



**INFORME TRIMESTRAL DE  
COMERCIO ELECTRÓNICO  
2026-1**





cámara colombiana de  
comercio electrónico

**María Fernanda Quiñones**

Presidenta Ejecutiva

**Carlos Eduardo Güisa Díaz**

Gerente de Análisis Económico y Proyectos

**Katherine Ramírez Cubillos**

Coordinadora de Análisis Económico y Proyectos

**Leidy Johana Cardozo**

Economista Senior

**Natalia Martínez Martínez**

Gerente Legal y de Políticas

**Diego Eduardo Trujillo Del Río**

Diseñador Gráfico

Este informe ha sido posible gracias al compromiso y la colaboración de nuestros afiliados y aliados, cuyo aporte resulta fundamental para la calidad y continuidad del sistema de información de la CCCE



credibanco



placetopay  
by evertec

ePayco



Wompi

Pasarela  
credibanco



## Iniciativas de la CCCE

Nos complace destacar dos **iniciativas** clave que han marcado un impacto significativo en el panorama del comercio electrónico en Colombia este año: **'Ya Estoy Online'** y **'eXporta Online'**.

Estos proyectos, impulsados por la colaboración estratégica entre la **Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y Google**, representan un compromiso conjunto para promover la transformación digital y la expansión transfronteriza de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes).

**'Ya Estoy Online'** ofrece a los empresarios una plataforma gratuita y segura para iniciar su viaje digital en todo el ecosistema del comercio electrónico, proporcionando recursos y herramientas esenciales para establecer una presencia en línea efectiva. Por otro lado, **'eXporta Online'** sirve como una guía integral para la internacionalización de los negocios, brindando un acompañamiento en el proceso de entrada a nuevos mercados internacionales bajo modelos de negocio 100 % digitales.

The logo for 'exporta.online' features the word 'exporta.' in a dark blue sans-serif font, with a red dot above the 'o'. Below it, the word 'online' is written in a yellow sans-serif font.The logo for 'Ya estoy online.co' consists of a stylized yellow and blue icon on the left, resembling a Wi-Fi signal or a person's head with a signal, and the text 'Ya estoy online.co' in a dark blue sans-serif font on the right.

Patrocinado por:

The Google logo, featuring the word 'Google' in its characteristic multi-colored sans-serif font.



# Únete a Retail 365 y potencia tus decisiones comerciales



Retail 365 es un sistema colaborativo que reúne datos reales de ventas en eCommerce en Colombia.

**Las empresas participantes obtienen información estratégica, benchmarking del sector y acceso a tendencias por categoría, canal y región, todos los días del año.**

Participar te da acceso a:

- Datos confiables en tiempo real
- Dashboards interactivos
- Comparativos sectoriales
- Networking y co-creación de conocimiento

**Conoce más de la iniciativa**  
**<https://info.retail365.com.co/inicio>**

Calendario  
2026

Marzo  
16 al 20



Marzo  
26

Asamblea  
de afiliados

Mayo 6 al 8



Junio 9 al 15



Septiembre 29 y 30

e-commerce  
fest

Octubre 19 al 23



\* Fechas sujetas a cambios

# CONFIANZA PARA LOS USUARIOS

Conocimiento del  
ecosistema





# Agro Digital: de la semilla a la nube

Durante 2024 impulsamos la digitalización del agro colombiano, conectando a miles de productores con nuevas oportunidades de comercio electrónico.

**562**  
Municipios alcanzados

**45.000**  
Productores registrados  
en la plataforma

**21.000**  
Productores capacitados  
presencialmente

**3.600**  
Toneladas de producto  
georeferenciadas



Conectividad satelital  
en territorios remotos

# Compartimos conocimiento



## Networking

**+500**  
Asistentes

**+50**  
Speakers en  
tendencia

**+20**  
Stands en  
muestra

Ejes temáticos que le aportan al sector como sostenibilidad, IA, nuevas alternativas de pago, Gaming, Dropshipping y estrategias de marketing.



Aliados estratégicos del E-Commerce Institute en Colombia

# Escuchamos a nuestros afiliados

## Comisiones de trabajo

Gobierno y regulación



Factura y documento electrónico



Pago y antifraude



Logística



Conocimiento y confianza



eGrocery



# Beneficios para afiliados



Acceso a los **Informes Trimestrales completos**

## Networking

Jornadas presenciales  
Grupos de Whatsapp.



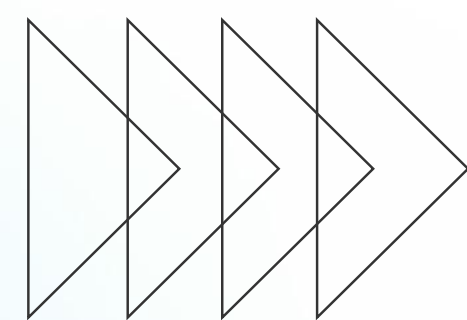
Participación activa en las **comisiones de trabajo** para impactar en el comercio

Acceso ilimitado a los **canales de difusión** de la CCCE.

