

INFORME DE CIERRE

COMPORTAMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA

CUARTO TRIMESTRE - BOGOTÁ D.C.

2024

ANÁLISIS ECONÓMICO Y PROYECTOS



cámara colombiana de
comercio electrónico

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico

María Fernanda Quiñones
 Presidente

Carlos Eduardo Güisa Díaz
 Gerente de Análisis Económico y Proyectos

Katherine Ramírez Cubillos
 Coordinadora de Análisis Económico y Proyectos

María Paula Basto Lozano
 Economista Senior

Natalia Martínez Martínez
 Gerente Legal y de Políticas Públicas

Andrés Felipe Hurtado Sánchez
 Coordinador Legal



TABLA COMPARATIVA VERSIÓN GRATUITA VERSIÓN AFILIADOS

	Acceso gratuito	Afiliados
Análisis general de la economía global	Si	Si
Análisis detallado de la economía global	No	Si
Análisis general de la economía colombiana	Si	Si
Análisis detallado de la economía colombiana	No	Si
Análisis general del comercio electrónico global	Si	Si
Análisis general del comercio electrónico global detallado	No	Si
Análisis detallado del comercio electrónico anual	Si	Si
Análisis detallado del comercio electrónico (anual y mensual/trimestral)	No	Si
Comercios no especializados NIQ	No	Si
Aspectos claves sobre política pública	Si	Si
Aspectos claves sobre política pública detallado	No	Si



La versión extendida de este informe es exclusiva para los afiliados a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.

Si deseas acceder a esta información afíliate con nosotros:

<https://www.ccce.org.co/quieres-afiliarte/>

ECONOMÍA GLOBAL

- PRODUCCIÓN
- MERCADO LABORAL
- INFLACIÓN
- CONSUMO DE LOS HOGARES
- COMERCIO INTERNACIONAL

ECONOMÍA COLOMBIANA

- PIB
- MERCADO LABORAL
- INFLACIÓN
- CONSUMO DE LOS HOGARES
- ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

COMERCIO ELECTRÓNICO GLOBAL

- COMERCIO ELECTRÓNICO MINORISTA GLOBAL
- CAGR DE LAS VENTAS MINORISTAS DE ECOMMERCE
- INGRESOS TOTALES DEL ECOMMERCE MINORISTA
- COMERCIO ELECTRÓNICO MINORISTA AMÉRICA LATINA

COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA

- VENTAS EN LÍNEA
- CATEGORÍAS
- MEDIOS DE PAGO
- TRANSACCIONES DIGITALES
- COMERCIO MINORISTA
- PROYECCIONES DE CRECIMIENTO
- TASA DE CONVERSIÓN PROMEDIO Y TASA DE REBOTE

RECUADRO

- COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS

ASPECTOS CLAVES SOBRE POLÍTICA PÚBLICA

- LEY 20320 DE 2023
- MINIMIS
- REVERSIÓN DE PAGOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO
- PROYECTO DE LEY 029 DE 2024 – SALUD MENTAL
- LEY 261 DE 2024

TABLA DE CONTENIDO

CONTENIDO

Nota al lector 1:

Los datos contenidos en este informe son consolidados por la CCCE y se basan en la información proporcionada por Credibanco, Redeban, ACH y Movii y las pasarelas de pago Mercado Pago, Place to Pay Evertec, ePayco, PayU, Payvalida y Wompi,. Estos datos se refieren a transacciones de compra aprobadas realizadas y pagadas a través de Internet, así como a las categorías de compra.

Es importante tener en cuenta que estos datos son preliminares y forman parte del proceso de producción estadística contante de la CCCE. Además, la CCCE lleva a cabo un análisis y una actualización continua de la información en cada fase del proceso. Como resultado de este proceso, es posible que se produzcan cambios en la serie histórica debido a la actualización de la información recibida de las fuentes primarias

Nota al lector 2:

Queremos informar que recientemente se ha implementado un cambio en la metodología de clasificación de transacciones digitales por una de nuestras fuentes primarias de información. Además, nos complace anunciar que contamos con la incorporación de un nuevo jugador del ecosistema de pagos, Movii. La inclusión de esta nueva información permite ampliar nuestro cubrimiento y ofrecer una visión más completa y cercana a la realidad del ecosistema de transacciones digitales en el país. Sin embargo, estos cambios podrían generar variaciones en las cifras respecto a reportes anteriores, las cuales deben ser tenidas en cuenta al interpretar los resultados.

Agradecemos su comprensión y continuaremos trabajando para garantizar la calidad y precisión de la información presentada. Para análisis longitudinales, sugerimos utilizar las series ajustadas disponibles a partir de este informe en el Sistema de Autogestión de Afiliados. Agradecemos su comprensión y les invitamos a consultar nuestro Monitor BI de eCommerce en Colombia para más detalles.

1 ECONOMÍA GLOBAL

ANÁLISIS ECONÓMICO Y PROYECTOS

1.1

PRODUCCIÓN GRUPOS DE PAÍSES

Figura 2. Variación del PIB real por grupo de países



VERSIÓN PÚBLICA

EXISTE UNA DESIGUALDAD EN LA RECUPERACIÓN

Los países en desarrollo y países menos desarrollados se están recuperando más lentamente que los países de ingresos altos.

Debido al comportamiento de Latinoamérica y el Caribe como el de la pandemia la más pronunciada, pero se ha recuperado de manera más rápida al tiempo que países que más internacionalmente se recuperaron y presión de nuevo la inflación.

Source: World Bank, 2021. Data for 2021 are preliminary. Figures are in percent.



1.1

PRODUCCIÓN DE CARBÓN AL 2025

Algunos datos que impactarán la producción y la economía en su conjunto:

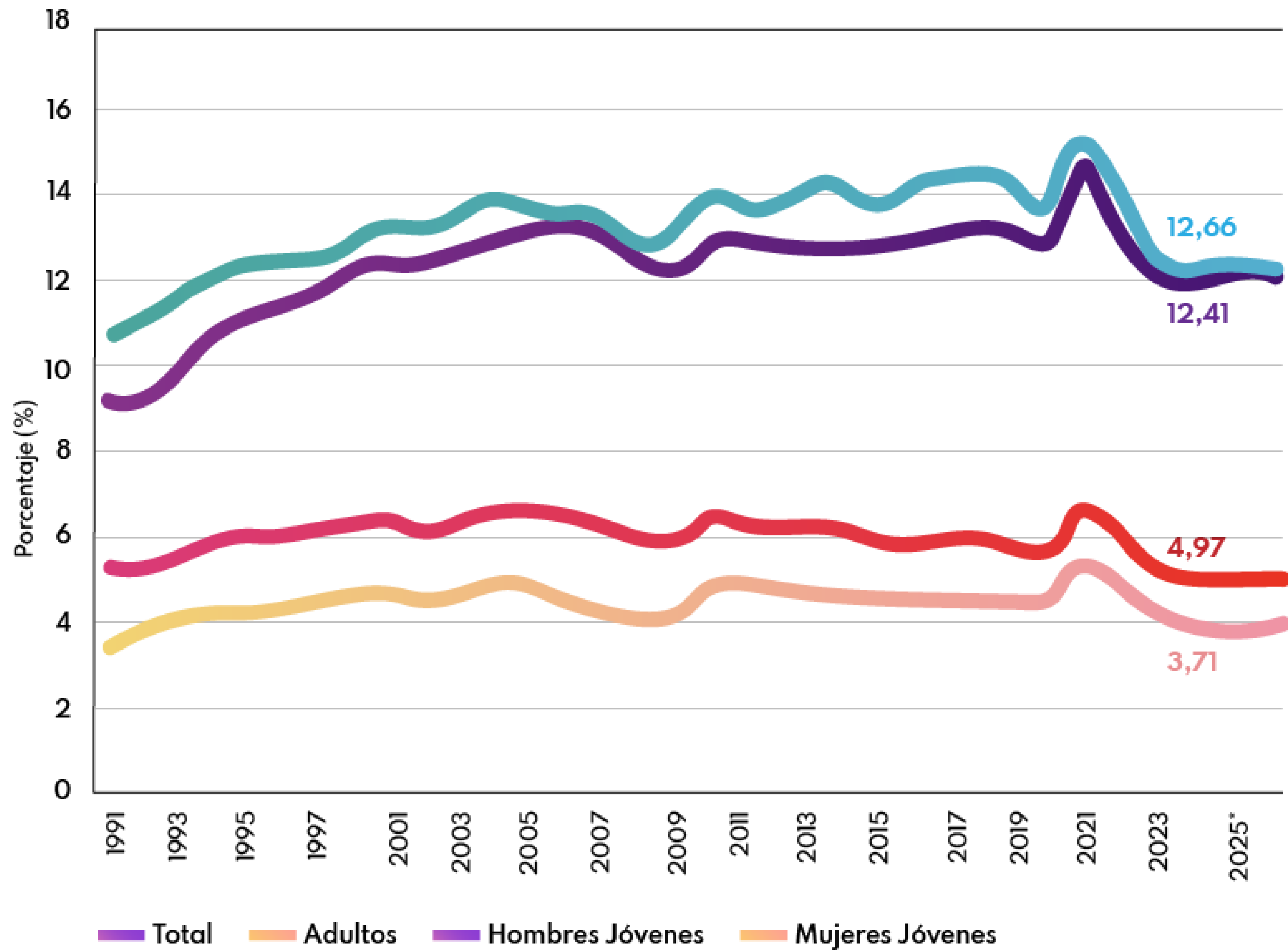
- Se espera que los precios de los commodities disminuyan debido a:
- Cambios en el precio del petróleo por los acuerdos de China
- Oferta fuerte por parte de la OPEC+
- Aunque se esperan incrementos en precio del gas por cambios climáticos e interrupciones en suministros
- Política monetaria con tendencia a reducir la tasa de interés
- Políticas fiscales más restringidas sobre todo en países desarrollados como EE.UU. y en menor medida en economías en desarrollo y emergentes
- Cambios de dirigentes e inicio de año electoral en diferentes países

VERSIÓN PÚBLICA

1.2

MERCADO LABORAL

Figura 3. Tasa de desempleo total y grupos de edad (Porcentaje (%))



Fuente: Diseño CCCE con datos de la Organización Internacional del Trabajo (2024)

Principales indicadores



El desempleo ha disminuido en el mundo sin embargo no se ha dado en la misma proporción en todos los países.

Razones de la mejora en la situación del desempleo:

- Resiliencia de la economía
- Buen desempeño del consumo privado
- Disminución desempleo en países desarrollados

¡El desempleo juvenil y la alta informalidad siguen siendo problemáticas importantes!

1.2

MERCADO LABORAL

MERCADO MEDIO ALTO

- Alta tasa de desempleo
- Recuperación moderada

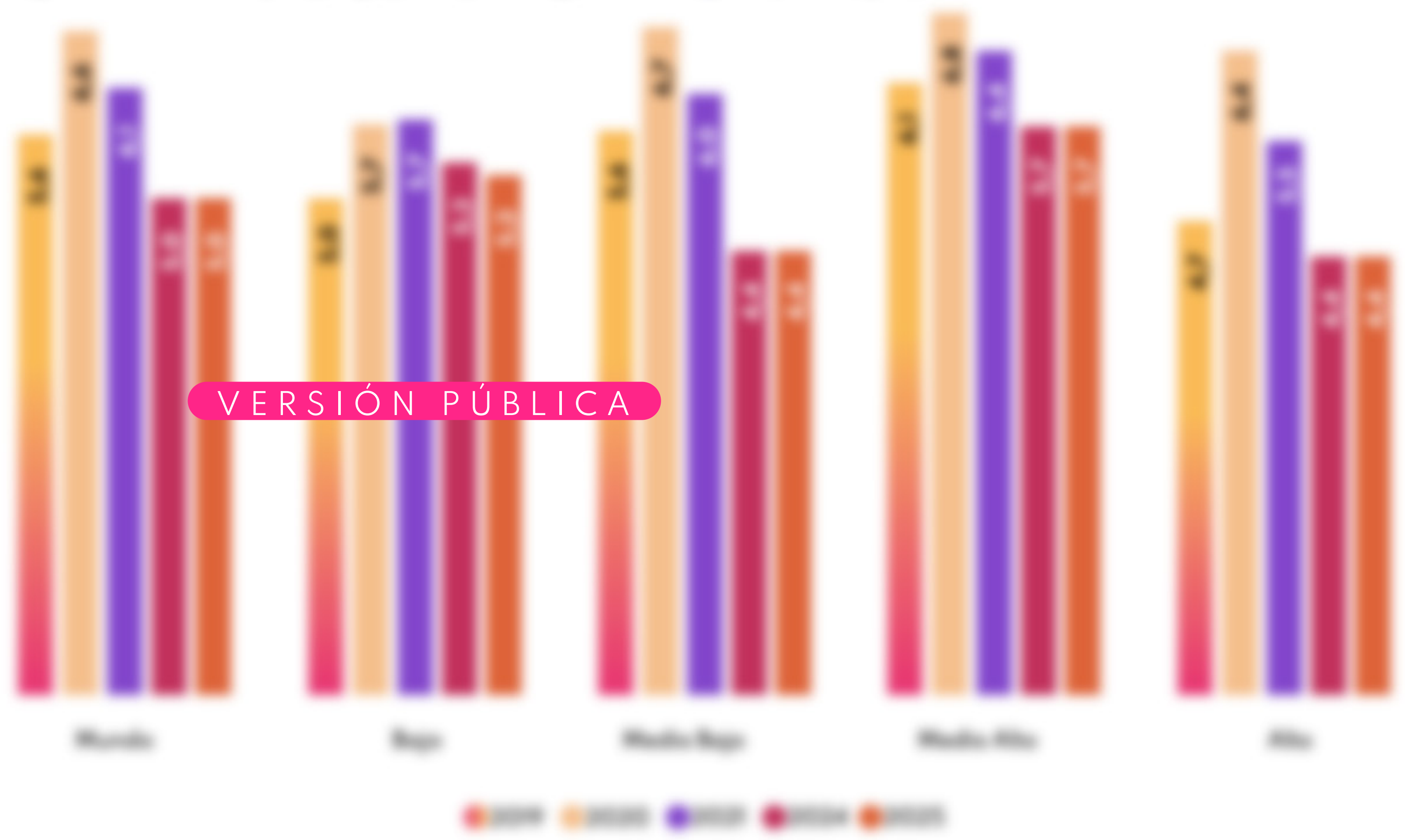
MERCADO ALTO

- Clases profundas de la pirámide
- Recuperación rápida

MERCADO BAJO

- Presencia en otros niveles de desempleo
- Alta informalidad y pobreza

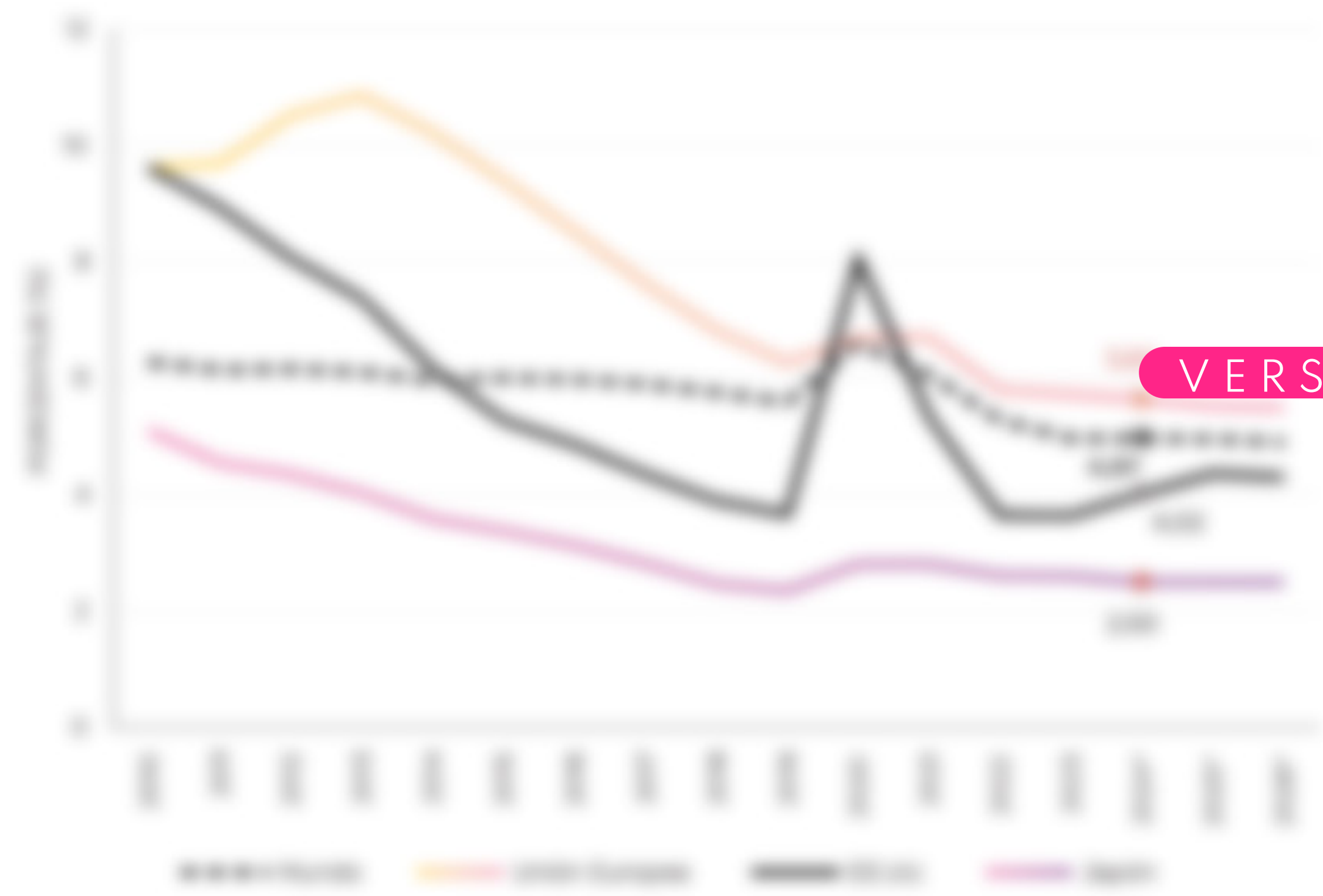
Figura 6. Tasa de desempleo por grupo de países según nivel de ingresos (Porcentaje %)



