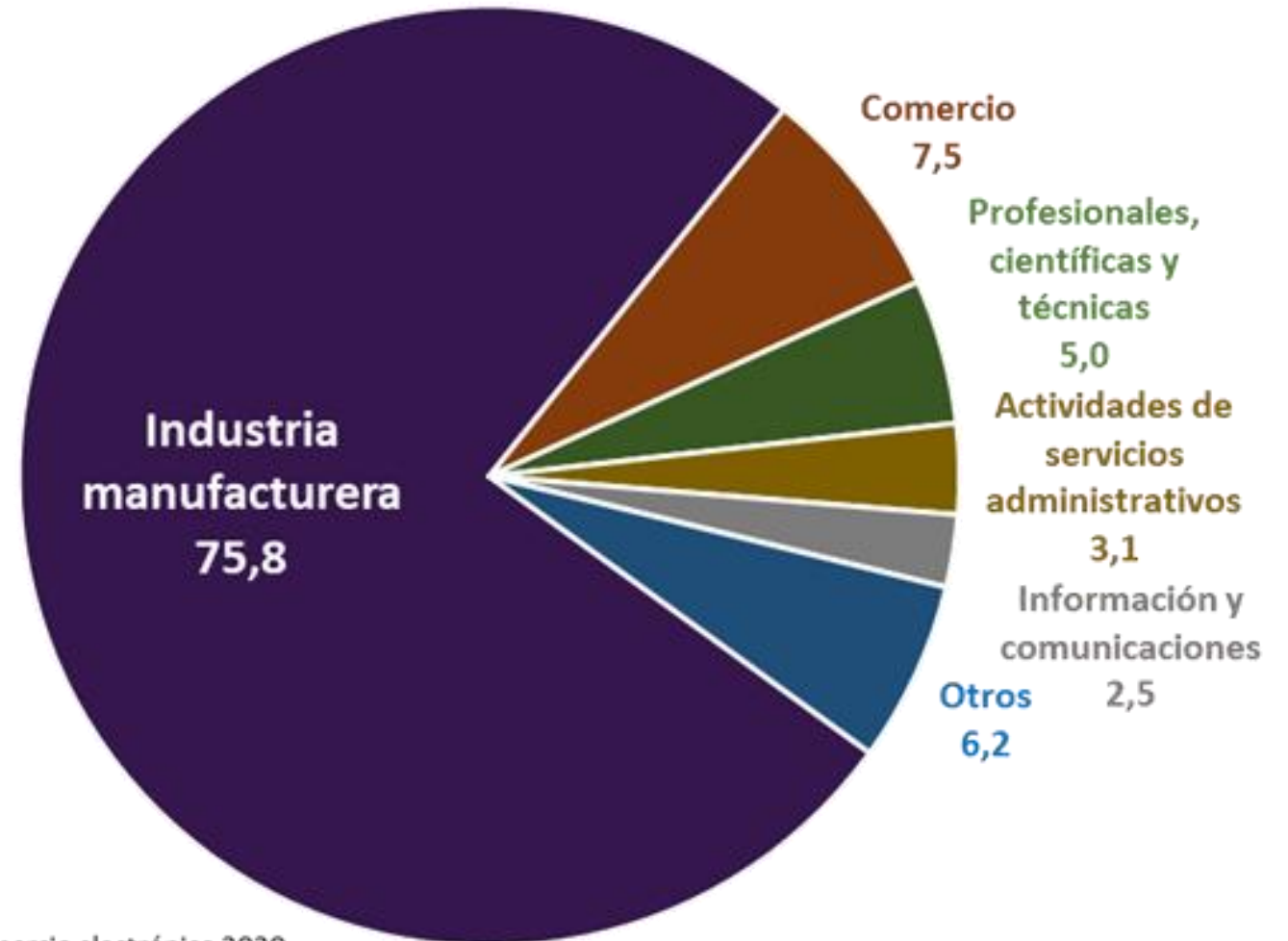
Encuesta de Comercio Electrónico - ANDI

**Resultados: El comercio electrónico ha
tomado gran fuerza durante la crisis del
Covid-19**

Caracterización de la muestra

Empresas: 161

Caracterización de la muestra a nivel sectorial
(Distribución porcentual %)