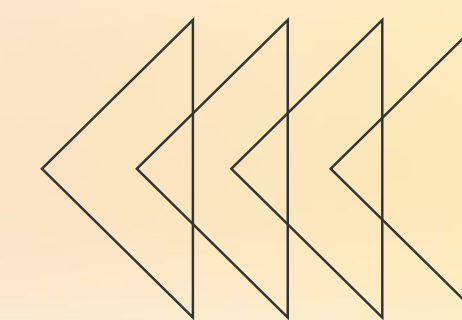


Acceso a **capacitación permanente** en cursos especializados con valores preferenciales.

Prioridad en la participación de los **Eventos de Activación de Ventas** y **Eventos Académicos CCCE.**



# Contenidos



## 1 Dinámica del ecommerce en Colombia

- Número de compras en línea
- Valor de las compras en línea
- Ticket promedio de compra
- ¿Qué compran los colombianos en línea?
- Medios de pago

## 3 Comercio minorista

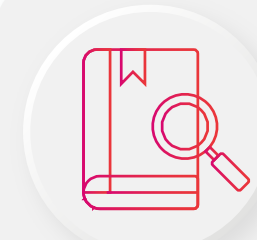
- Índice de ventas minoristas en línea
- Participación de las ventas minoristas en línea

## 2 Transacciones digitales

- Índice de ventas minoristas en línea
- Participación de las ventas minoristas en línea

## 4 Tasa de conversión promedio y rebote

- Tasa de conversión
- Tasa de rebote por medio o fuente



## Definiciones



### 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 en línea

Valor de la compra promedio que realizan los consumidores en línea.

$$\text{Ticket Promedio} = \frac{\text{Valor de ventas}}{\text{Número de ventas}}$$



### 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.

# 1 Dinámica del ecommerce en Colombia

- Número de compras en línea
- Valor de las compras en línea
- Ticket promedio de compra
- ¿Qué compran los colombianos en línea?
- Medios de pago