VERSIÓN PÚBLICA

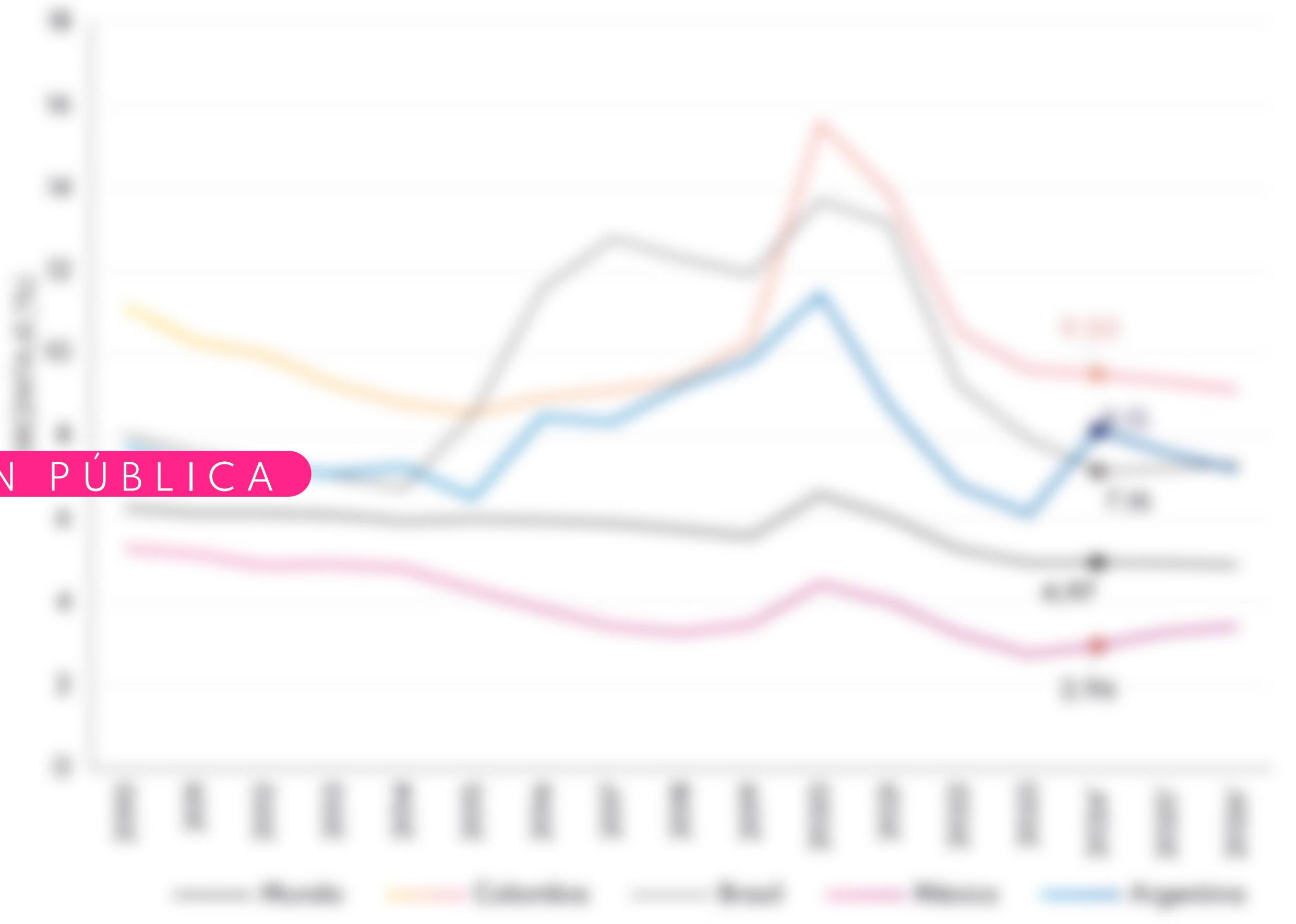
Nota: Fuente: ILO, en base a los datos de desempleo de la encuesta de hogares (2018).

Figura 5. Tasa de desempleo en economías emergentes (países seleccionados)



VERSIÓN PÚBLICA

Figura 6. Tasa de desempleo en Latinoamérica (países seleccionados)



1.3 INFLACIÓN

La inflación ha sido mayormente controlada en las **economías avanzadas** y se acercan a los niveles previos a la pandemia.

Latinoamérica y el Caribe (LAC) y Oriente medio y Asia central se encuentran aún lejos de la meta.

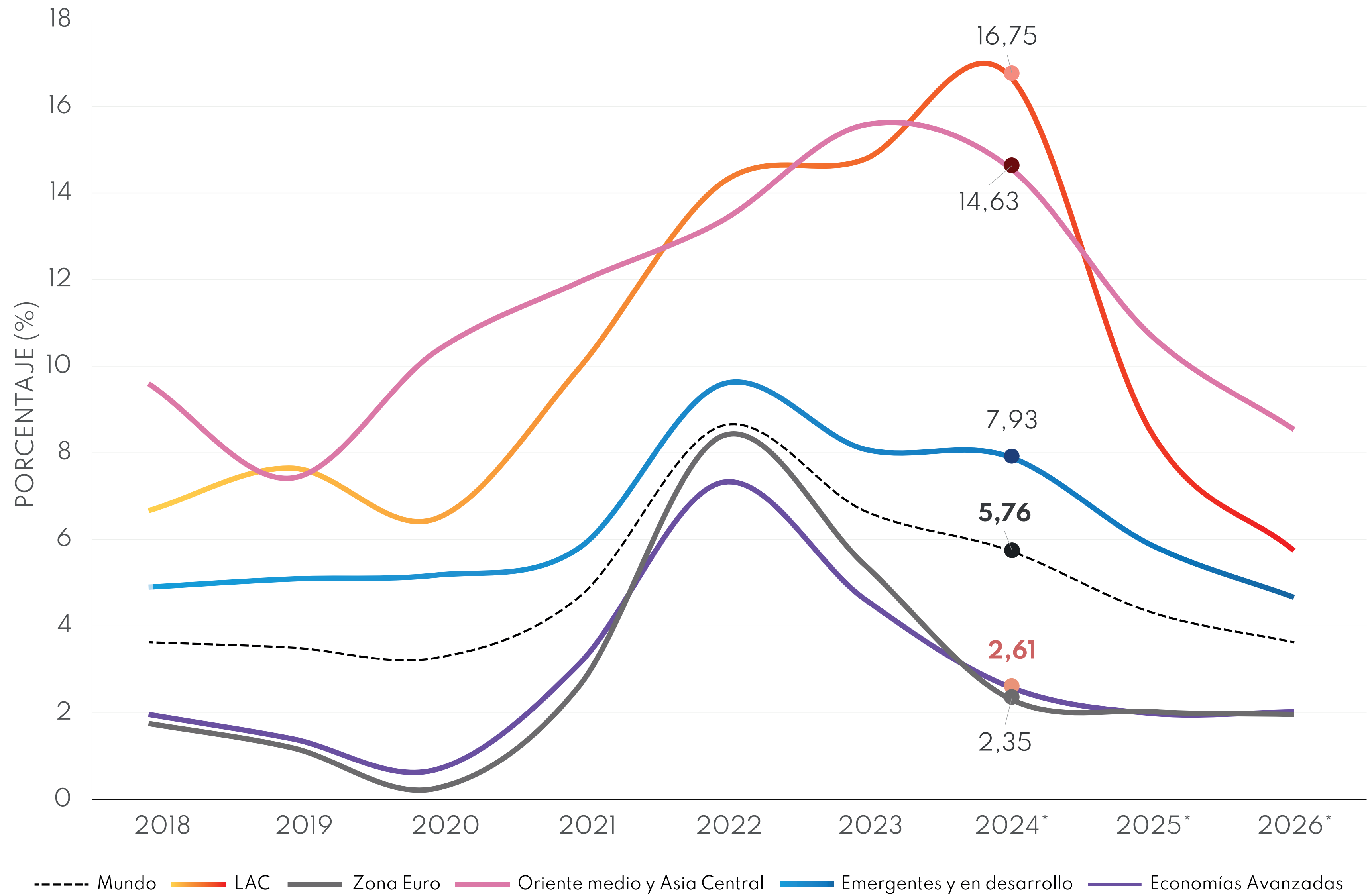
Inflación esperada 2024:

5,8% Mundo

2,6% Economías avanzadas

16,8% Economías avanzadas

Figura 7. Inflación anual por grupos de países



Fuente: Diseño CCCE con datos del Fondo Monetario Internacional (2024)

PAÍSES AVANZADOS

- Inflación moderada y estable
- El riesgo es la inflación que se desarrolle en el medio que se genere medidas restrictivas muy duras
- El problema es el aumento de precios debido a restricciones de precios de energía y mayor presión de costos de insumos

EN DESARROLLO Y EMERGENTES

- Alto nivel de volatilidad
- Mayor presión en los precios por:
 - Depresión de precios de energía y alimentos básicos
 - Cadenas de suministro de insumos
 - Políticas fiscales y monetarias expansionistas para estimular la recuperación económica

VERSIÓN PÚBLICA

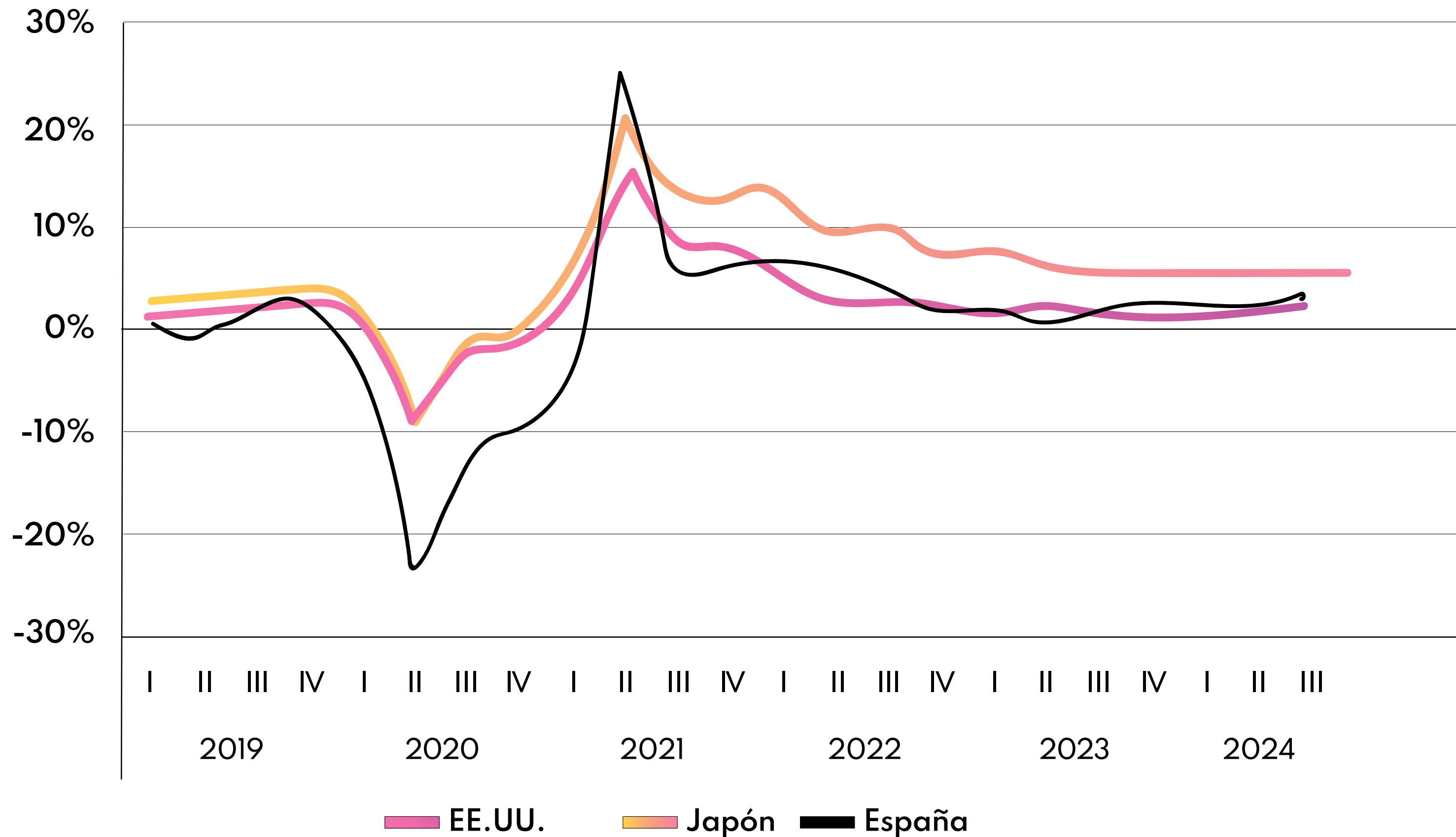
Aunque la tendencia general indica una moderación de la inflación, existen riesgos considerables relacionados con el aumento de los precios de materias primas, tensiones geopolíticas que afectan al comercio y la producción, y variaciones en las políticas económicas globales.



1.4

CONSUMO DE LOS HOGARES

Figura 8. Variación del gasto de consumo de los hogares en economías avanzadas



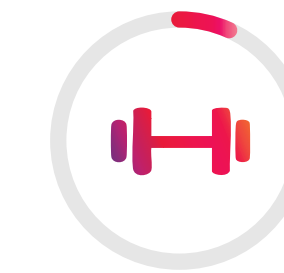
Federal Reserve Economic Data. Federal Reserve Bank of St. Louis (2025)

Factores que influyeron en el Consumo de los Hogares en 2024



Diferencias Regionales:

Las variaciones en el crecimiento del consumo entre regiones.



Apoyo Gubernamental:

Las políticas fiscales han sostenido la demanda de los consumidores



Recuperación Económica:

El crecimiento económico ha aumentado los ingresos reales.



Estabilidad de las tasas de Interés:

La estabilización de las tasas de interés ha alentado el consumo.



Moderación de la inflación:

La disminución de la inflación ha mejorado el poder adquisitivo.

CONSUMO DE LOS HOGARES

Figura 4 Evolución del gasto de consumo de los hogares en porcentajes de la regla



VERSIÓN PÚBLICA



Influencia de Inflación
Inflación moderada favoreciendo el consumo



Influencia de Política Monetaria
Política monetaria restrictiva reduciendo el consumo



Economía Energética
Crecimiento rápido del consumo impulsado por inflación baja y mercados laborales firmes



Economía Recesiva
Rigidez del consumo debido a la restricción de la inflación y al desempleo real



ECONOMÍA MUNDIAL

Se anticipa una recuperación del consumo mundial...



ESTADOS UNIDOS

Se proyecta un leve deterioramiento en el crecimiento...



ECONOMÍA EN DESARROLLO

Se prevé un crecimiento sólido del consumo en los mercados emergentes...



AMÉRICA LATINA

Expectativas positivas con desafíos para superar el consumo privado en algunos países...

Contiene un cuadro de texto con información sobre cambios en las últimas metodologías y metodologías económicas.

Contiene un cuadro de texto con información sobre economías comerciales, economías emergentes y cambios de las políticas comerciales.

Contiene un cuadro de texto con información sobre fluctuaciones en precios, disposiciones, cadenas de suministro y precios comerciales.

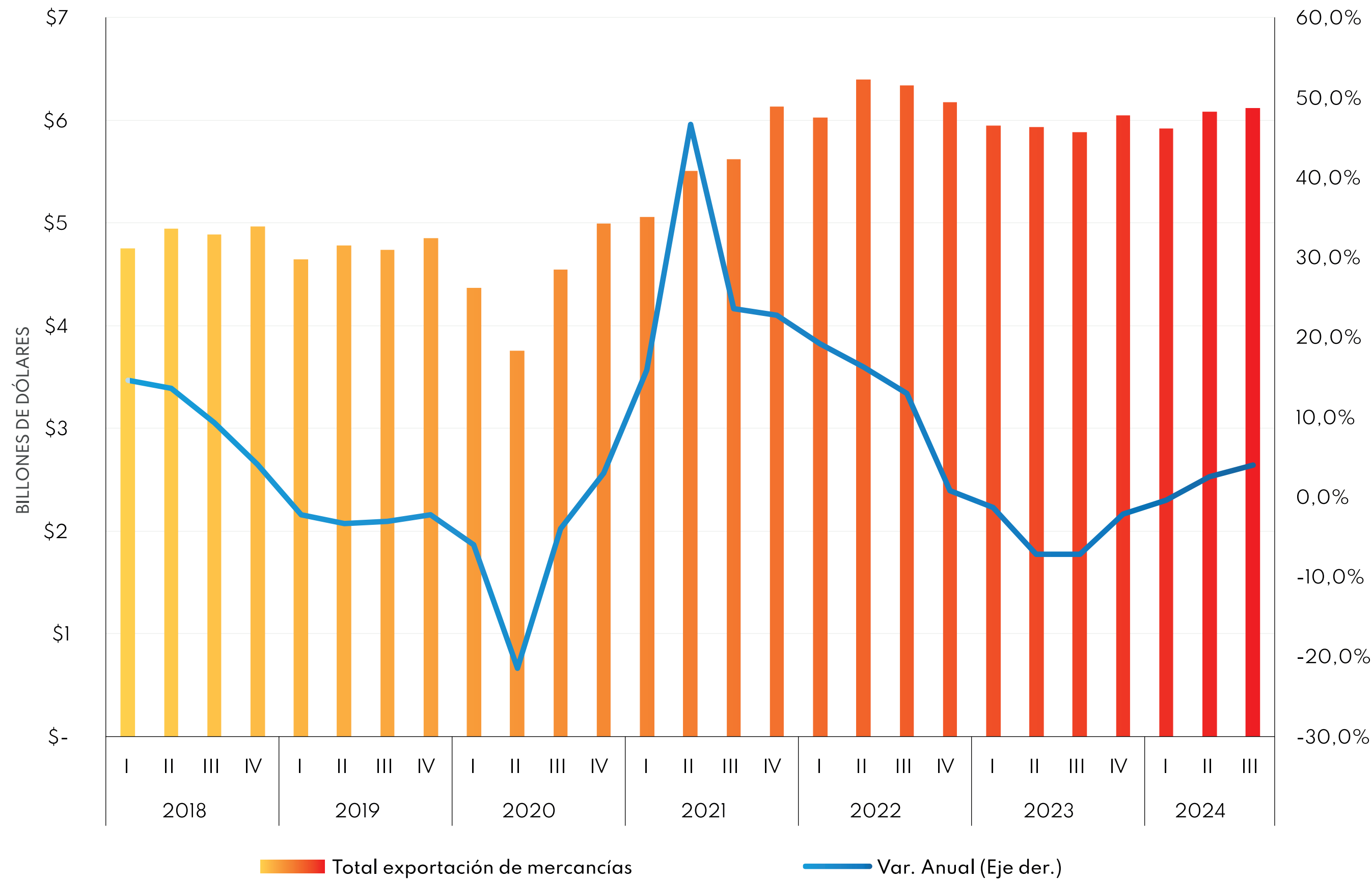
Contiene un cuadro de texto con información sobre estadísticas de inflación, políticas monetarias de apoyo y economías comerciales.