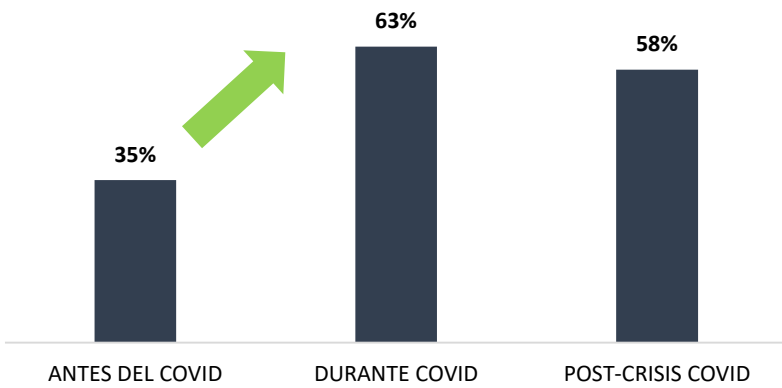


Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

Uso de canales digitales (Porcentaje %)

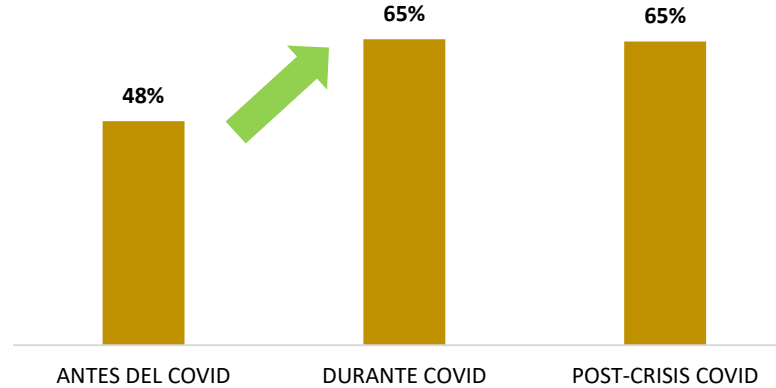
En los procesos de las empresas se ha observado un mayor uso de los canales digitales durante la crisis del COVID

Mercadeo y consecución de nuevos clientes



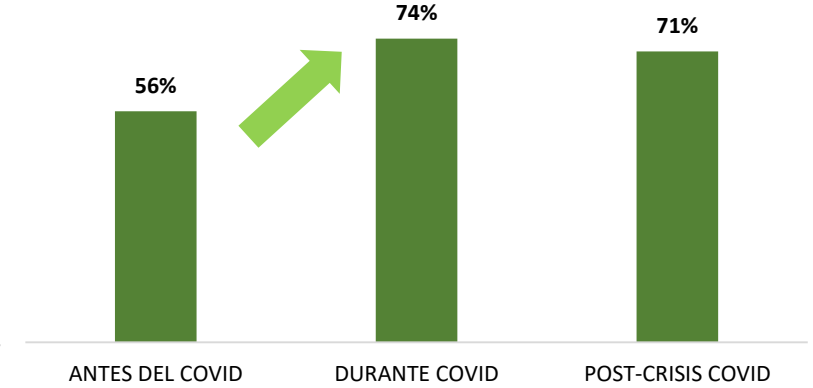
Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

Catálogo de productos



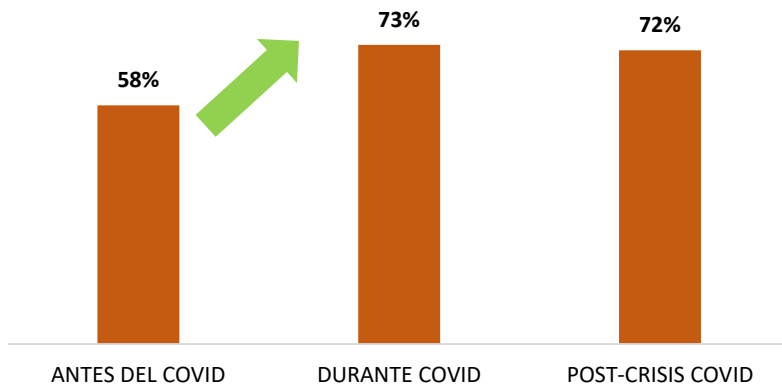
Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

