

[Inicio](#) > [Prensa](#) > [Noticias](#) > [Industria](#)

Noticia de Industria

[🕒 Industria](#) 22 noviembre de 2020

Comercio vendió \$5,8 billones en el tercer día sin IVA



Pie de foto: Sobresalió el buen comportamiento en las ventas de algunos rubros, tales como insumos agropecuarios, prendas de vestir, calzado, elementos deportivos y útiles escolares.

Los resultados obtenidos demuestran la importancia de esta medida como instrumento de reactivación económica.

Frente al balance de las dos pasadas jornadas, se registró un crecimiento del 40% en ventas.

Insumos agropecuarios, prendas de vestir, calzado, elementos deportivos y útiles escolares, fueron los sectores que más vendieron.

Un total de \$5,8 billones en ventas registró el comercio durante el tercer día sin IVA, que se llevó a cabo el pasado sábado en todo el país.

La cifra corresponde a un crecimiento en pesos de \$1,4 billones y en porcentaje de 40%, frente a los ingresos obtenidos por los comerciantes en los dos días sin IVA anteriores, que se llevaron a cabo el 19 de junio y 3 de julio pasados.

Así mismo, significó un aumento de más del 100% con respecto a las ventas en días similares y del 300%, si se compara con los ingresos que reportaban los comerciantes al inicio de la pandemia

[A+](#) [A-](#) [🔊](#) [🐦](#) [f](#) [📷](#) [📺](#)

De tu interés



Últimas noticias



noviembre 23, 2020

[Mincomercio, Areandina, Chocoemprende y Funleo realizan la sexta versión del festival Siembra Negra Pacífico](#)



noviembre 22, 2020

[Comercio vendió \\$5,8 billones en el tercer día sin IVA](#)



Chatbot Ministerio de Comercio, Industria y Turismo



El progreso es de todos

Mincomercio



esperado en diciembre, evitar congestiones en dicho mes y lograr así un consumo responsable y seguro.

[Tweets by MincomercioCo](#)

Sectores que se dispararon

De acuerdo con las cifras registradas, en esta oportunidad sobresalió el buen comportamiento en las ventas de algunos rubros, tales como insumos agropecuarios, prendas de vestir, calzado, elementos deportivos y útiles escolares, que crecieron frente a las otras jornadas del día sin IVA en más de 300%.

Dicha dinámica fue igualmente alta en las ventas de electrodomésticos y equipos de cómputo, donde los ingresos aumentaron en más de 150%.

Muñoz destacó que en la mayoría de estos casos se trata de productos elaborados en Colombia, con lo que se contribuye así al propósito de la campaña: "Compra lo nuestro".

Pero no solamente se movieron los bienes que contaban con el descuento del IVA, toda vez que las ventas de los otros artículos registraron crecimientos de 77%, 44% y más del 500%, con respecto al primer día, al segundo día y a un día normal de pandemia, respectivamente, lo cual significa que el día sin IVA no solamente activó la compra de bienes que tienen dicho beneficio, sino que contribuyó a la reactivación de toda la economía.

Comercio electrónico

Las transacciones de comercio electrónico también registraron un positivo balance, convirtiéndose así en grandes protagonistas desde el inicio de la pandemia.

Estas fueron superiores a 1,8 millones, ubicándose así muy por encima de las 1,3 millones que se alcanzaron en las jornadas del día sin IVA anteriores.

"Fueron 6 veces más de lo que históricamente ha reportado Colombia en un día normal en materia de comercio electrónico", dijo el Consejero Presidencial y agregó que este es uno de los principales canales de compra de los colombianos durante los 3 días sin IVA. "Este mecanismo llegó para quedarse", puntualizó.

No obstante, siguen habiendo desafíos en una de cada 10 plataformas donde aún se presentan filas virtuales o inestabilidades, que requerirán importantes inversiones para evolucionar a este tema, que será parte de la nueva normalidad del comercio en el mundo.

Muñoz concluyó que a la par que avanza el comercio electrónico, es fundamental continuar avanzando en la pedagogía, confianza digital y bancarización.

La seguridad

En la tercera jornada de día sin IVA se destacó la aplicación de todos los protocolos de bioseguridad por parte de los centros comerciales y la presencia de las familias colombianas a este tipo de lugares con un tráfico que creció en casi 50%, con respecto a un día normal de noviembre y un aumento en las ventas de aproximadamente 36%.

En este sentido, los funcionarios del gobierno resaltaron el compromiso de todo el comercio en cuanto a las medidas sanitarias frente al Covid-19, así como de las autoridades locales y la fuerza pública por garantizar el cumplimiento de los protocolos, salvo un par de casos puntuales como fue el de San Victorino en Bogotá, donde tuvo que actuar la fuerza pública.



Chatbot Ministerio de Comercio, Industria y Turismo