VERSIÓN PÚBLICA

1.5

COMERCIO INTERNACIONAL

Figura 10. Exportaciones de mercancías en el mundo (USD)



Fuente: Diseño CCCE con datos de la Organización Mundial del Comercio (2024)

El **2024 fue un año de recuperación** del comercio tras un 2023 con variaciones negativas la mayor parte del año.

Variación anual exportaciones de mercancías:

-4,5%
2023

-5,3%
Ene - Sep
2023

2%
Ene - Sep
2024

La UNCTAD proyecta USD 33 billones de comercio mundial con un crecimiento de 3,4 % que fue impulsado por la expansión del comercio de servicios .

Variación anual:

3,4%
Comercio Global
2024

6,7%
Comercio de
servicios


Recuperación
turismo

1.5

COMERCIO INTERNACIONAL

En el mundo se estima que el PIB de los países en desarrollo crece a una velocidad superior a la de los países desarrollados.

ECONOMÍA ABERTIVA

- Fuente: crecimiento en importaciones
- Estabilización: reducción de subsidios

ECONOMÍA DE SEGURIDAD

- Desafío: por importaciones excesivas, reducción de subsidios
- Levanta la capacidad de importación

Para 2020 se prevé que continúe la recuperación por un crecimiento sostenido.

Figura 8 Importación de mercancías en el mundo (2000)



VERSIÓN PÚBLICA

fuente: datos.bancomundial.org/indicadores/SH.UA.CD

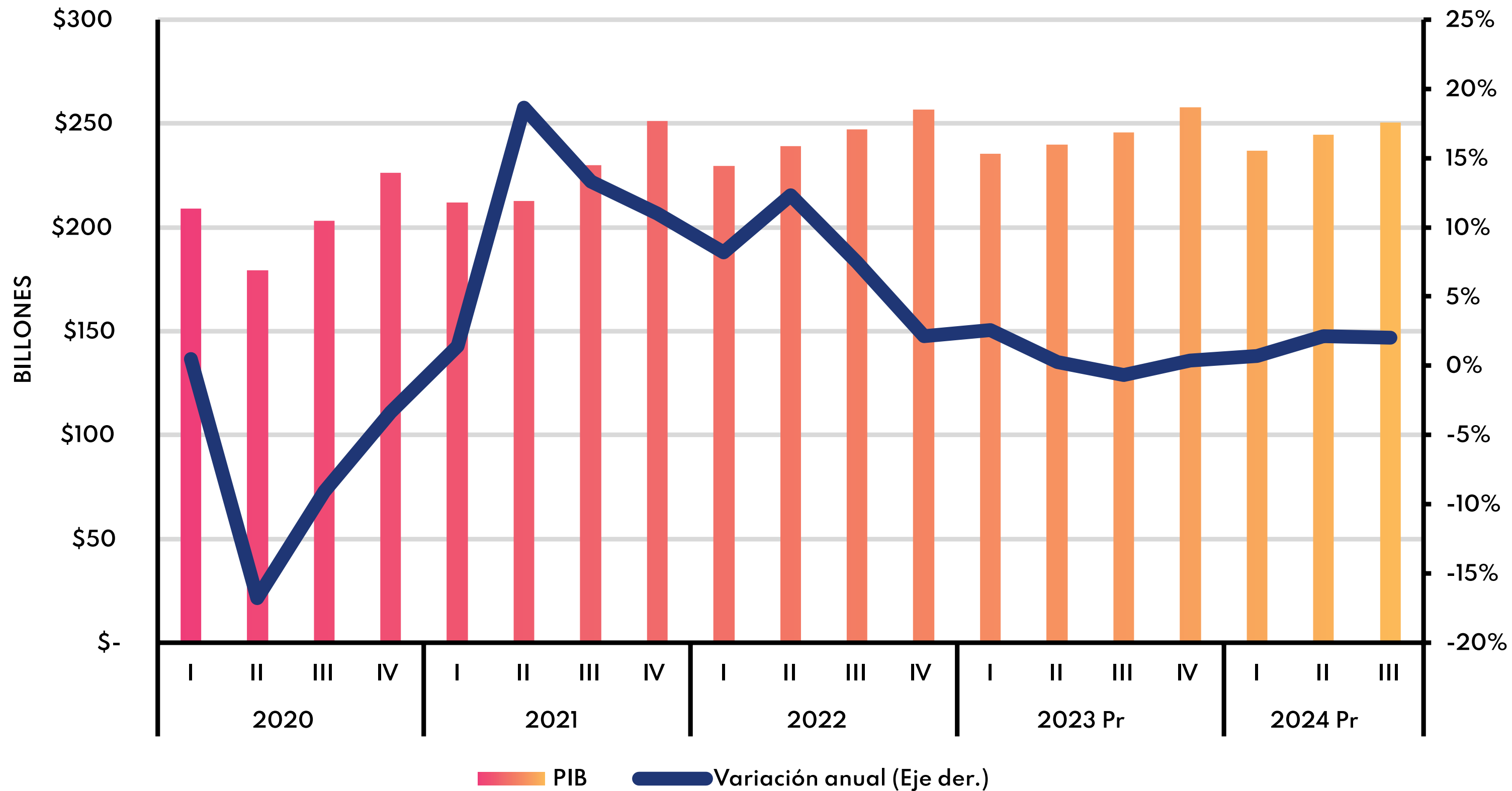
2 ECONOMÍA COLOMBIANA

ANÁLISIS ECONÓMICO Y PROYECTOS

2.1

PIB

Figura 12. Exportaciones de mercancías en el mundo (USD)



Fuente: Diseño CCCE con datos del DANE, Cuentas Nacionales (2024)

En 2024-III el PIB creció 2 %.

Respecto al mismo periodo de 2023.

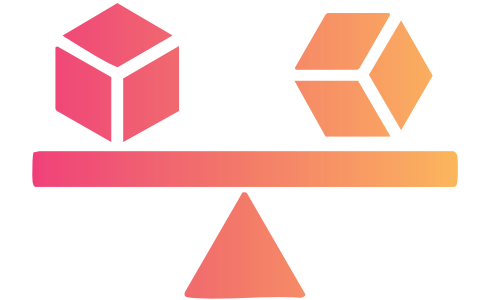
Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica son:



Agricultura, ganadería, caza.



Actividades artísticas, de entretenimiento



Administración pública, educación, seguridad social

CRECIMIENTO

10,7%

CONTRIBUCIÓN

1,1 p.p

14,1%

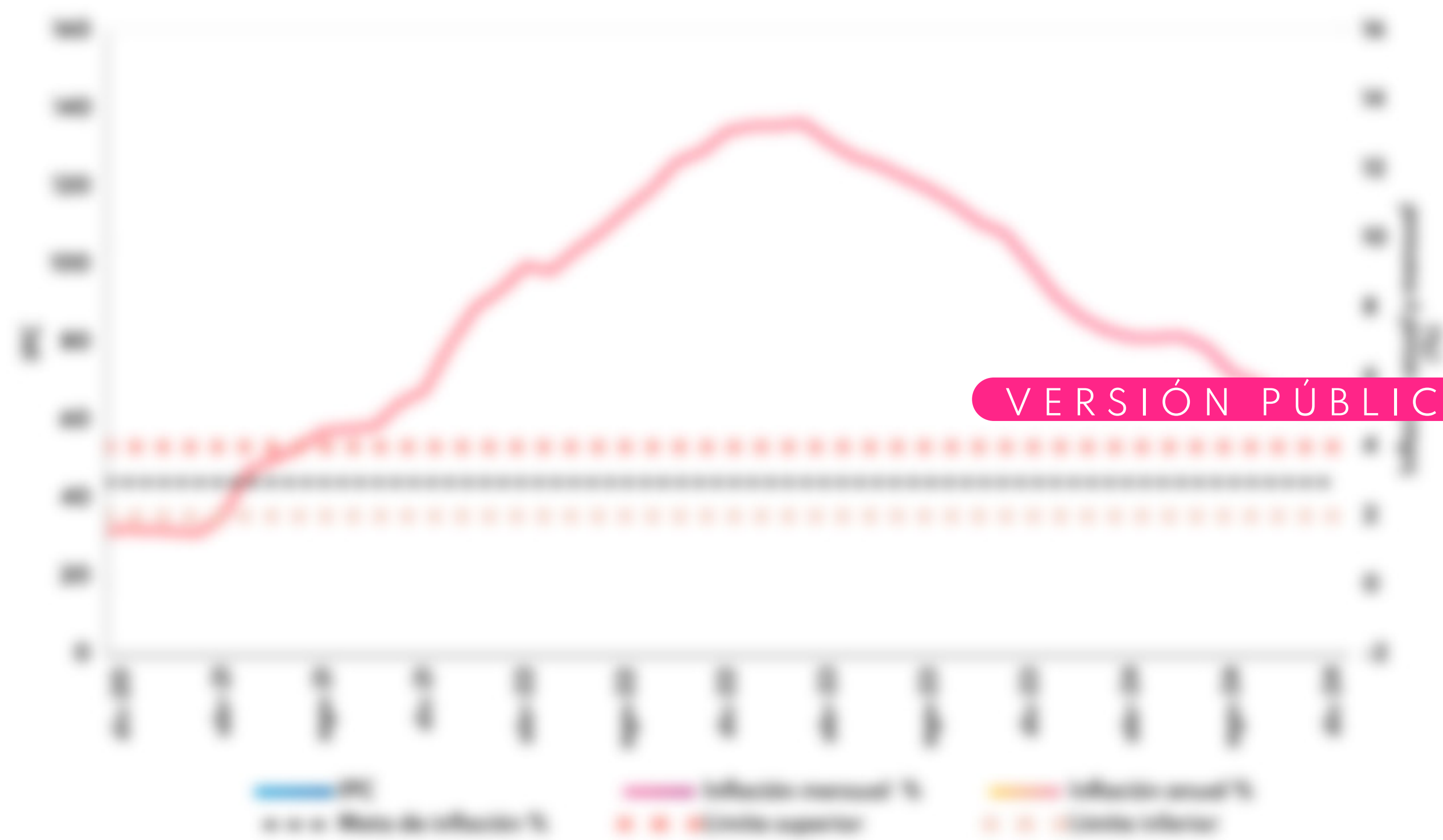
0,5 p.p

2,1%

0,3 p.p

2.2 INFLACIÓN

Figura 10. IN, inflación mensual y anual, tasa de inflación del 2019 al 2020



Cena 2020 2.0%

Incremento de 4.0% en diciembre de 2020 (2.0%)

Incremento del gasto que nos acompañará



Incremento
gasto
consumo



Incremento
costos



Incremento
salarios



2.1 p.p



0.8 p.p

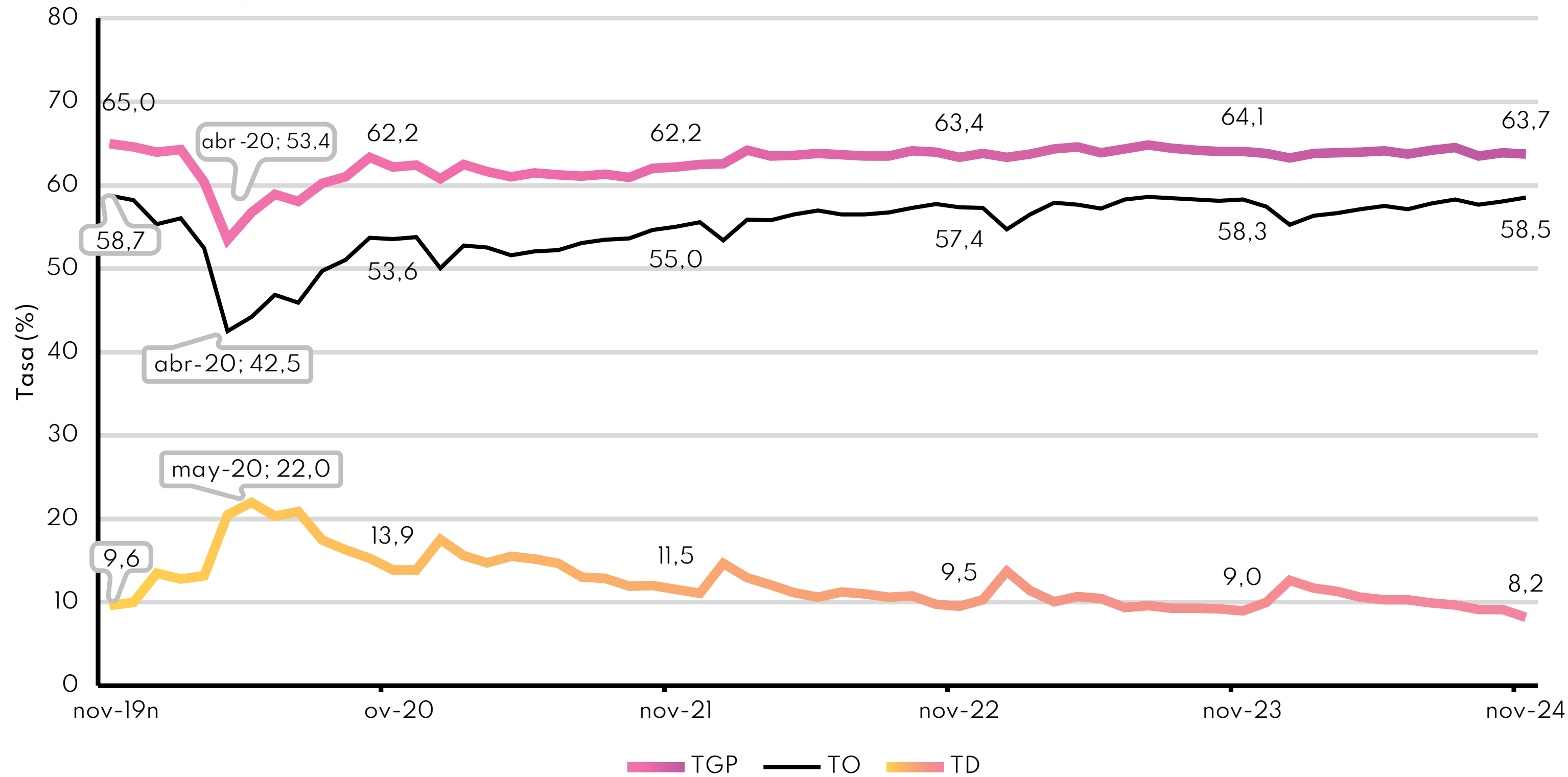


0.7 p.p

2.3

MERCADO LABORAL

Figura 14. Tasa global de participación, ocupación y desempleo. Total nacional.
Diciembre (2018-2023)



Fuente: Diseño CCCE con datos del DANE, GEIH (2024)

Tasa de desempleo noviembre 2024 fue 8,2 %

Disminución de 0,8 p.p. vs noviembre de 2023 (9,0 %)

Incremento salario mínimo 2025 fue 9,5 %

Salario mínimo 2025 COP 1'423.500

2.4

CONSUMO DE LOS HOGARES

Figura 2.4. Estado de consumo final de los hogares en Colombia y países vecinos de 2005-2022 (Q1-2022) y 2022 (P1-Promedio)



Fuente: Banco Mundial y datos de Colombia. Última actualización: 2022.

En 2022 el consumo de los hogares creció 14,5%

Respecto al mismo periodo de 2021.