Cotización de productos



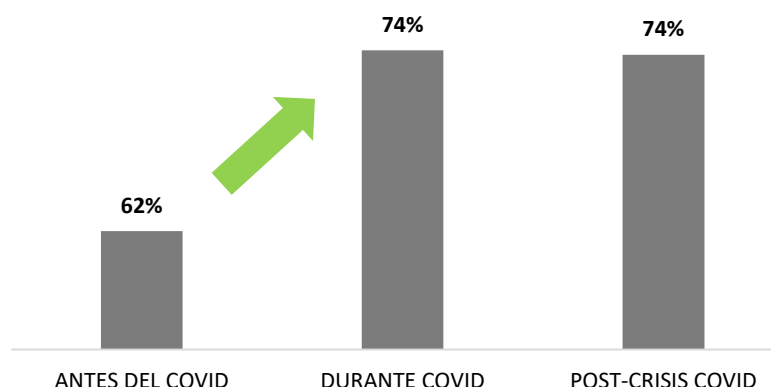
Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020c

Toma de órdenes y pedidos



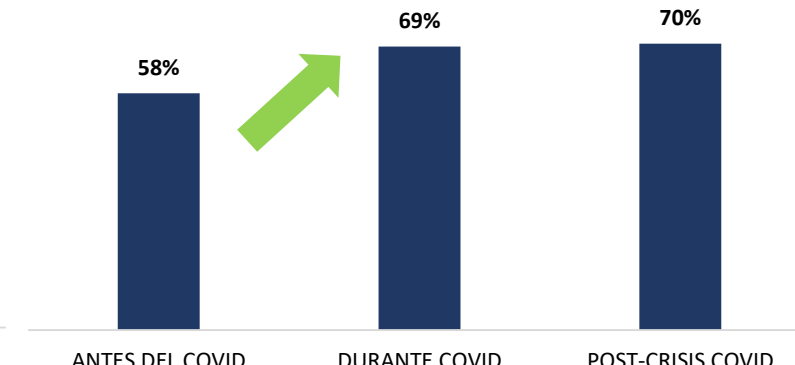
Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

Formas de pago virtual



Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

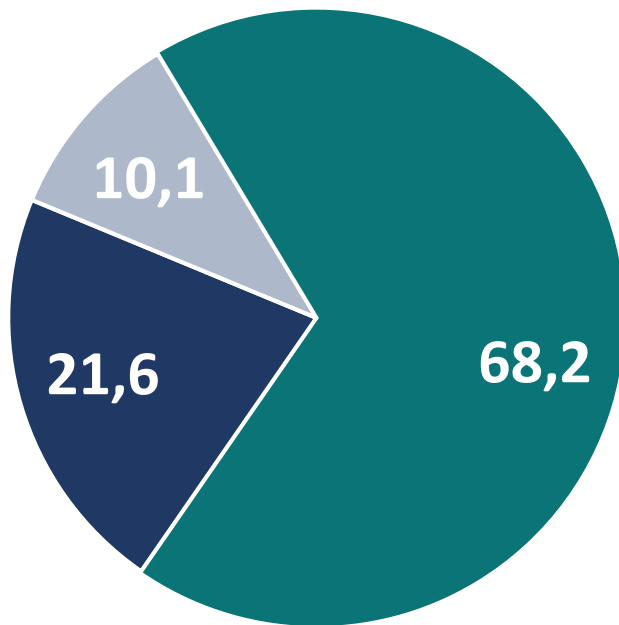
Logística (recolección, despacho, preparación del despacho, rastreo, entrega final, posventa)



Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

Percepción del e-commerce

¿Considera que se justifica para su empresa el e-commerce?
(Porcentaje %)



Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

■ SI ■ NO ■ NO SABE

Los que consideran que se justifica el e-commerce

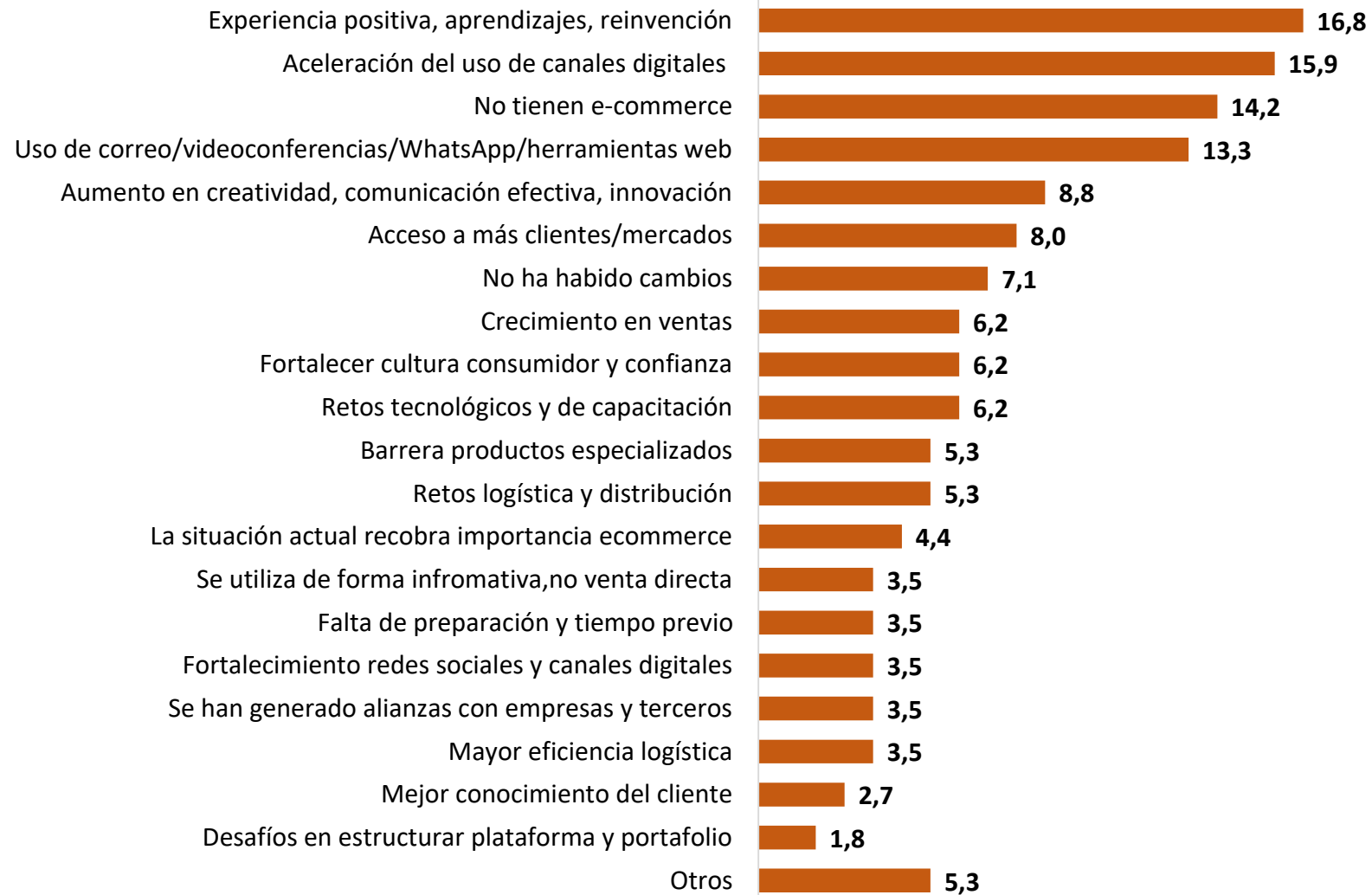
(Porcentaje % de empresas)



Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

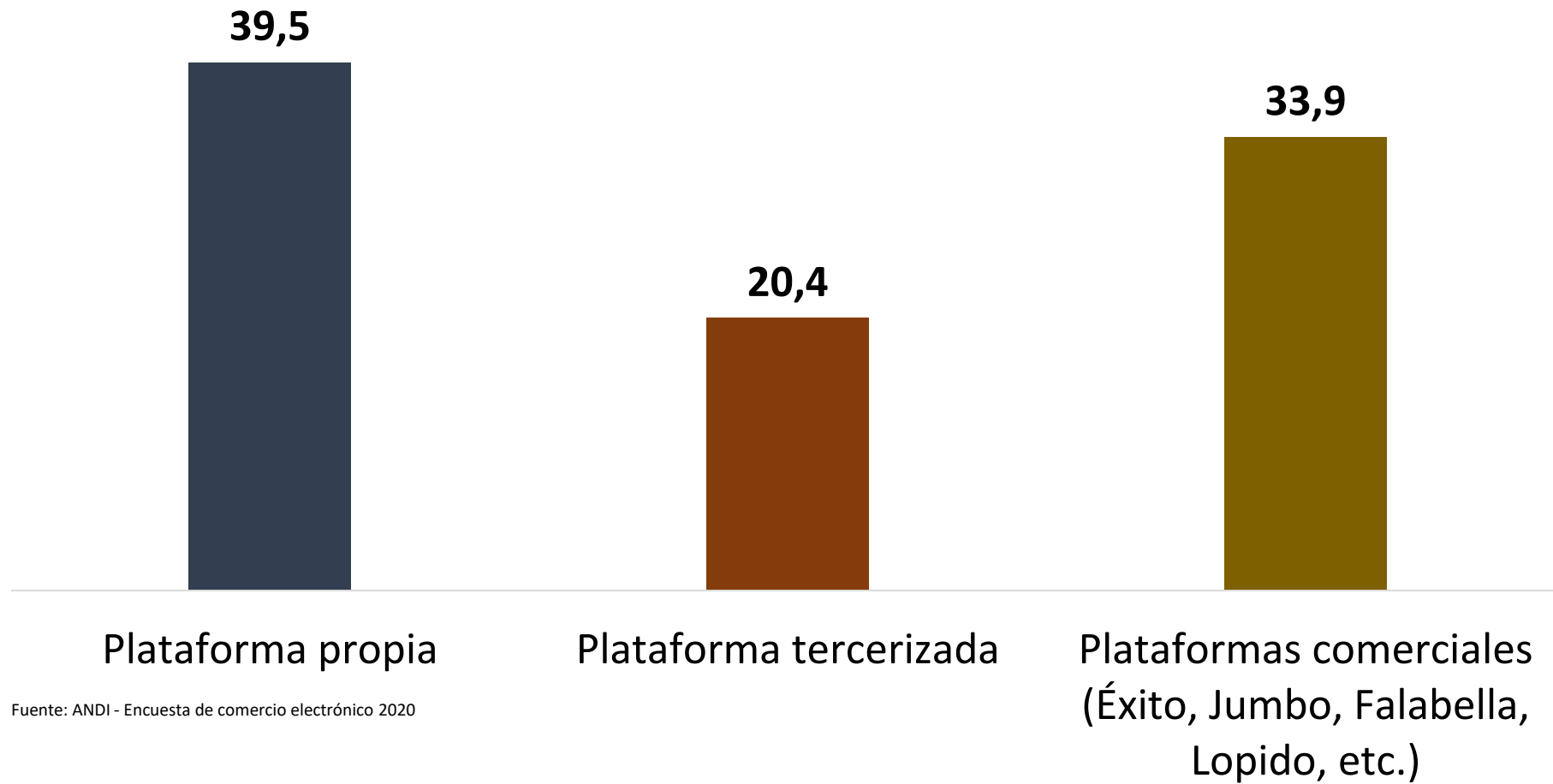
Experiencia con el comercio electrónico durante el Covid

Porcentaje de empresas (%)