Los hábitos de consumo con mayor participación en el país en 2022 fueron:



Alimentos, bebidas y tabaco

17,2%



Habitación, energía y comunicaciones

14,5%



Salud y servicios sociales

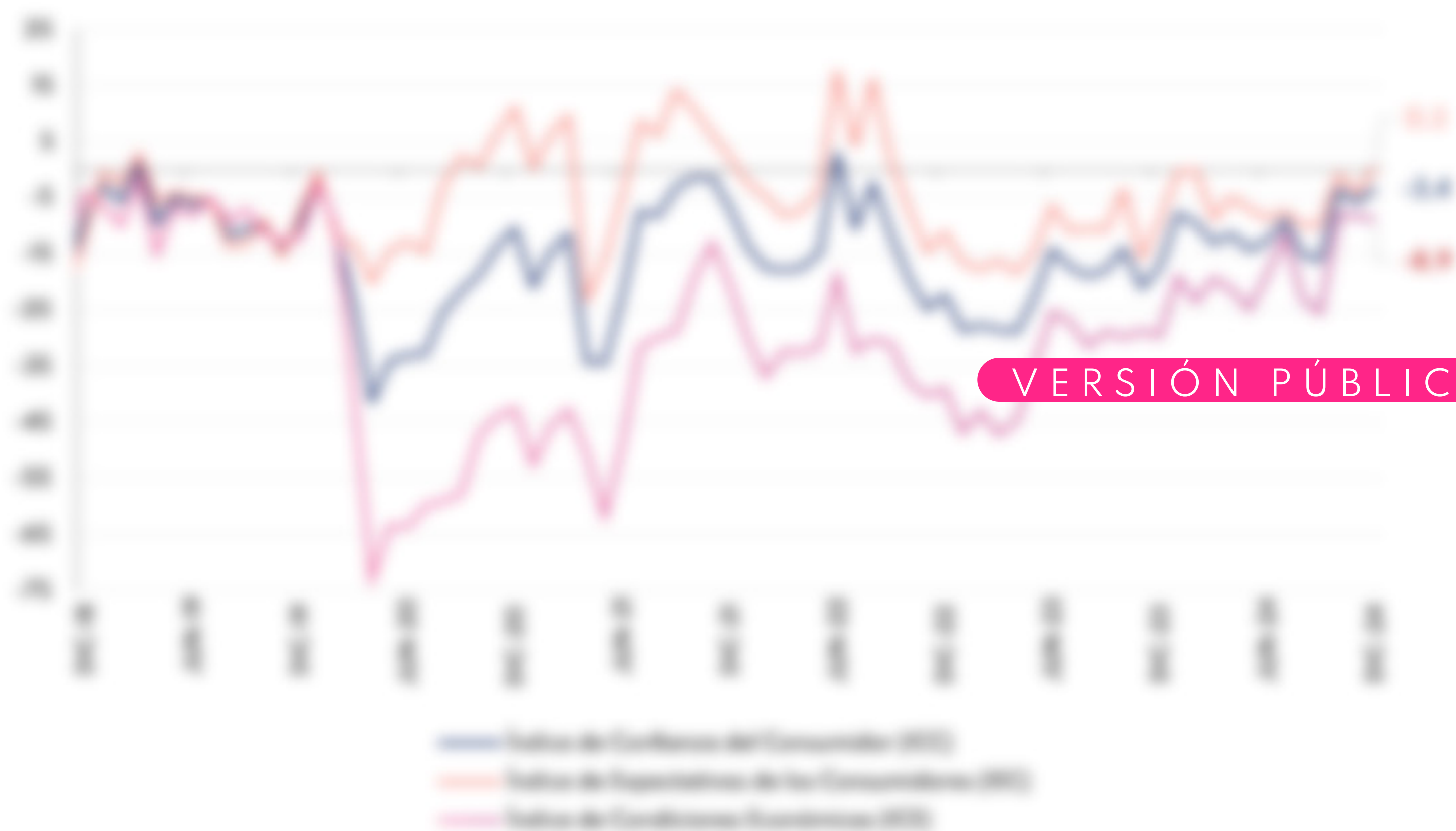
10,5%

Transportación

2.5

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Figura 2.5. Resultados de encuesta de Opinión del Consumidor



Nota: Fuente: INEGI, Encuesta de Opinión del Consumidor, 2024

Índice de Confianza del Consumidor 2024

-2,3 P.P
Diciembre

-5,5%
Diciembre

Índice de Condiciones Económicas

-0,2%
Diciembre

-0,7 P.P
Diciembre

Índice de Expectativas del Consumidor

-4,7%
Diciembre

0,3%
Diciembre

R = -6,4 P.P

3 COMERCIO ELECTRÓNICO GLOBAL

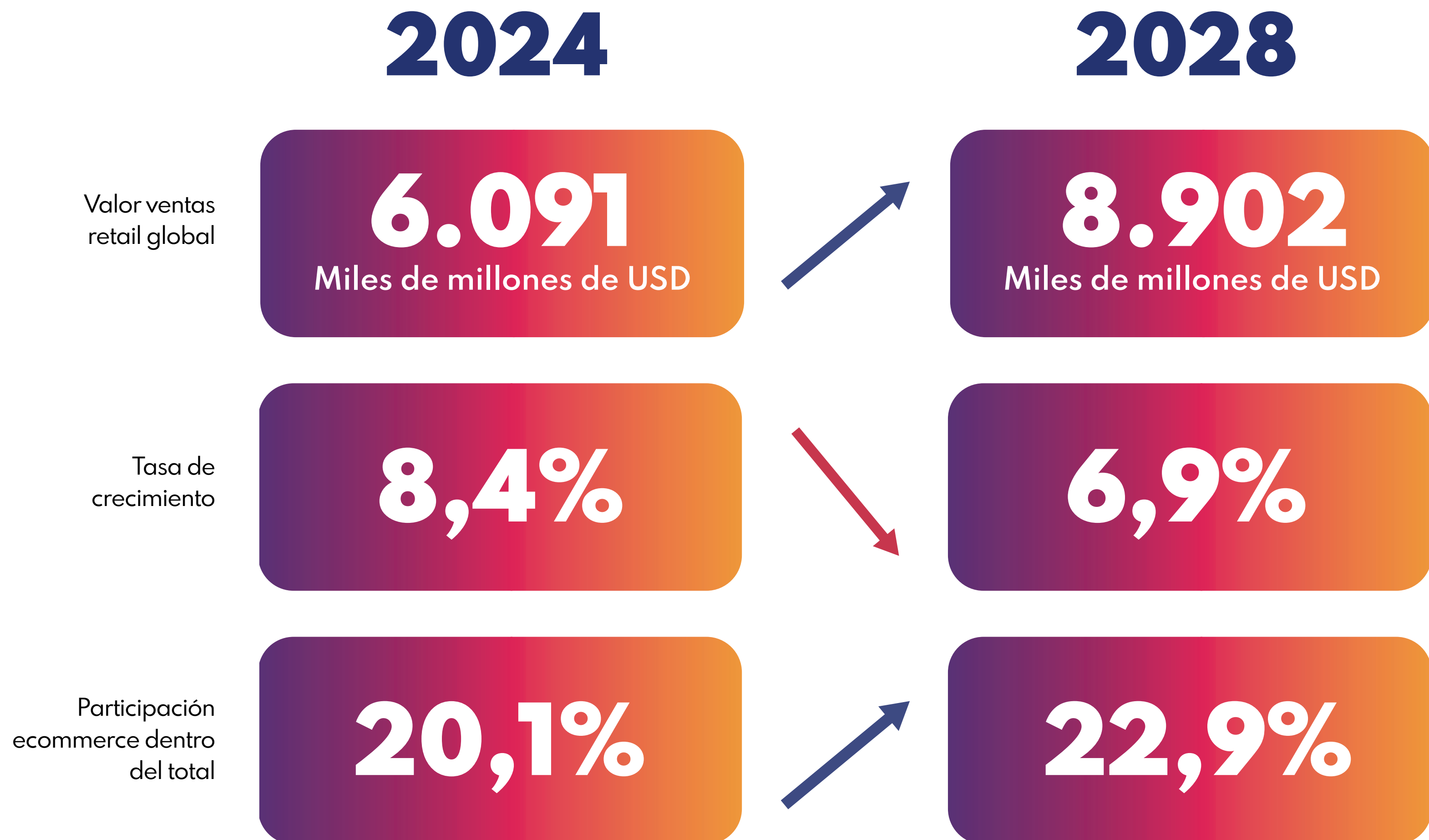
ANÁLISIS ECONÓMICO Y PROYECTOS

3.1

COMERCIO ELECTRÓNICO MINORISTA EN EL MUNDO

El ecommerce ganará cada vez **mayor importancia dentro de las ventas minoristas** a nivel mundial, pero el crecimiento en el volumen de ventas será cada vez más lento

Fuente: Emarketer (2024)



3.3

INGRESOS TOTALES DEL ECOMMERCE MINORISTA A NIVEL MUNDIAL EN 2024

Asia lidera los ingresos mundiales de comercio electrónico en el mundo al alcanzar ingresos totales de comercio electrónico minorista cercanos a los **USD 2 billones en 2024**.

Los ingresos de **América** alcanzaron cerca de los **USD 1,4 billones**.

Australia, Oceanía y África logran ingresos más bajos, con valores inferiores a los **USD 500 mil millones**.

Figura 8. Ingresos totales del comercio electrónico minorista a nivel mundial en 2024

VERSIÓN PÚBLICA



Fuente: Statista (2024)

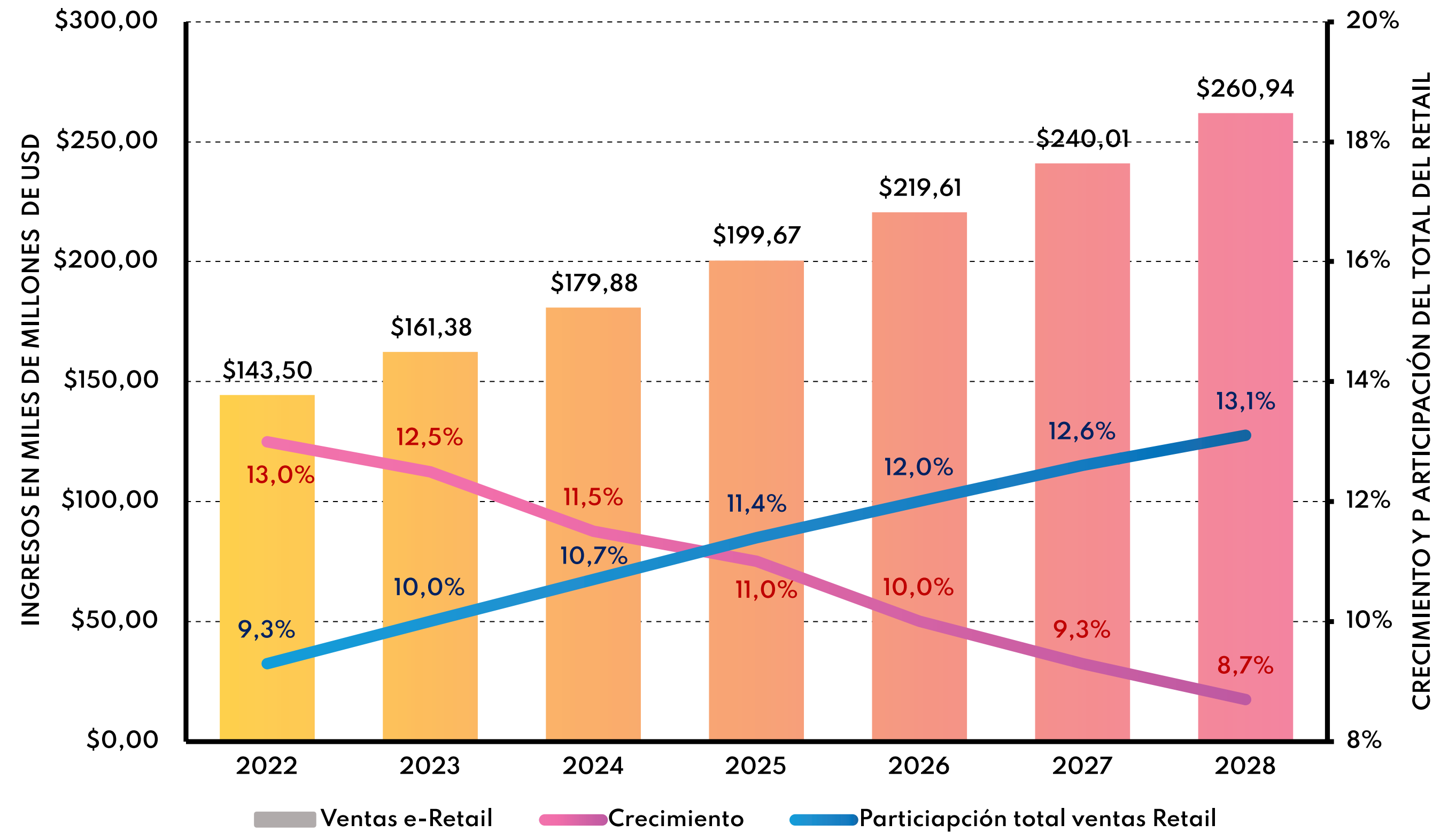
3.4

COMERCIO ELECTRÓNICO MINORISTA EN AMÉRICA LATINA

Las ventas de e-retail están en camino de alcanzar **los USD 200.000 millones** en 2025.

El crecimiento de las ventas de e-retail **de dos dígitos** seguirá siendo la norma en **AL hasta 2026**.

Figura 19. Ventas e-retail en América Latina 2022-2028



Fuente: Emarketer (2024)

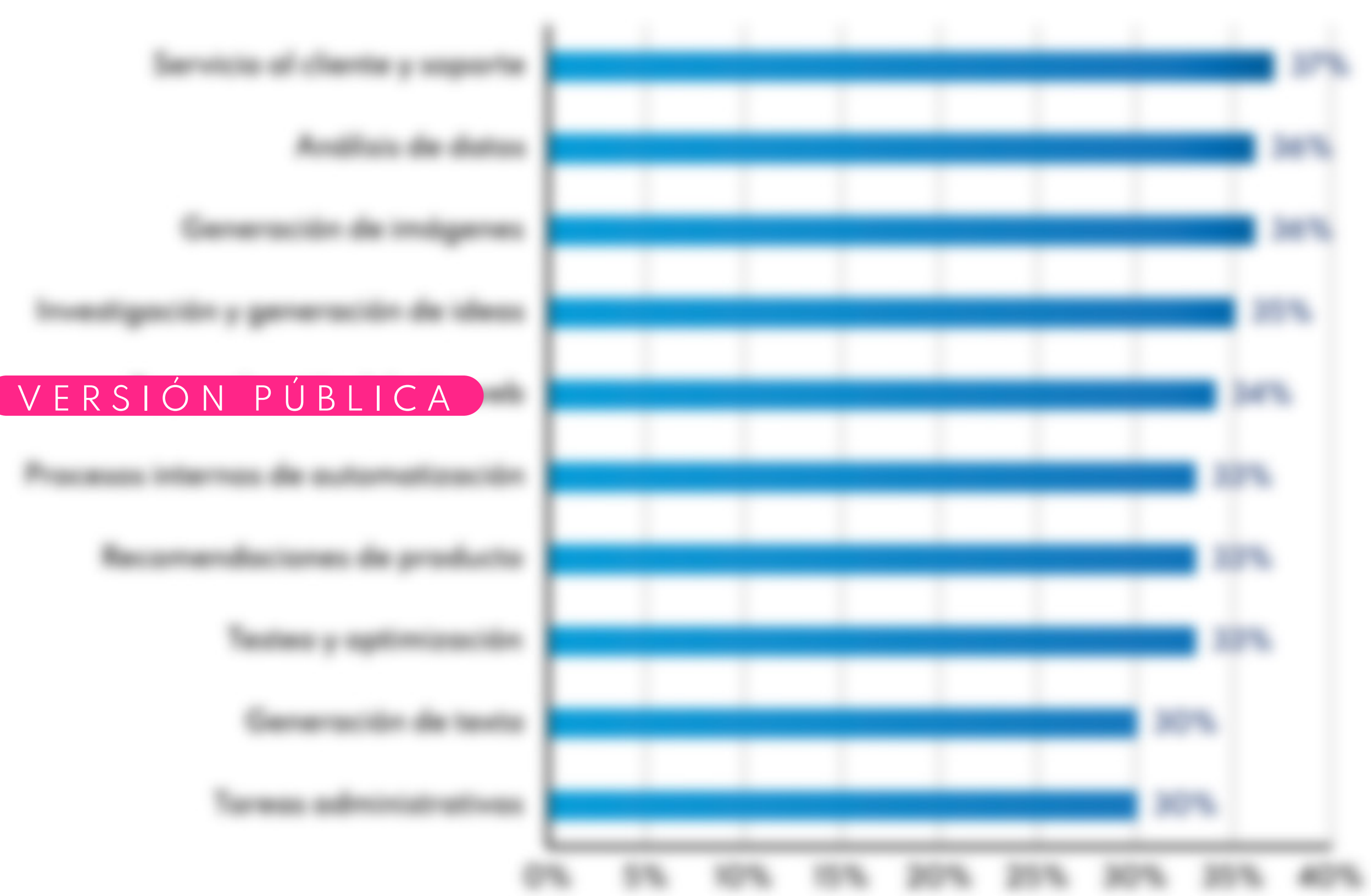
3.5

USO DE IA ENTRE LOS ESPECIALISTAS EN MARKETING DE ECOMMERCE EN 2024

De acuerdo con una encuesta de Statista, el servicio y la atención al cliente es la principal aplicación de la inteligencia Artificial en el marketing de ecommerce (37%). El análisis de datos y la generación de imágenes según el aspecto legal son el 28%.

fuente: Statista (2024)

Figura 20: Uso de IA entre los especialistas en marketing de ecommerce en todo el mundo (2024)



VERSIÓN PÚBLICA

4 COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA

ANÁLISIS ECONÓMICO Y PROYECTOS

4.1

COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA

COMERCIO ELECTRÓNICO

Transacciones de compra y venta realizadas a través de redes basadas en protocolos de Internet (TPC/IP) u otras redes telemáticas. Los bienes o servicios se contratan o reservan a través de estas redes, pero el pago o la entrega del producto puede realizarse en línea o fuera de ella, a través de cualquier otro canal.

TICKET PROMEDIO DE VENTA

Hace referencia a la compra promedio. Se obtiene dividiendo el valor de las ventas sobre el número de transacciones.

RECAUDO

Contempla las transacciones que son pactadas fuera de internet, pero pagadas a través del canal digital, tales como impuestos y servicios públicos.

TRANSACCIONES DIGITALES

Las transacciones digitales agregan las transacciones de venta en línea y las transacciones de recaudo.

4.2

VENTAS EN LÍNEA ANUALES

El comercio electrónico en Colombia ha sido resiliente frente al entorno macroeconómico y ha poseído un alto nivel de adaptación.

CRECIMIENTO ANUAL

2023

2024

Valor ventas ecommerce

83,2

Billones COP

26,7%



105,4

Billones COP

Número de Tx

422,3

Millones Tx

21%



511,1

Millones Tx

Figura 21. Cifras anuales del valor de ventas en línea 2020-2024

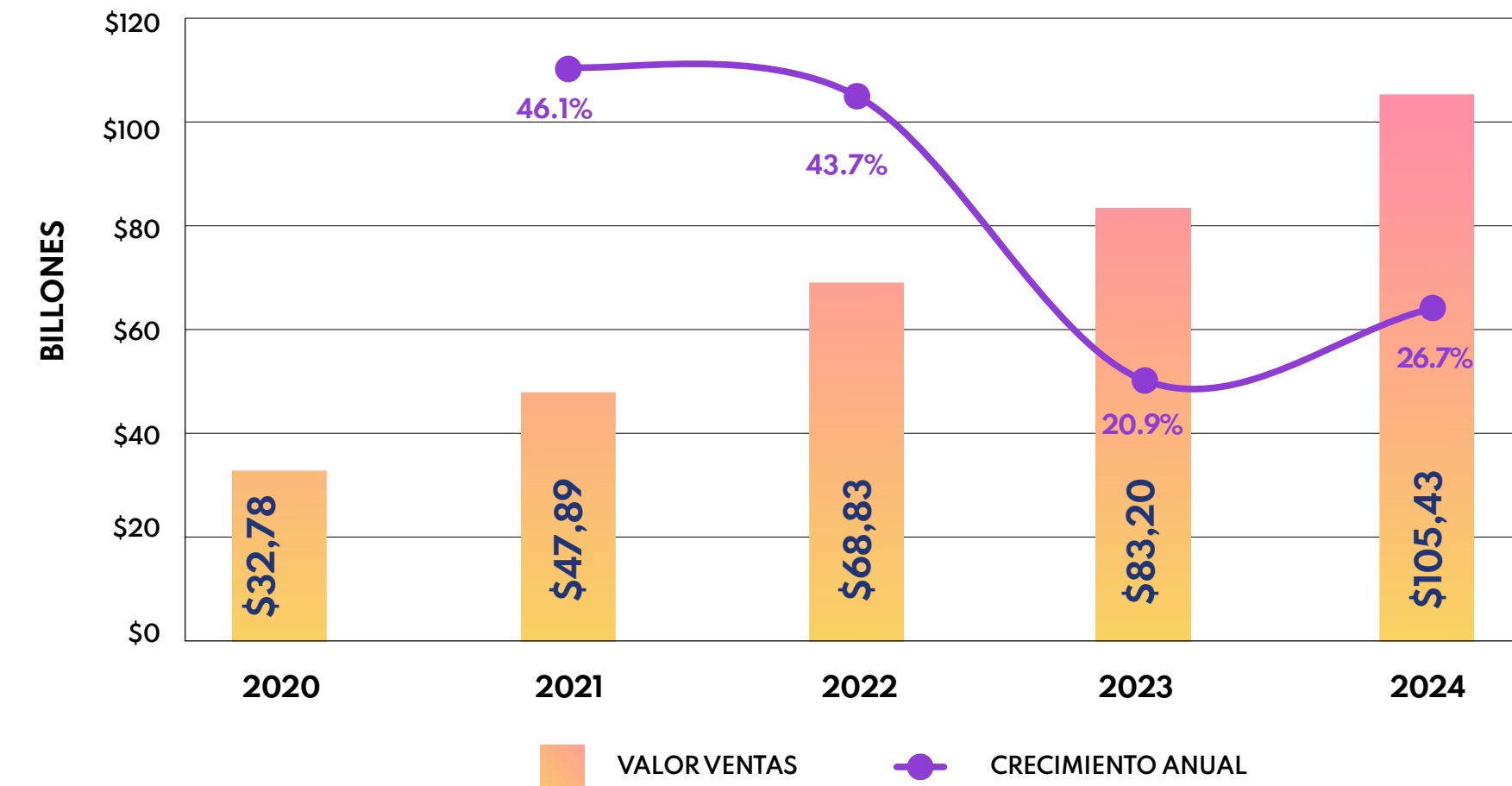
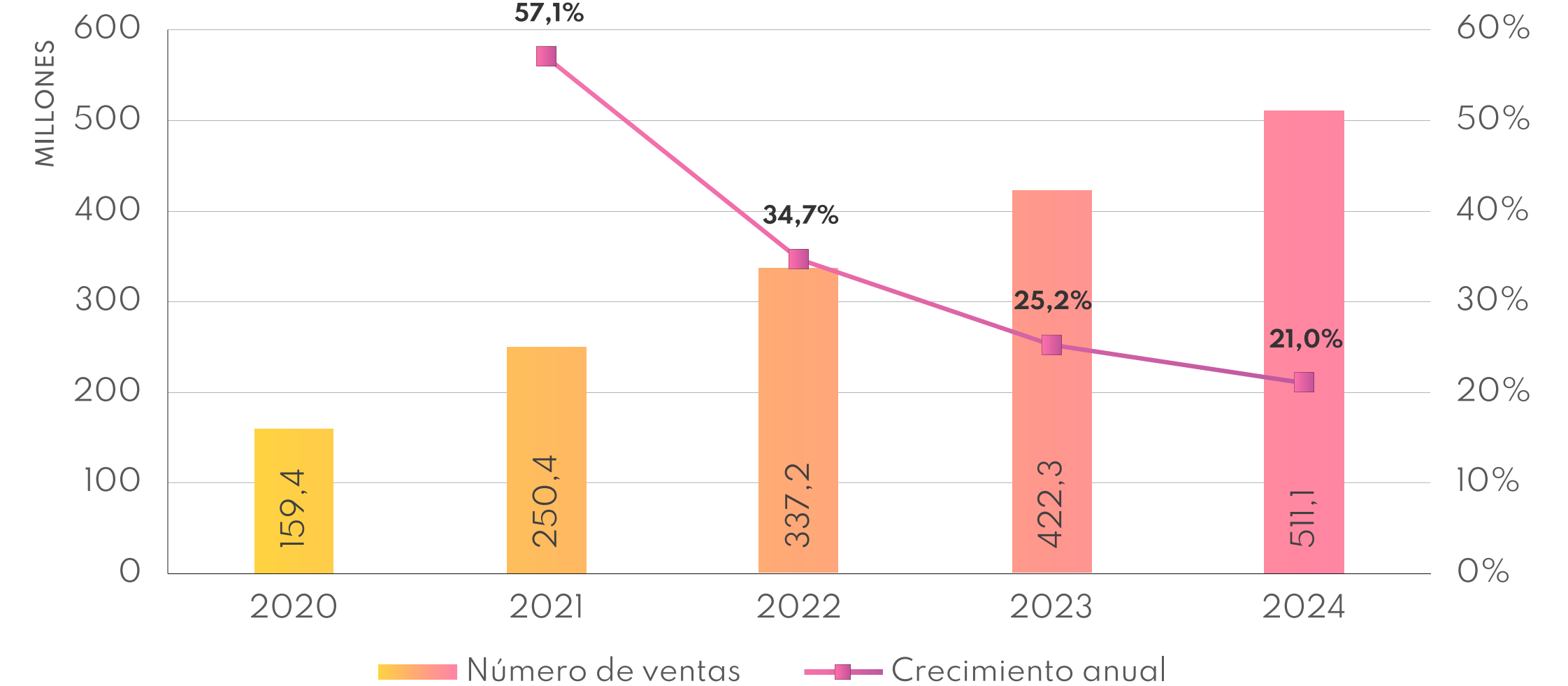


Figura 22. Cifras anuales del número de transacciones de ventas en línea 2020-2024

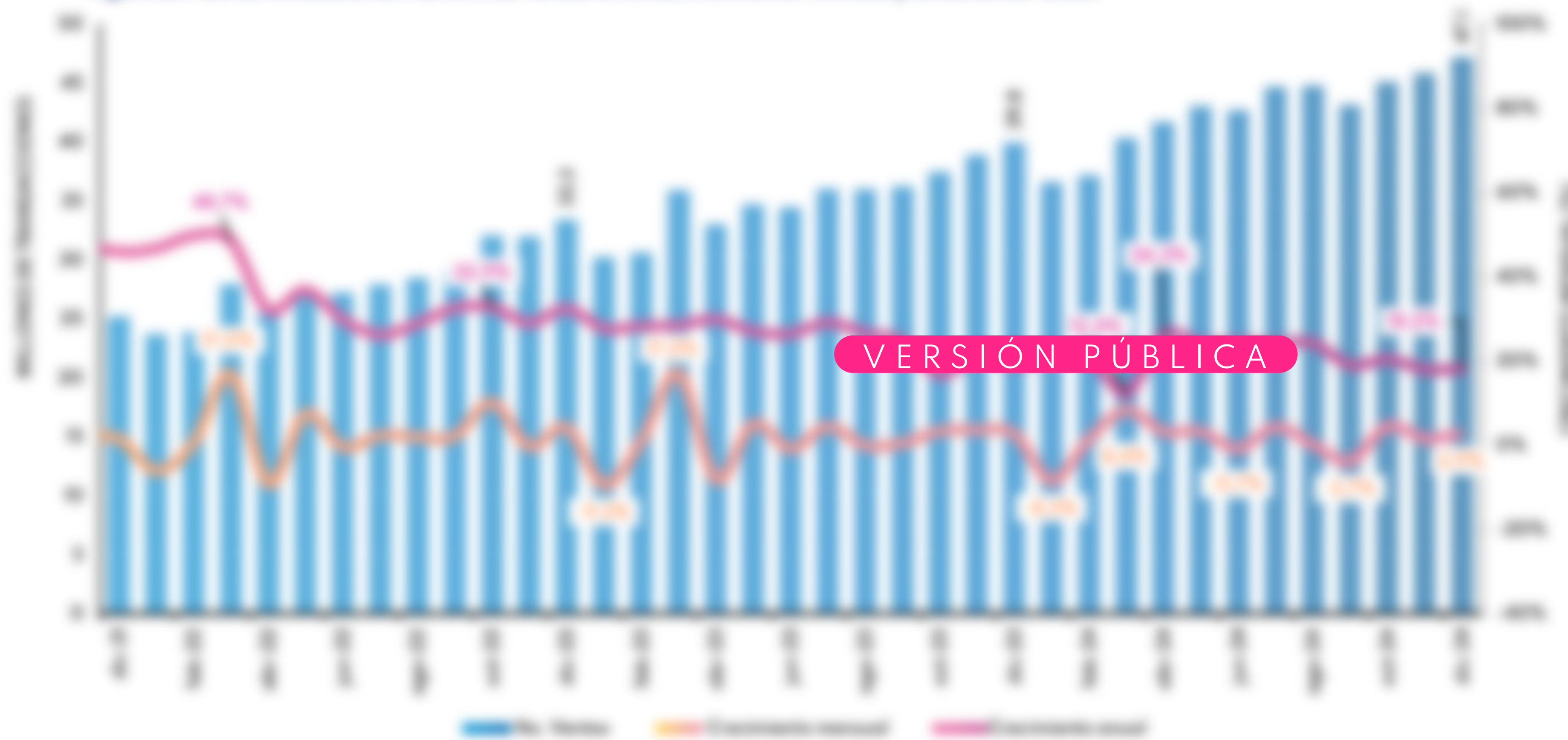


Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de Credibanco, Redeban, Movii y ACH sobre transacciones aprobadas de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 - 2024) *Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización continua de la información en cada una de las fases del proceso; como consecuencia de este proceso se puede presentar cambios en la serie histórica por actualización de la información recibida de parte de las fuentes primarias.

4.2.2

NÚMERO DE TRANSACCIONES DE VENTAS EN LÍNEA MENSUALES

Figura 26. Evolución mensual del número de ventas en línea, crecimiento mensual y anual 2023-2024



Número de ventas e-commerce diciembre de 2024
67 millones
18,2% Crecimiento Anual
2,29% Crecimiento mensual

Nota: Fuente: Elaboración propia de la OCDE a partir de datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el Banco Mundial. Los datos de crecimiento mensual y anual se basan en el promedio de los meses correspondientes del año anterior. El crecimiento mensual se calcula como el porcentaje de cambio en el número de ventas en línea entre el mes anterior y el mes actual. El crecimiento anual se calcula como el porcentaje de cambio en el número de ventas en línea entre el mes actual y el mismo mes del año anterior. Fuente: OCDE y Banco Mundial.

4.2.3

TICKET PROMEDIO

El ticket promedio en 2024 mostró una tendencia más estable que en años anteriores, con variaciones moderadas en los primeros meses y un crecimiento destacado en abril del 14,04 %, que llevó el ticket promedio a COP 209.859.

Desde junio los valores oscilaron entre COP 198.000 y COP 212.000.

Ticket promedio ventas en línea (2020-2024)



Fuente: diseño y cálculos de la GAEP con información de Credibanco, Redeban, ACH y Movii sobre transacciones digitales aprobadas de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020-2024)

CRECIMIENTO ANUAL

2023

2024

COP
197.035

»
4,69%

COP
206.284

4.3

COMPORTAMIENTO MENSUAL DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE COMPRA

En 2024 las categorías de compra que tuvieron mayor participación fueron: tecnología, entretenimiento y otras de retail (ventas minoristas, comidas y bebidas preparadas, domicilios), que en conjunto sumaron el 49 % del mercado.

TOP 3 CATEGORÍAS CON MAYOR PARTICIPACIÓN:

23,8 %
TECNOLOGÍA

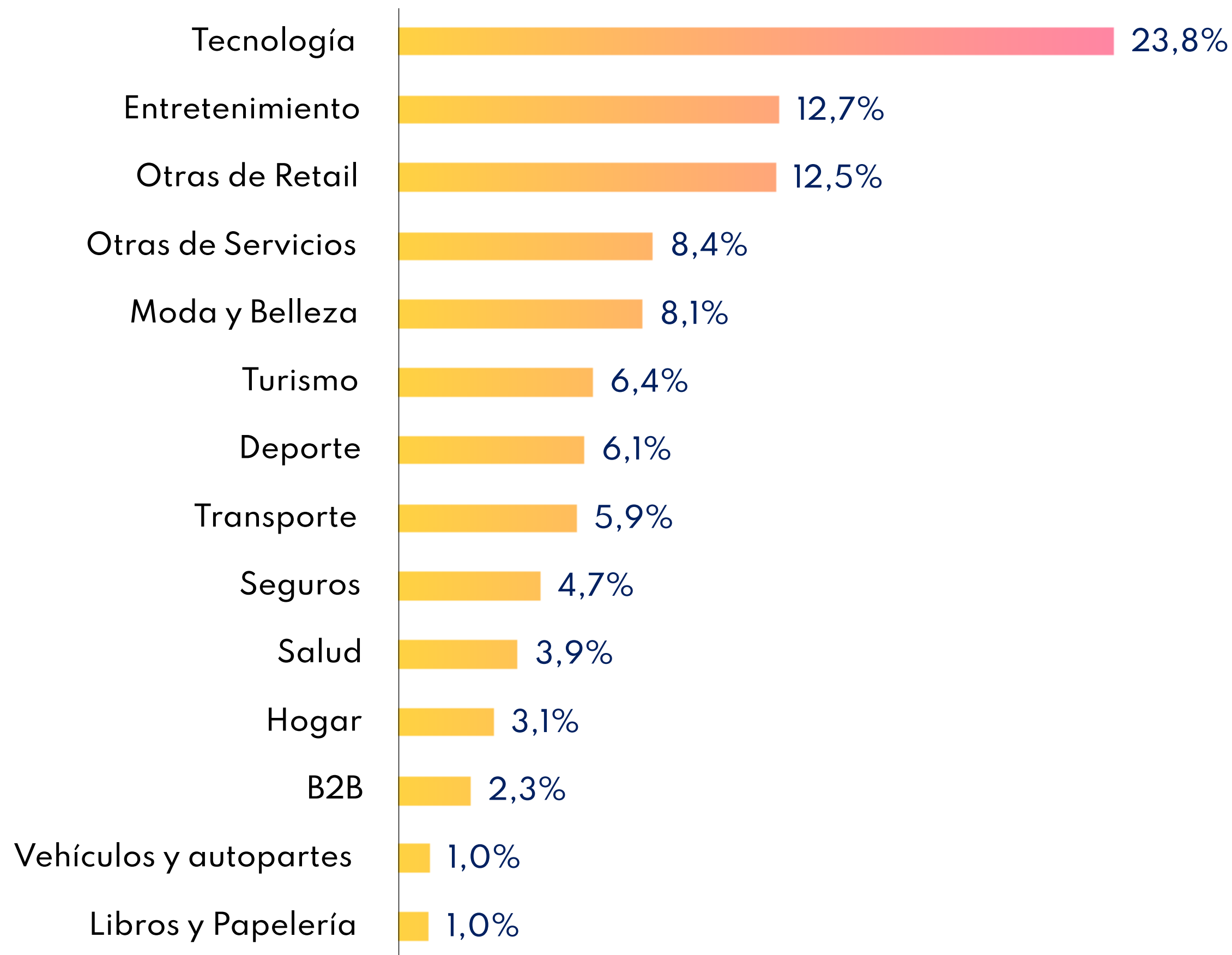
12,7 %
ENTRETENIMIENTO

12,5 %
OTRAS DE RETAIL

49%

Participación de mercado Top 3 categorías

Figura 26. Participación categorías de compra 2024



Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de PayU, Mercado Pago, Pay Valida, Place to Pay - Evertec, ePayco y Wompi (2024). Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización de la información en cada una de las fases del proceso; como consecuencia de este proceso se puede presentar cambios en la serie histórica por actualización de la información recibida de parte de las fuentes primarias.

4.3.1

COMPORTAMIENTO MENSUAL DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE COMPRA



VERSIÓN PÚBLICA



Este estudio es una herramienta de diagnóstico que muestra el comportamiento de los consumidores en el mercado de alimentos y bebidas. Los datos se basan en encuestas realizadas a nivel nacional durante el periodo de estudio. El estudio tiene como objetivo principal identificar las tendencias de consumo y las necesidades de los consumidores en el mercado de alimentos y bebidas. Los datos se presentan en forma de gráficos y tablas para facilitar el análisis y la interpretación de los resultados. Este estudio es una herramienta de diagnóstico que muestra el comportamiento de los consumidores en el mercado de alimentos y bebidas. Los datos se basan en encuestas realizadas a nivel nacional durante el periodo de estudio. El estudio tiene como objetivo principal identificar las tendencias de consumo y las necesidades de los consumidores en el mercado de alimentos y bebidas. Los datos se presentan en forma de gráficos y tablas para facilitar el análisis y la interpretación de los resultados.

4.3.1

COMPORTAMIENTO MENSUAL DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE COMPRA

Figura 18
ALIMENTOS



Figura 19
BEBIDAS



Figura 20
HIGIENE



Figura 21
CUIDADO PERSONAL



VERSIÓN PÚBLICA

Este informe es una herramienta de diagnóstico que muestra el comportamiento de las categorías de compra en el mercado de alimentos y bebidas en México. Los datos fueron obtenidos a través de un estudio de mercado que se realizó en el primer trimestre de 2019. El presente informe es una versión preliminar y puede estar sujeto a cambios. Para más información, contacte a la empresa encargada del estudio.

4.3.1

COMPORTAMIENTO DE LA VARIACIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE COMPRA 2024

Figura 41. Variación categorías de compra 2024

En 2024 las categorías de compra en línea registraron diferentes fluctuaciones.

Con una contracción de 28,3 % en el primer trimestre, seguida de una recuperación que culminó en un crecimiento del 20,19 , en el cuatro trimestre.

Libros y Papelería (+340,48 %), Hogar (+118,26 %) y Moda y belleza (+109,05 %) evidenciaron una marcada estacionalidad.