Canales de comercio electrónico

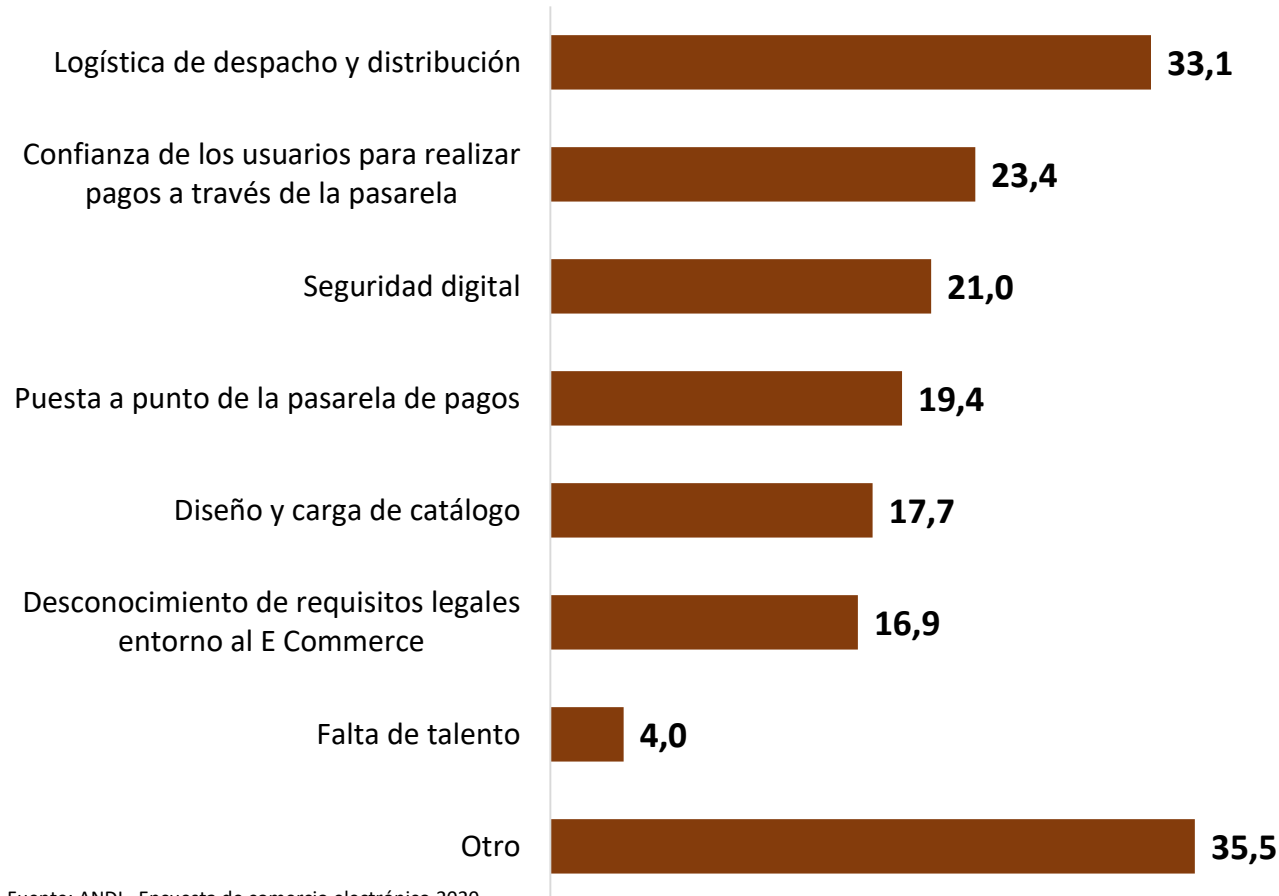
Porcentaje de empresas (%)



Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

Dificultades de la implementación del comercio electrónico

Dificultades y barreras para la implementación del comercio electrónico (Porcentaje de empresas %)

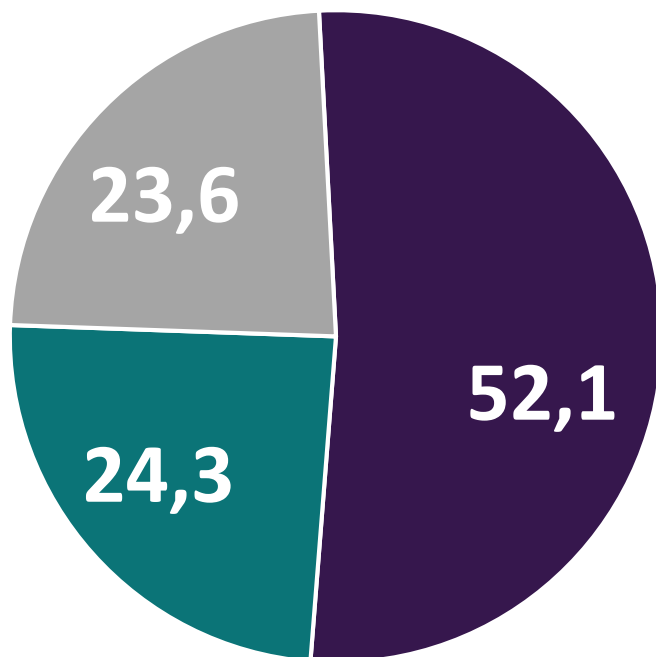


Otros:

- Características del producto o servicio
- Producto o servicio muy especializado
- Falta de cultura y mentalidad del consumidor
- Incertidumbre inversión
- Altos costos

Estrategia de colaboración

Interés en algún tipo de colaboración que agregue distintos productos/servicios al igual que distintas empresas, para poder esparcir los costos y carga de infraestructura digital y logística



Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

■ SI ■ NO ■ NO SABE

Los que tienen interés en alguna colaboración

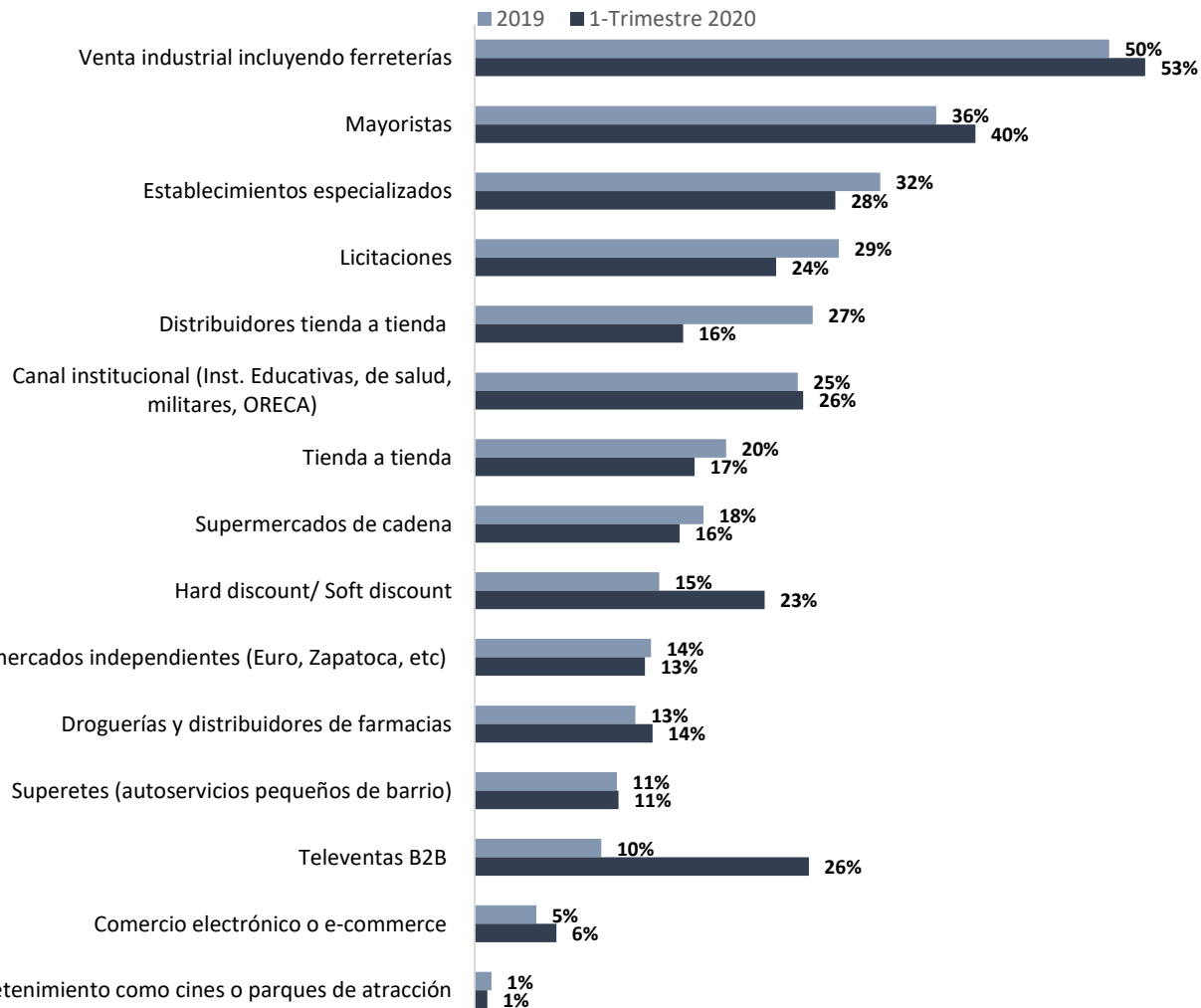
(Porcentaje de empresas %)



Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

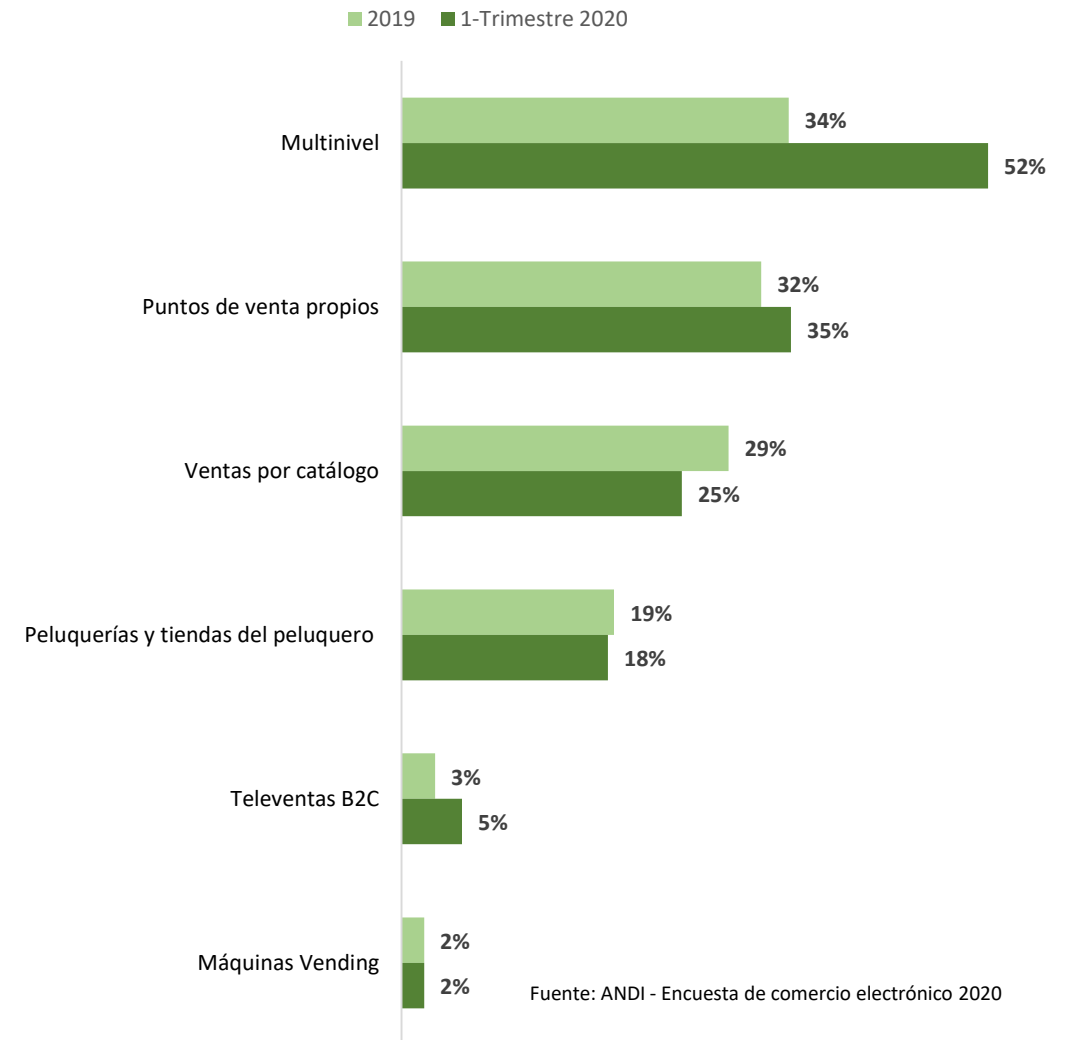
Comportamiento de los canales de distribución

**Canales de distribución: Negocios B2B
(Participación % del total de ventas)**



Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020

**Canales de distribución: Negocios B2C
(Participación % del total de ventas)**



Fuente: ANDI - Encuesta de comercio electrónico 2020