Categorías de compra	2024 - I	2024 - II	2024 - III	2024 - IV
B2B	-61,86%	8,82%	2,61%	2,87%
Deporte	-15,46%	1,37%	45,03%	2,69%
Entretenimiento	12,45%	61,68%	-22,72%	15,11%
Hogar	-19,90%	31,96%	4,07%	118,26%
Libros y Papelería	70,34%	-49,58%	6,68%	340,48%
Moda y Belleza	-9,30%	15,46%	-16,73%	109,05%
Otras de Retail	-38,27%	-3,70%	11,62%	20,37%
Otras de Servicios	-33,70%	-4,59%	13,62%	-32,51%
Salud	-25,63%	25,63%	-7,87%	20,37%
Seguros	-67,83%	1,98%	6,13%	13,61%
Tecnología	-21,93%	50,66%	-23,25%	20,80%
Transporte	-25,23%	32,64%	17,00%	15,12%
Turismo	-6,03%	7,91%	-1,65%	-2,20%
Vehículos y autopartes	7,67%	13,21%	7,13%	13,23%
Total	-28,30%	22,52%	-5,44%	20,19%

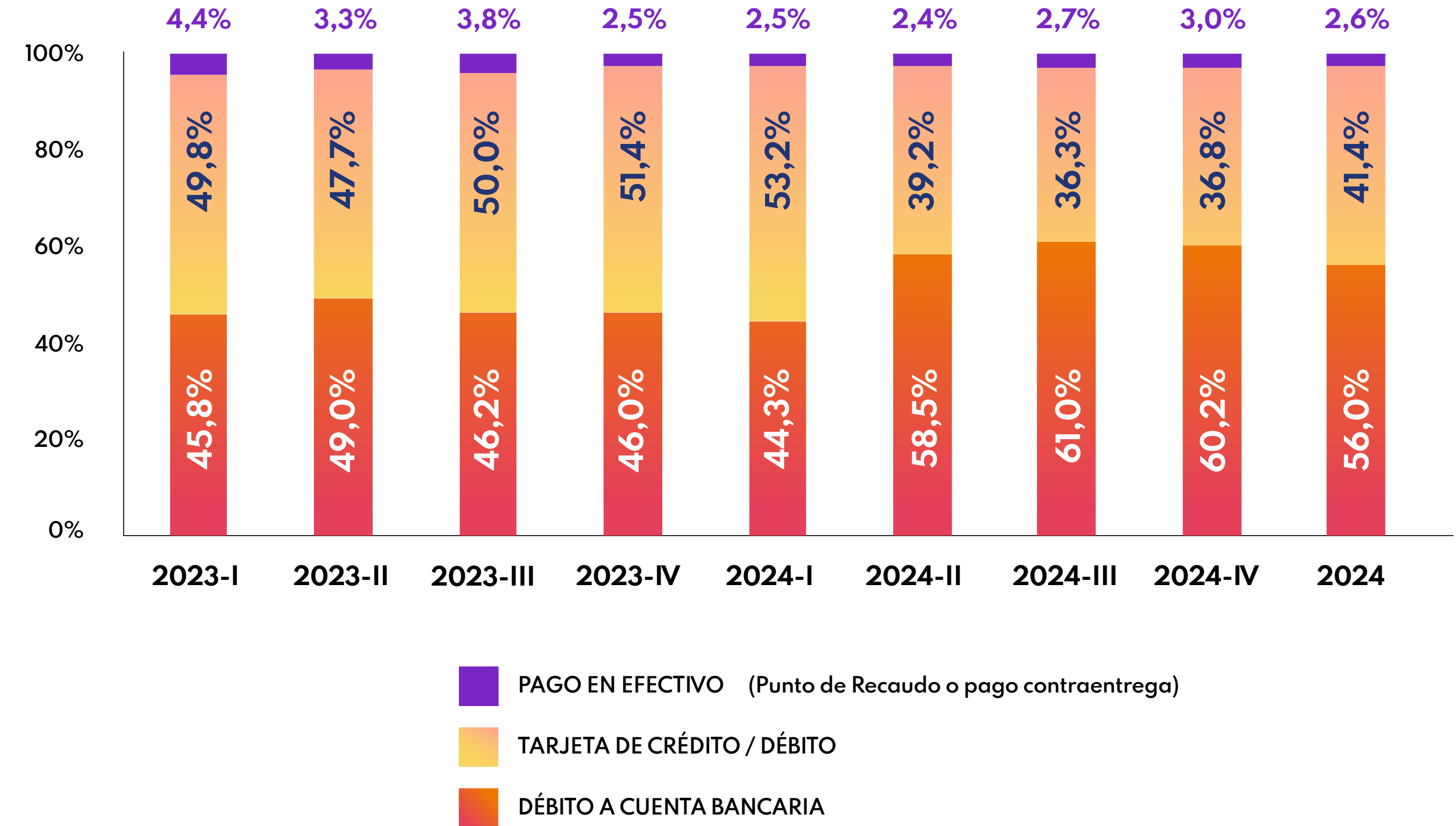
Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de PayU, Mercado Pago, Pay Valida, Place to Pay - Evertec, ePayco y Wompi (2023). Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización de la información en cada una de las fases del proceso; como consecuencia de este proceso se puede presentar cambios en la serie histórica por actualización de la información recibida de parte de las fuentes primarias.

4.4

MEDIOS DE PAGO 2024

La participación de cada medio de pago en 2023 y 2024 fue:

Figura 42. Distribución de participación de los medios de pago en ventas en línea 2023-2024



Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de PayU, Mercado Pago, Pay Valida, Place to Pay – Evertec, ePayco y Wompi (2024).
 Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización de la información en cada una de las fases del proceso; como consecuencia de este proceso se puede presentar cambios en la serie histórica por actualización de la información recibida de parte de las fuentes primarias.

Desde la CCCE agrupamos los medios de pago en tres grandes categorías:



Pago con débito a la cuenta bancaria o PSE



Pago con tarjeta de crédito o débito



Pago en efectivo, que puede contemplar el pago en puntos de recaudo o pago contra entrega

4.4

TRANSACCIONES DIGITALES

El comercio electrónico en Colombia ha sido resiliente frente al entorno macroeconómico y ha poseído un alto nivel de adaptación.

Crecimiento anual

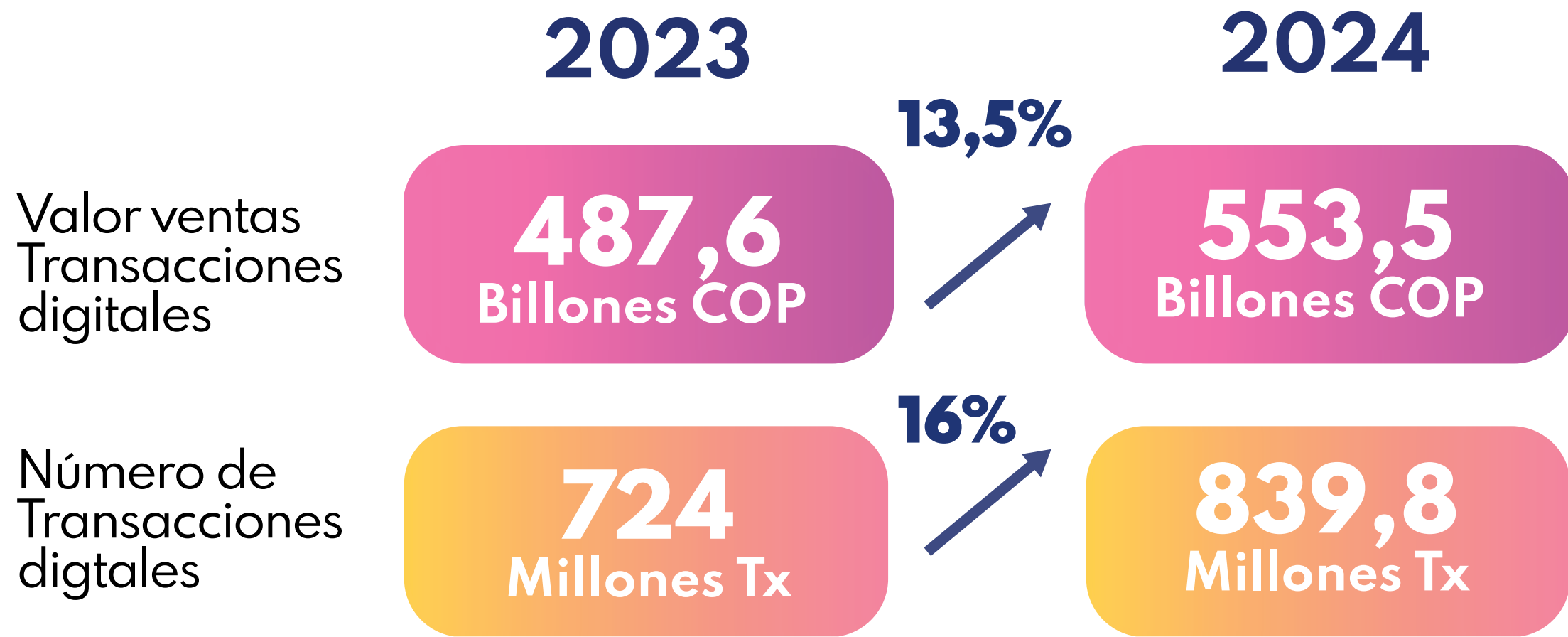


Figura 43. Cifras anuales del valor de transacciones digitales 2020-2024

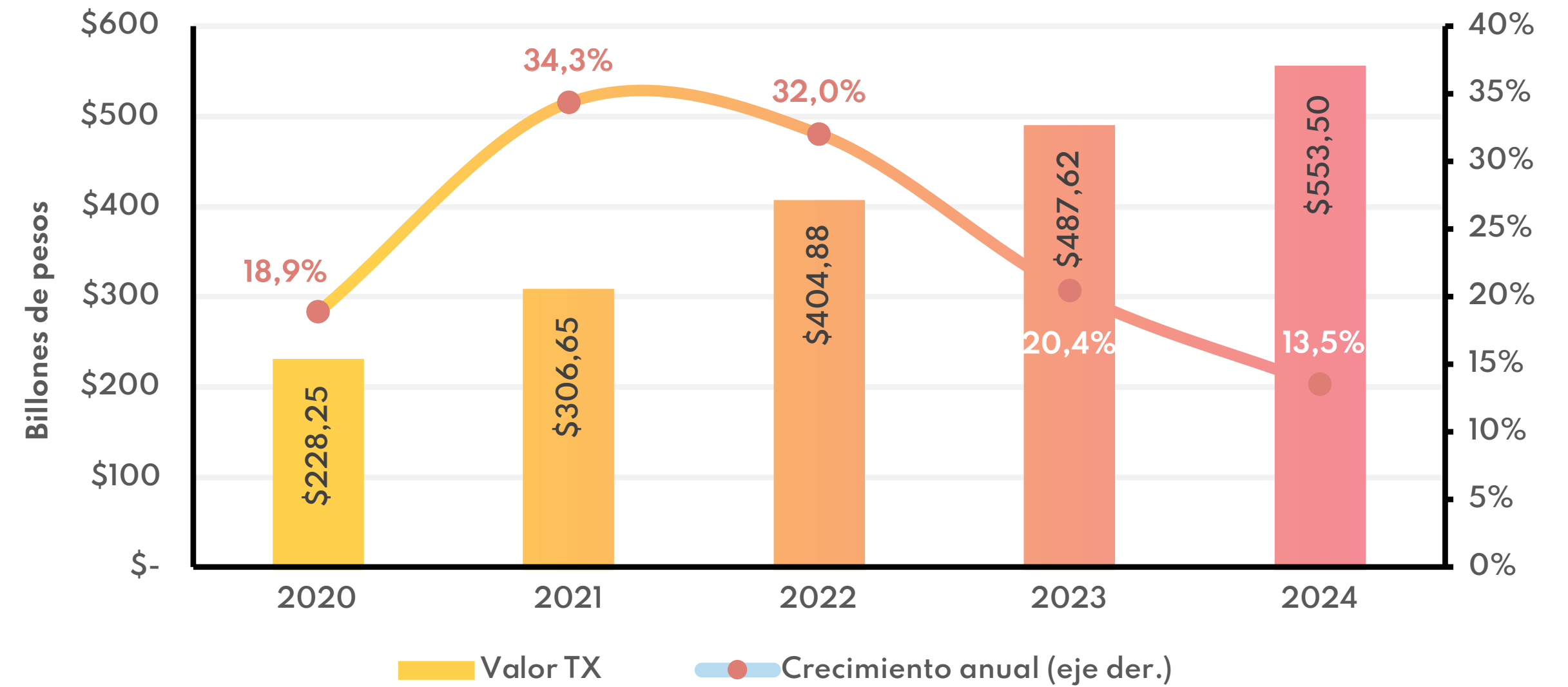
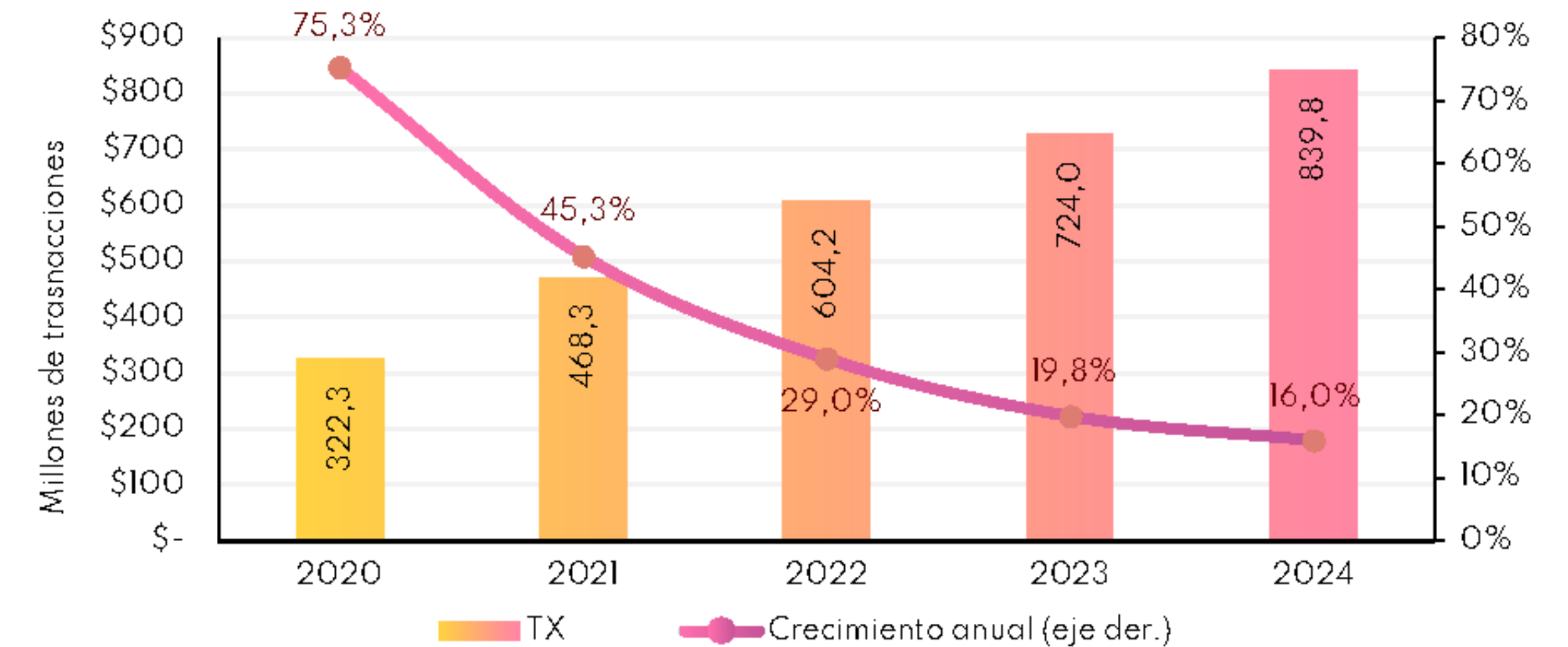


Figura 44. Cifras anuales del número de transacciones digitales 2020-2024



Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de Credibanco, Redeban, Movii y ACH sobre transacciones aprobadas de compra realizadas y pagadas a través de Internet (2020 - 2024) *Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización continua de la información en cada una de las fases del proceso; como consecuencia de este proceso se puede presentar cambios en la serie histórica por actualización de la información recibida de parte de las fuentes primarias.

4.5.1

VALOR DE TRANSACCIONES DIGITALES

Figura 4.5.1.1. Evolución del valor de transacciones digitales en millones de pesos



VERSIÓN PÚBLICA

Figura 4.5.1.2. Composición del valor de transacciones digitales



Figura 4.5.1.3. Composición del valor de transacciones digitales 2020



4.5.2

NÚMERO DE TRANSACCIONES DIGITALES

Figura 4.5.2.1: Evolución del número de transacciones digitales con tarjeta de crédito y débito

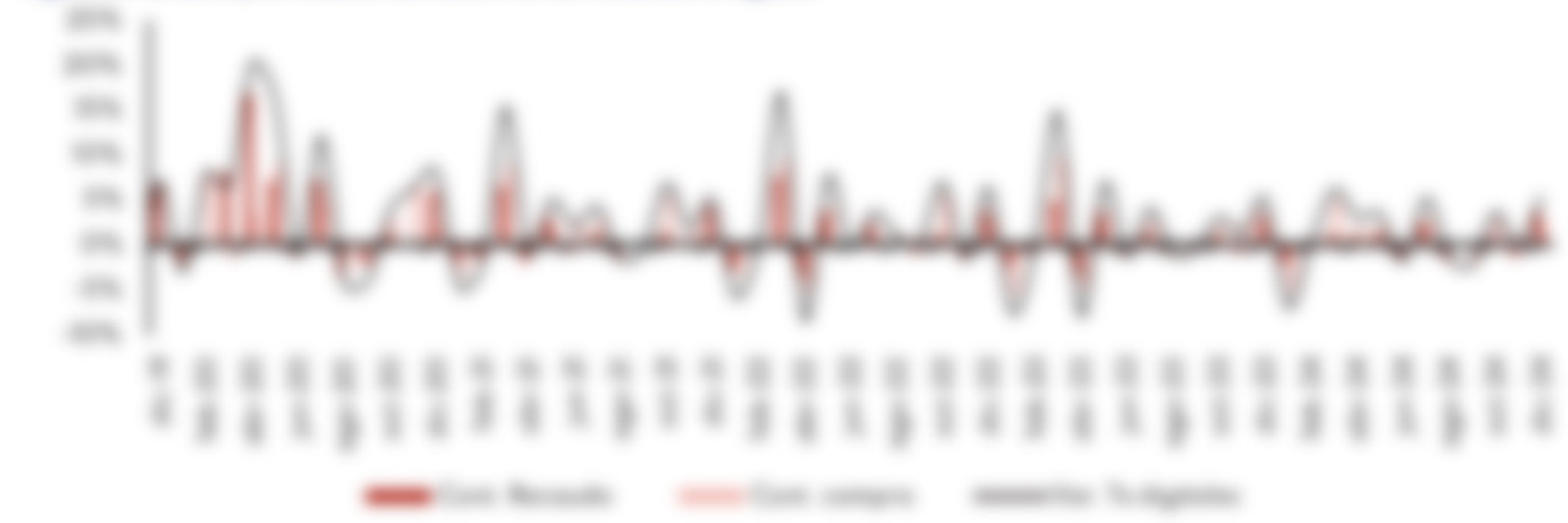


VERSIÓN PÚBLICA

Figura 4.5.2.2: Composición del número de transacciones digitales 2023



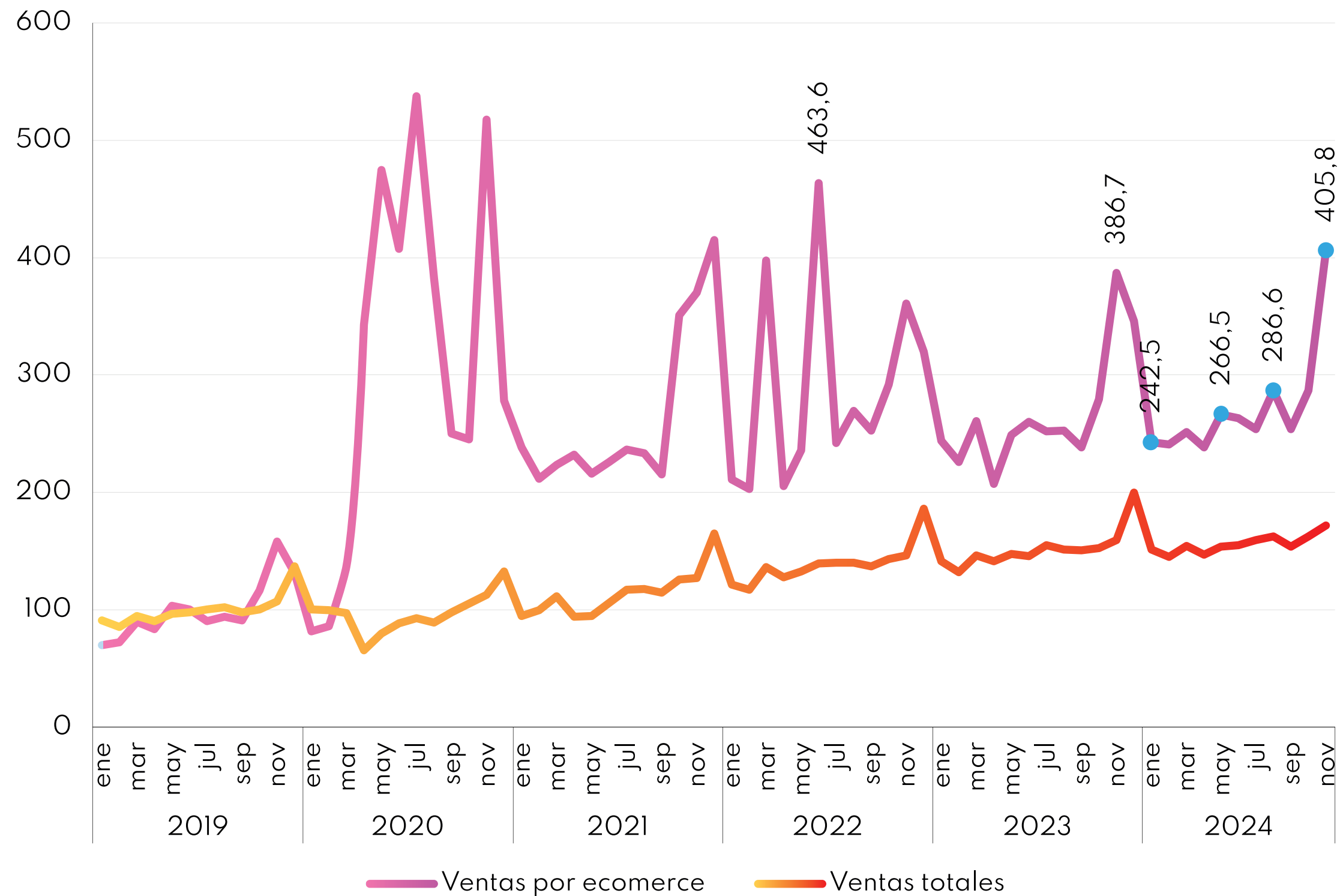
Figura 4.5.2.3: Evolución del número de transacciones digitales



4.6

COMERCIO ELECTRÓNICO MINORISTA - ÍNDICE DE VENTAS

Figura 51. Evaluación índice ventas minoristas totales, por comercio minorista y por canales destinados al comercio electrónico. Base = 2019



El análisis histórico del índice de ventas minoristas totales demuestra que el comercio electrónico ha evolucionado de ser un canal emergente para convertirse en un pilar fundamental para el futuro del comercio minorista en Colombia.

En 2024, las ventas por comercio electrónico comenzaron el año con un índice de 242,5 en enero, mostrando un crecimiento progresivo a lo largo de los meses. Para abril, el índice se situó en 266,5, manteniendo una tendencia estable hasta mediados del año. A partir de julio, el comercio electrónico experimentó un incremento significativo, alcanzando 286,6 en agosto y cerrando en octubre con un índice de 405,8, reflejando un fuerte repunte en la actividad comercial.

Este comportamiento sugiere una mayor estacionalidad en las ventas digitales, con picos de demanda previos a la temporada de compras de fin de año.

Fuente: Diseño CCCE con datos del DANE, Encuesta Mensual de Comercio(2025)

4.7

PROYECCIONES DE CRECIMIENTO DE 2025

Figura 4.7. Participación del comercio electrónico en las ventas minoristas totales en Colombia, 2019-2025



VERSIÓN PÚBLICA

En 2024, la participación del comercio electrónico en las ventas minoristas totales en Colombia mostró un patrón de estabilidad con incrementos notables que coincidieron con períodos críticos como la temporada de fin de año.

Desde enero hasta abril, la participación se mantuvo constante en un 11%, reflejando una demanda estable en fluctuaciones significativas. A medida que avanzaba el año, se observaron ligeros aumentos en mayo y junio, donde la participación alcanzó el 12%. No obstante, esta participación se quedó nuevamente al 11% en julio y septiembre. Los meses de agosto y octubre, por su parte, destacaron con un aumento hasta el 13%. Un notable incremento se observó en noviembre, durante la temporada de fin de año, cuando la participación del comercio electrónico llegó hasta el 22%.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Cámara Colombiana del Comercio Electrónico (CCE).

4.8

PROYECCIONES DE CRECIMIENTO DE 2025



4.9

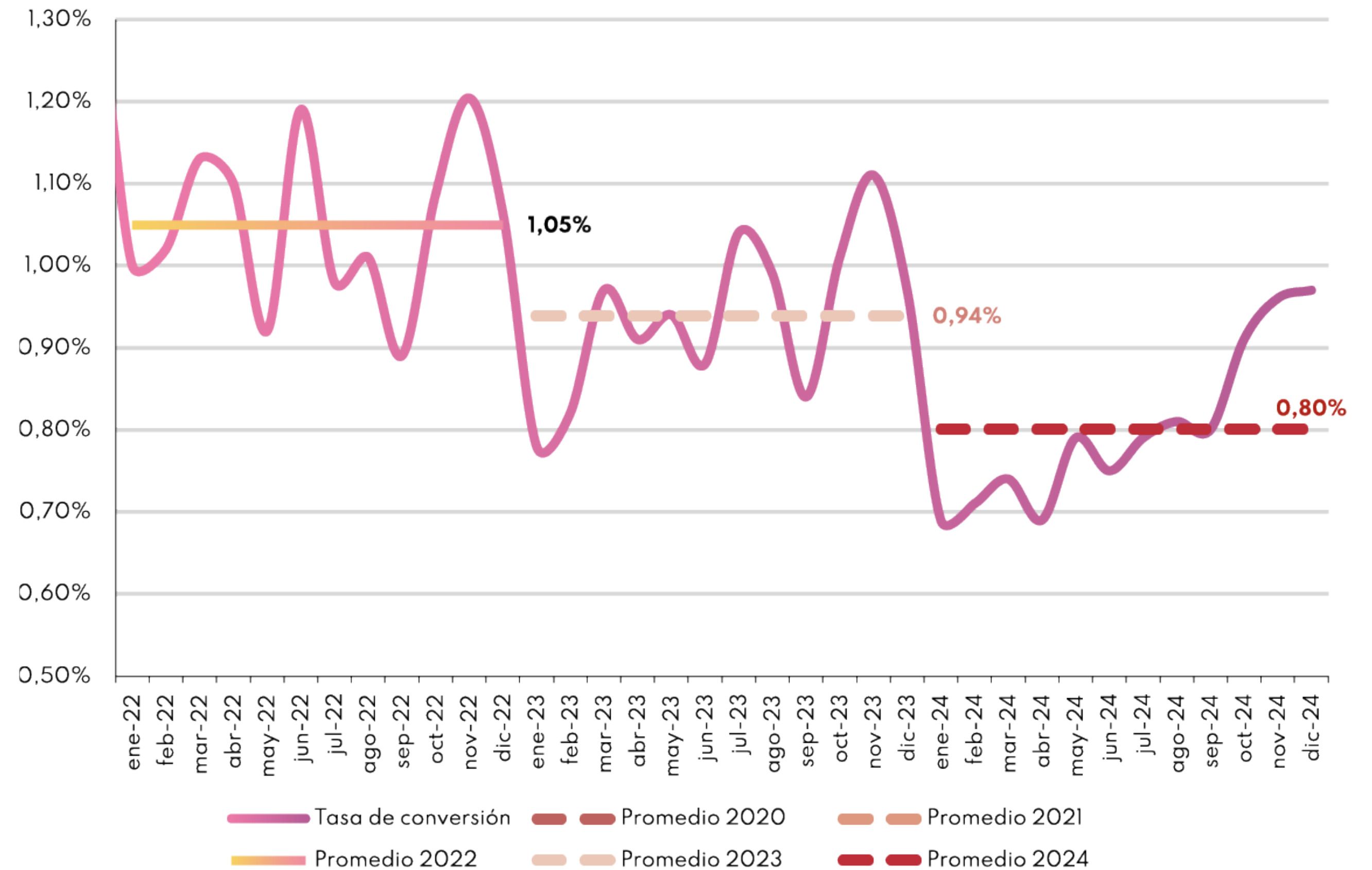
TASA DE CONVERSIÓN 2022-2024

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 acuerdo con los datos suministrados por la empresa ICOMM, la tasa de conversión en el periodo 2022-2024 muestra una tendencia decreciente, pasando de un promedio del 1,05 % en 22 a un 0,80 % en 2024.

Estos datos reflejan la necesidad de explorar acciones para optimizar la experiencia de compra en línea y de esa manera aumentar la tasa de conversión.

Figura 53. Tasa de conversión 2022-2024



Fuente: Diseño CCCE con información de ICOMM (2022 y 2024)

4.10

PORCENTAJE DE REBOTE

El porcentaje de rebote muestra el número de personas que salen de la página web o tienda online sin haber hecho el menor clic.

En 2024 los canales con mayor porcentaje de rebote fueron Otros y Redes sociales con el 38.1% y con 27.4%.

Los canales o canales con menor tasa de rebote fueron Google CPC y Google Orgánico con el 19.7% y el 22.3%.

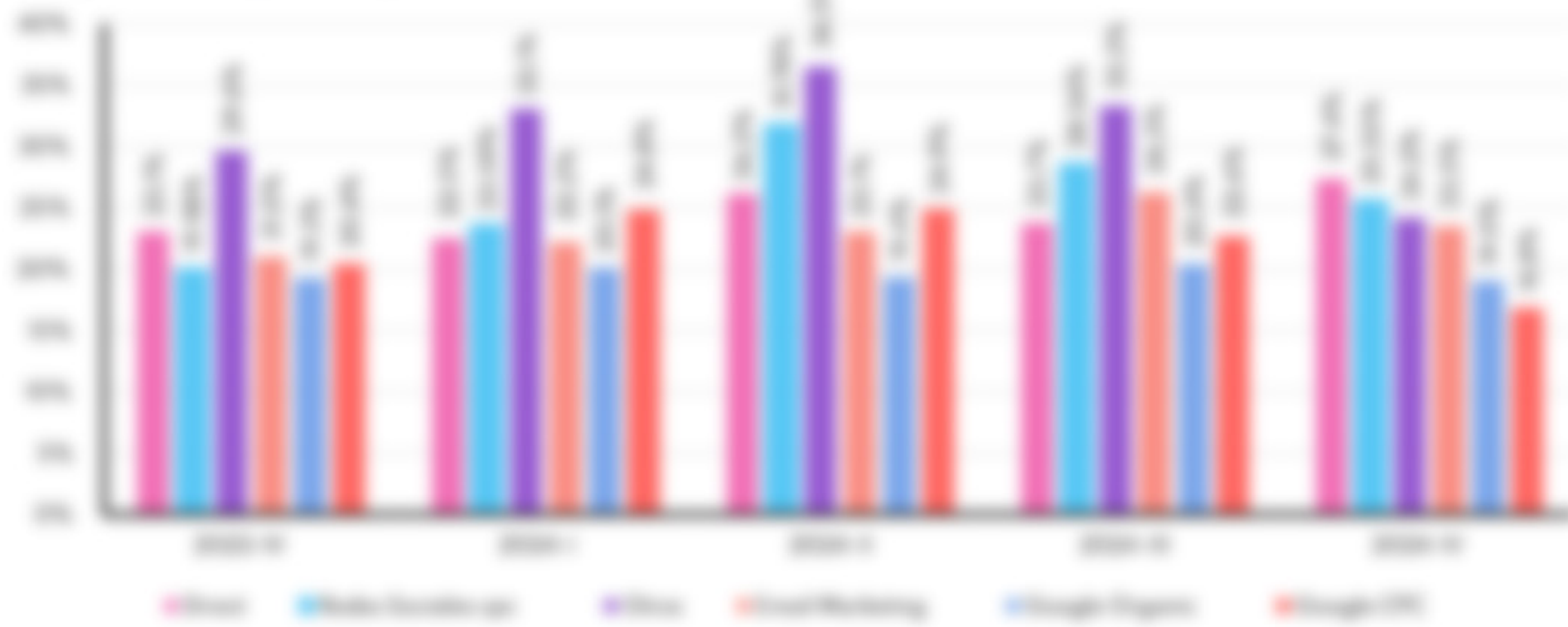
<https://www.inec.es/indicadores/indicadores-4>

Figura 48. Porcentaje de rebote por canal de origen desde 2019-2024



VERSIÓN PÚBLICA

Figura 49. Porcentaje de rebote por canal de origen desde 2019-2024



5 RECUADRO COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS

ANÁLISIS ECONÓMICO Y PROYECTOS

Recuadro 1: Comercios no especializados

¿QUÉ SON?

Son establecimientos de comercio al por menor de productos cuyo surtido está compuesto principalmente de alimentos (víveres en general), bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco.

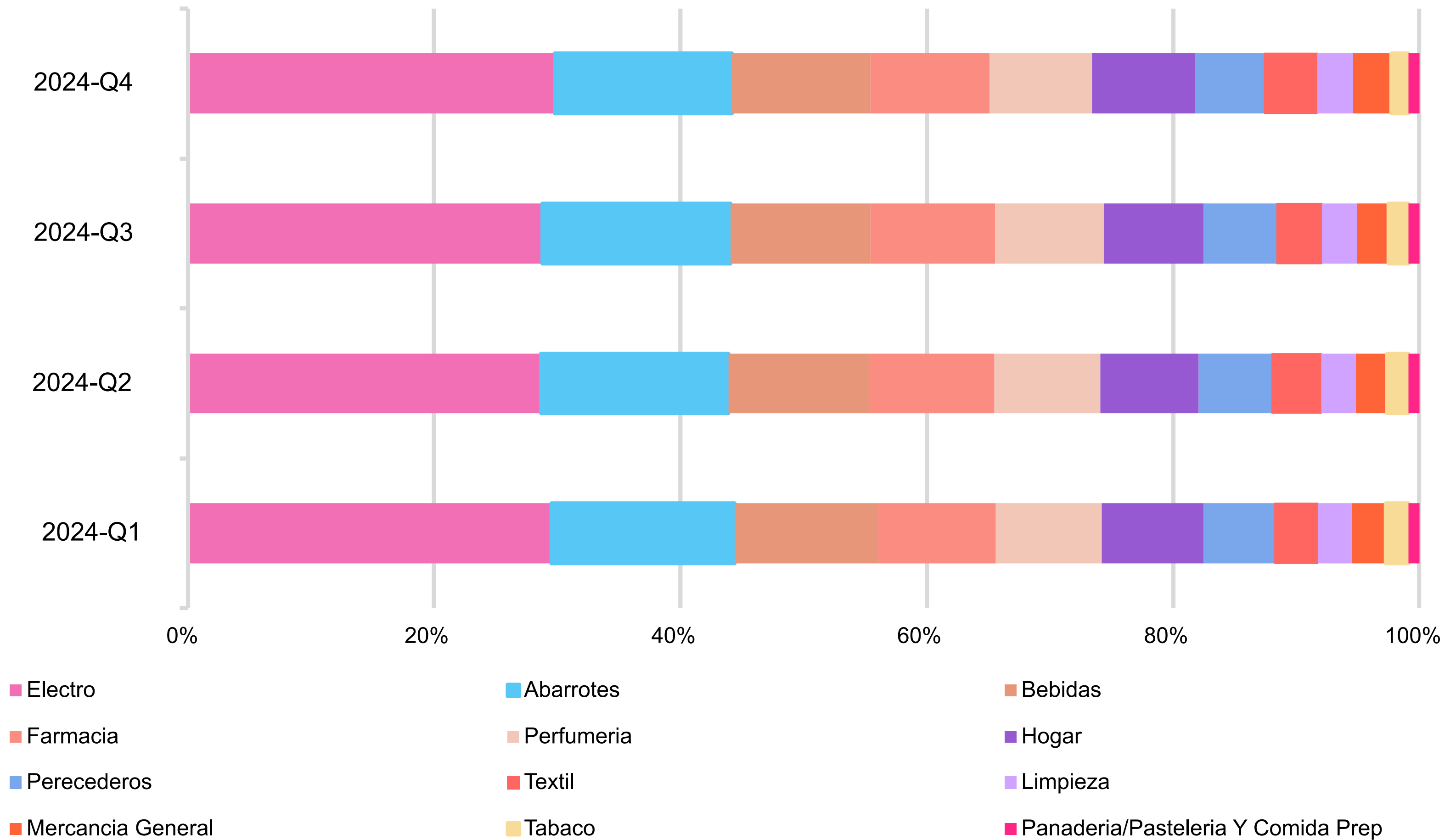
No obstante, expenden otras mercancías para consumo de los hogares tales como vestuario, electrodomésticos, muebles, artículos de ferretería, cosméticos, entre otros.

LOS DATOS

La información contenida en este recuadro fue suministrada por Nielsen.

El universo de los datos corresponde a cadenas como: Éxito, Olímpica, Cruz Verde, D1, Ara, entre otras.

Figura 56. Participación negocio eCommerce 2024



Fuente: Diseño CCCE con datos del Nielsen (2024)

Recuadro 1: Comercios no especializados

TOP 9 DE CATEGORÍAS DE VENTAS POR COMERCIO ELECTRÓNICO EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS

Tabla 1. Top 9 categorías de ventas en comercios no especializados

Categorías	2024 - I	2024 - II	2024 - III	2024 - IV	2024
Cervezas	3.7%	2.8%	2.7%	2.7%	2.8%
Quesos	1.5%	1.6%	1.6%	1.5%	1.6%
Gaseosas	1.5%	1.5%	1.4%	1.4%	1.5%
Pan de Azúcar	1.4%	1.4%	1.4%	1.3%	1.4%
Carnes frías	1.2%	1.4%	1.4%	1.2%	1.4%
Huevos de gallina	1.2%	1.2%	1.2%	1.1%	1.2%
Leche larga vida	1.2%	1.2%	1.2%	1.1%	1.2%
Detergente para ropa	0.9%	1.0%	0.9%	0.9%	0.9%
Bebidas lácteas	0.7%	0.8%	0.8%	0.7%	0.8%

Nota: Fuente: INEC, datos de ventas en pesos



6 ASPECTOS CLAVES SOBRE POLÍTICA PÚBLICA

ANÁLISIS ECONÓMICO Y PROYECTOS

6.1

ASPECTOS CLAVE SOBRE POLÍTICA PÚBLICA

Ley 2300 de 2023 "Por medio de la cual se establezcan medidas que protejan el derecho y la intimidad de los consumidores".

Con la entrada en vigencia de la Ley 2300, conocida como la ley "deja de hacer", una enfoque principal era la regulación de los gestores de cobranza, se han incorporado disposiciones que también afectan las relaciones comerciales. La ley establece restricciones para el envío de mensajes publicitarios mediante SMS, aplicaciones de mensajería web, correo electrónico y llamadas telefónicas con fines comerciales o publicitarios, delimitando horarios específicos para estas intervenciones.

Aunque la normativa estaba inicialmente dirigida a los gestores de cobranza, su implementación afectará directamente a los consumidores, afectando la comunicación entre productores y/o proveedores de bienes o servicios y los consumidores.

Esta disposición refleja la necesidad de obtener la información expresa de los consumidores para contactarles, así como el cumplimiento estricto de los fines y los aspectos establecidos por la ley, evitando significativamente los riesgos de contaminación comercial.

Considerando esta situación, el grupo presentó demandas de constitucionalidad ante el Consejo Constitucional involucrando a la ley en cuestión. El Consejo Constitucional se pronunció sobre la constitucionalidad de la ley, considerando que la ley no viola el principio de igualdad y no genera discriminación alguna. El Consejo Constitucional se pronunció que no corresponde con los criterios de control de demandas de este tipo, acordando los recursos establecidos por la norma susceptible. Otras demandas presentadas contra la ley también fueron rechazadas, excepto una que cubrió en un fallo donde se declaró la inaplicabilidad de la norma si no encuentra argumentos válidos de inconstitucionalidad.

Las dificultades operativas relacionadas con el Registro de Números Excluidos han generado cuestionamientos sobre el RNE con respecto a

formas de acceso o reservas al consentimiento de los titulares de la información. Según la normativa, los productores y proveedores de bienes y servicios están obligados a consultar el listado del RNE de la CNL para verificar a los titulares de la información antes de enviar y qué canales tienen restringidos.

De este modo, deben obtenerse de estos contenidos publicitarios o comerciales a los consumidores que hayan sido excluidos de estos envíos. Además, de acuerdo con la Superintendencia de Industria y Comercio, se establece que las intervenciones dirigidas previamente por los titulares para fines de propaganda comercial se entenderán revocadas a partir de su inscripción en el RNE.

Como parte de una nueva estrategia, el grupo busca explorar y reglar otras intervenciones de relacionamiento al Congreso. Actualmente, la CCCB ha llevado a cabo diversas reuniones con actores del gobierno, con el objetivo de evidenciar los efectos negativos que la ley genera en la industria.

VERSIÓN PÚBLICA

6.1

ASPECTOS CLAVE SOBRE POLÍTICA PÚBLICA

De Minimis:

El régimen de minimis en Colombia, diseñado inicialmente para facilitar el comercio internacional, ha generado una serie de beneficios. Sin embargo, con el desarrollo y expansión del comercio electrónico, los beneficios del comercio transfronterizo han cambiado significativamente. Tanto para este nuevo escenario como para los países desarrollados, el comercio electrónico genera un impacto que trasciende los fronteras, un fenómeno que está en sintonía con la realidad actual, lo que ha generado una importante demanda para muchos economistas.

En todo los consumidores han disfrutado de acceso a productos importados a precios bajos, el impacto en la industria y el comercio nacional es evidente. Este tipo, concebido para simplificar el comercio de bienes de bajo valor, ha facilitado la entrada de importaciones de bajo costo que pueden afectar significativamente la economía local al desplazar productos nacionales y reducir la demanda misma.

Entre los impactos más destacados se encuentran:

- 1. **Desarrollo competitivo para las empresas locales.** Las MIPymes y otras empresas locales enfrentan oportunidades y retos que impactan en los mismos negocios y productos.
- 2. **Exención del impuesto local.** La exención del IVA sobre estos productos reduce los costos de producción y mejora la competitividad de los productos locales.
- 3. **Reducción del empleo.** La presión competitiva sobre las empresas locales deriva en recortes de personal y menor inversión en capacidades productivas.

Desde el gobierno, consideramos fundamental adoptar medidas que mitiguen estos impactos, mejorando el cumplimiento y respeto de lo dispuesto en el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, en necesidad de seguir bajo alguna circunstancia en modificaciones e integración. Una mejoración del

TLC debería que respalde el respeto de los intereses nacionales, se cree un nuevo formato un entorno regulatorio que promueva el desarrollo del comercio electrónico en Colombia, promoviendo tanto la competitividad como el acceso de los consumidores a productos importados en condiciones equivalentes a los productos en Colombia y ofreciendo mejores por agentes de comercio que han hecho grandes inversiones en el país.

VERSIÓN PÚBLICA

6.1

REVERSIÓN DE PAGOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Reversión de Pagos en el Comercio Electrónico:

La CCCB ha trabajado durante varios años en una reglamentación del derecho de reversión que se ajuste a la realidad y al funcionamiento del sistema de pagos en el país. En 2024, gracias al acercamiento con la secretaría de Desarrollo Empresarial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se retomó nuevamente la mesa de trabajo para el proceso sobre el derecho de reversión de pagos en el comercio electrónico y su impacto en el desarrollo de la industria.

Asimismo, en colaboración intergubernamental, se estructuró una propuesta de modificación al Decreto 187 de 2016. Los cambios propuestos contemplan

ajustar el procedimiento del derecho, permitiendo que el comercio resuelva la situación directamente con el consumidor antes de efectuar la reversión, además de incorporar nuevas obligaciones de responsabilidad.

Gracias a la gestión del gerente y al trabajo conjunto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se logró incluir el proyecto regulatorio para modificar el derecho de reversión de pagos en la agenda regulatoria de la entidad para 2025.

VERSIÓN PÚBLICA

6.1

ASPECTOS CLAVE SOBRE POLÍTICA PÚBLICA

Proyecto de Ley 029 de 2024 - Salud Mental:

A pesar de que el proyecto de ley busca implementar medidas para la prevención y atención de trastornos y enfermedades mentales, es importante considerar el costo de salud mental. Durante el proceso de debate se incluyó un artículo que pone en riesgo los derechos fundamentales, como la libertad de expresión.

Específicamente el artículo establece que la Comisión de Regulación de Comunicaciones deberá supervisar y moderar contenidos digitales en plataformas y redes sociales. Esta medida podría tener un impacto negativo en la protección de los usuarios, en particular planteando riesgos significativos para derechos como la libertad de expresión y el acceso a la información.

Las nuevas facultades atribuidas a la CRC para regular y vigilar los contenidos en internet exceden su mandato legal y técnico.

establecidos en las Leyes 146 de 2009 y 1978 de 2016. Esto representa una amenaza al pluralismo informativo, a la neutralidad de la red y a otros derechos fundamentales. Si que el diseño es una entidad técnica al rol de moderadores de contenidos otorga un poder excesivo, lo que podría dar lugar a arbitrariedades y restricciones a la pluralidad de ideas en el entorno digital.

Este artículo también afecta el acceso a información diversa y la creación de contenido independiente. Además, el concepto de 'parámetros de autorregulación' incluido en el artículo contradice la naturaleza misma de la autorregulación, que se basa en el liderazgo de las empresas para desarrollar códigos éticos adaptados a sus contextos.

La imposición de estándares obligatorios como se plantea en el proyecto de ley desde un ente estatal desvirtúa este mecanismo y afecta su aplicación.

En respuesta a este artículo, la COCIB, en coordinación con otros grupos de interés, realizará acciones para mitigar el impacto de este dispositivo. Incluso, en consulta con distintos miembros de la República, el grupo hizo una redacción que permitiera fortalecer los intereses. Tomado también a los contenidos concernientes incluidos en Congreso y los movimientos con diferentes organizaciones proactivas en el sector regulatorio para emitir este nuevo artículo sobre el sector digital. El proyecto fue aprobado en su versión y el artículo 10 del artículo 10 que se sugiere manteniendo su impacto y evitando entrar en vigor.

VERSIÓN PÚBLICA

6.1

ASPECTOS CLAVE SOBRE POLÍTICA PÚBLICA

Ley de Ley 261 de 2024 - "Por medio de la cual se regulan el acceso de niños, niñas y adolescentes a los servicios de redes sociales, plataformas digitales de interacción social, internet y se dictan otras disposiciones"

El proyecto de ley tiene como objetivo regular el acceso y uso de las redes sociales y plataformas digitales de interacción social en internet, con el fin de proteger a los niños, niñas y adolescentes frente a los riesgos que pueden afectar su seguridad, integridad física, mental y física, derivados del uso inapropiado de dichas plataformas.

En embargo, el proyecto plantea una serie de medidas que no se aplican completamente a la realidad digital actual. Inicialmente,

la iniciativa establece como edad mínima para ser titular de una cuenta o usuario de estas plataformas los 16 años. Este rango de edad no considera de manera adecuada la capacidad de discernimiento de niños, niñas y adolescentes con sus respectivas capacidades cognitivas como lo planteado en el proyecto de ley.

Además, el proyecto plantea el restringir el acceso a herramientas digitales que les permitan compartir opiniones, ideas y participar en espacios de interacción digital, entre otros.

Concedido a lo anterior, el proyecto contempla que las plataformas digitales de redes sociales o servicios de interacción social en internet deberán bloquear el acceso y uso de cuentas de niños, niñas y adolescentes entre las 22:00 h y las 06:00 h.

Los procedimientos digitales mencionados de esta ley son regulatorios, no son más procedimientos operativos de manera global y están disponibles las 24 horas del día. Es que dichos artículos bloquean servicios para usuarios registrados en horarios determinados.

Desde el gobierno se continuará mejorando el marco de esta propuesta de ley en los próximos meses, con el objetivo de mitigar los posibles impactos en la industria.

VERSIÓN PÚBLICA

6.1

ASPECTOS CLAVE SOBRE POLÍTICA PÚBLICA

Proyecto de Ley 216 de 2024 - "Por medio del cual se establece la obligatoriedad de un registro biométrico para la apertura de un depósito de bajo monto o cuenta bancaria"

El proyecto de ley tiene como objetivo establecer la obligatoriedad de un registro biométrico como requisito para la apertura de un depósito de bajo monto o cuenta bancaria. Esta medida tendrá un impacto significativo en el sector financiero, ya que dispone que dicho proceso solo pueda realizarse de manera presencial y mediante un registro biométrico.

Al introducir nuevos requisitos y trámites para la apertura de depósitos de bajo monto, el proyecto de ley desconstruye normativas vigentes que establecen que los procedimientos para este tipo de productos financieros deben ser simplificados y que la verificación del contenido y la veracidad de la información del cliente no requiere su presencia física. Contradiciendo lo señalado en el artículo 2151.3 del Decreto 2055 de 2010.

Además, el texto impone la presencialidad para la apertura de productos financieros desconstruyendo los avances tecnológicos implementados por las entidades financieras, cuyo propósito ha sido democratizar el acceso a servicios financieros, facilitando que más colombianos puedan acceder a estos de manera segura y fácil. La obligatoriedad de un registro biométrico presencial no solo introduce cargas adicionales para los ciudadanos que desean participar del sistema financiero, sino que también representa una barrera significativa para grupos poblacionales que, por diversas razones, no pueden acudir físicamente a realizar este trámite. Esto resulta contrario a la política pública de inclusión digital que se busca promover en el sector financiero.

VERSIÓN PÚBLICA

6.1

ASPECTOS CLAVE SOBRE POLÍTICA PÚBLICA

Logros destacados

Agenda Regulatoria 2025 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Inclusión del proyecto regulatorio de Reversión de Pagos: Gracias al acercamiento del gremio con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se logró incluir el proyecto regulatorio para modificar el derecho de reversión de pagos en la agenda de la entidad para 2025. Los cambios propuestos incluyen ajustes al procedimiento, permitiendo que el comercio resuelva la situación con el consumidor antes de efectuar la reversión, además de incorporar causales adicionales de inoponibilidad.

Guía de Comercio Electrónico “obligaciones del transportador” – Superintendencia de Transporte: Gracias a la gestión del gremio, se logró la inclusión de comentarios en la guía de la Superintendencia, los cuales permiten precisar los grados de responsabilidad de los diferentes actores.

Plan Distrital de Desarrollo de Bogotá 2024 - 2027: Gracias a la gestión del gremio, se logró la inclusión de acciones en el articulado del Plan de Desarrollo Distrital, resaltando la importancia del comercio electrónico, la inclusión financiera y la digitalización para fortalecer el tejido empresarial.

Proyecto de Ley 029 de 2024 – Salud Mental: Gracias a las acciones del gremio, en concurso con distintos Senadores de la República, la CCCE logro una redacción que permitiera balancear los intereses y evitar riesgos significativos para derechos como la libertad de expresión y el acceso a la información.

REFERENCIAS

ANÁLISIS ECONÓMICO Y PROYECTOS

REFERENCIAS

Banco Mundial. (2024) Perspectivas económicas mundiales

Camacol. (2024). Tendencias de la construcción. Economía y coyuntura sectorial (27). https://camacol.co/sites/default/files/descargables/TENDENCIAS%2027_0.pdf

CredibanCo, Redeban, ACH y Movii (2024). Valor y número de transacciones digitales, recaudo y venta en línea.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023). Boletín técnico—Gran Encuesta Integrada de Hogares. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/encuesta-mensual-de-comercio-emc>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023). Inflación. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023). PIB <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023). Mercado Laboral <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#empleo-y-desocupacion>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacional (DIAN). Abecé actividad económica comercio al por menor. [https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Abece-Actividad-Economica-Comercio-al-por-Menor.aspx#:~:text=Los%20establecimientos%20no%20especializados%20de,y%20no%20alcoh%-C3%B3licas\)%20o%20tabaco.](https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Abece-Actividad-Economica-Comercio-al-por-Menor.aspx#:~:text=Los%20establecimientos%20no%20especializados%20de,y%20no%20alcoh%-C3%B3licas)%20o%20tabaco.)

Fedesarrollo (2024). Encuesta de Opinión del Consumidor. Resultados diciembre de 2024 <https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/4709>

Fondo Monetario Internacional. (2024a). World Economic Outlook. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2024/10/22/world-economic-outlook-october-2024>

Fondo Monetario Internacional. (2024b). World Economic Outlook Database. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2024/October>

Fondo Monetario Internacional (2025). Growth on divergent paths amid elevated policy uncertainty <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2025/01/17/world-economic-outlook-update-january-2025>

REFERENCIAS

Global Economic Prospects. <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/e463cf9f-a07e-4848-bf7b-316515429b5d/content>

ICOM, (2020-2024) Tasa de conversión y porcentaje de rebote.

Koen van Gelder. (2024). E-commerce worldwide—Statistics & facts. Statista. <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#topicOverview>

OIT. (2024). Panorama Laboral 2023 América Latina y el Caribe. <https://www.ilo.org/es/publications/serie-panorama-laboral-en-america-latina-y-el-caribe-2024-cerrar-la-brecha-0>

OIT. (2024). Perspectivas sociales y del Empleo en el Mundo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms_908148.pdf

Pay U, Evertec / Place to Pay, PayValida, ePayco, Mercado Pago y Wompi (2024). Categorías de ventas de comercio electrónico y participación de medios de pago.

Nielsen (2024). eCommerce Q3 report.

Satatista (2025). Ingresos totales del comercio electrónico minorista a nivel mundial en 2024, por región https://www.statista.com/forecasts/1117851/worldwide-e-commerce-revenue-by-region?__sso_cookie_checker=failed

Satatista (2025). Tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de las ventas minoristas de comercio electrónico de 2024 a 2029, por país https://www.statista.com/forecasts/220177/b2c-e-commerce-sales-cagr-forecast-for-selected-countries?__sso_cookie_checker=failed

Satatista(2025). Usode inteligencia artificial (IA) entre los especialistas en marketing de comercio electrónico en todo el mundo 2024. https://www.statista.com/statistics/1498453/ai-use-ecommerce-marketing/?__sso_cookie_checker=failed

UNCTAD. (2025). World Economic Situation and Prospects 2025. <https://unctad.org/publication/world-economic-situation-and-prospects-2025>



cámara colombiana de
comercio electrónico

ANÁLISIS ECONÓMICO Y PROYECTOS