# 1.1 Número de ventas en línea - anual

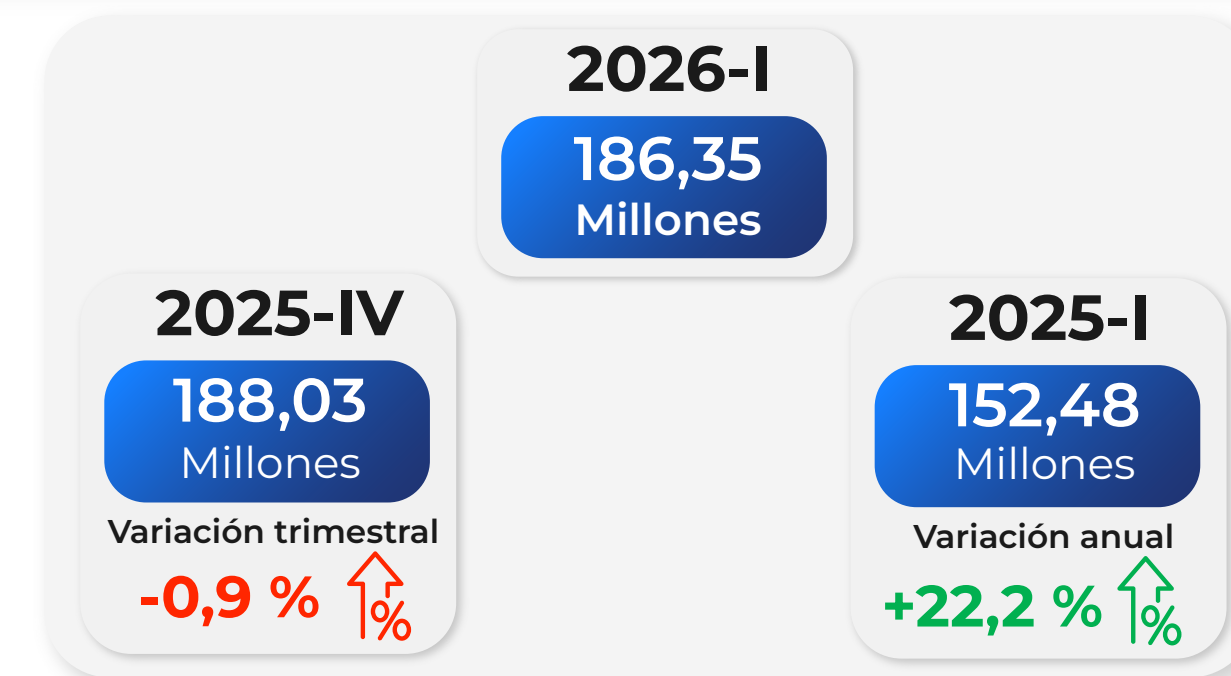
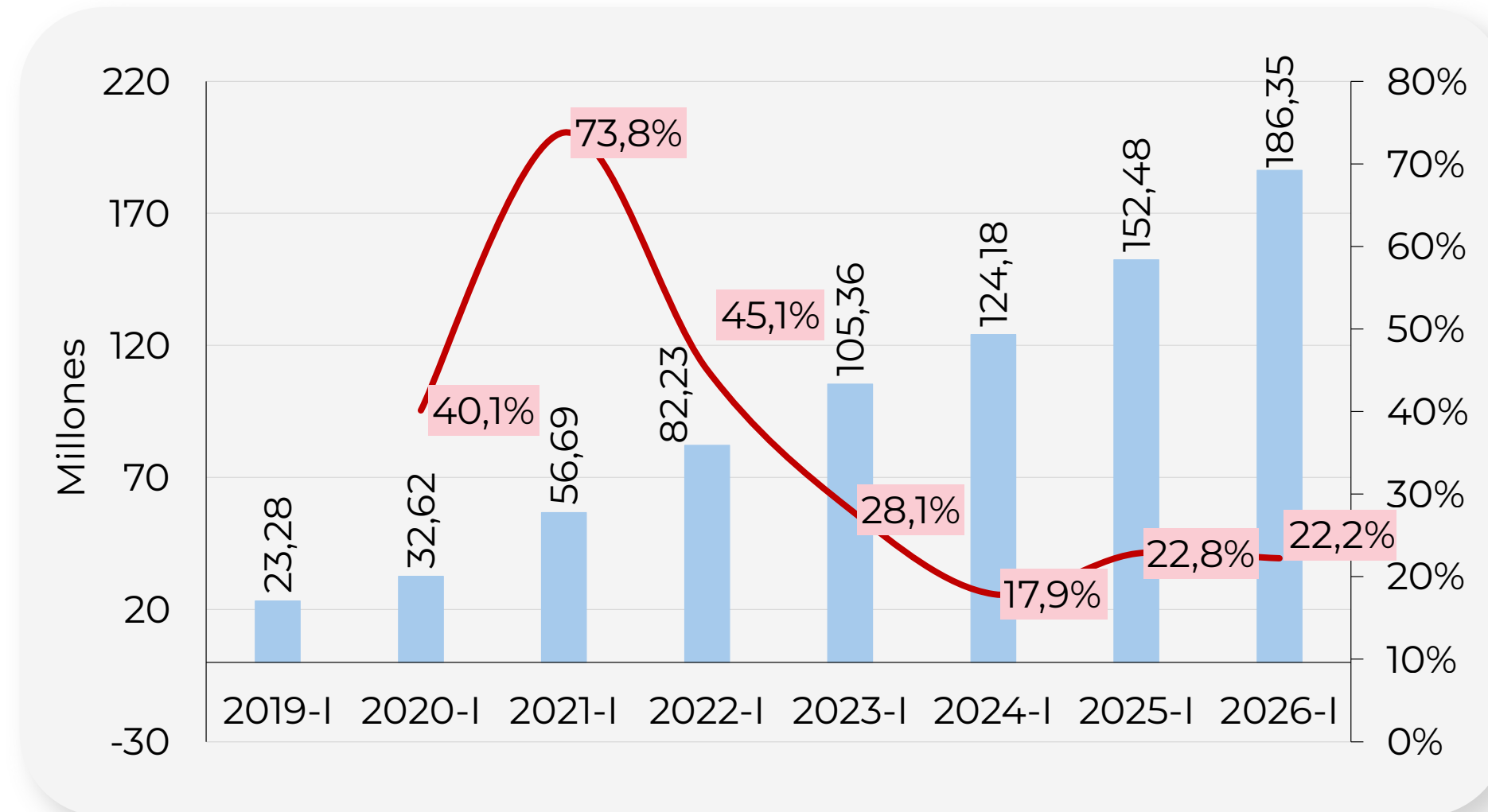
Durante el primer trimestre de 2026, el número de transacciones de comercio electrónico alcanzó **186,35 millones**, consolidándose como el nivel más alto registrado para un primer trimestre desde el inicio de la serie en 2019. Este resultado ratifica la continuidad en la profundización del canal digital como mecanismo habitual de compra en los hogares colombianos.

En términos anuales, el volumen de transacciones creció **22,2 % frente al primer trimestre de 2025**, cuando se registraron 152,48 millones de operaciones. Esta dinámica refleja una aceleración frente al crecimiento observado en trimestres recientes, lo que sugiere un inicio de año particularmente dinámico para el ecosistema digital.

Por su parte, en la comparación trimestral, se observa **una leve contracción de -0,9 % frente al cuarto trimestre de 2025**, comportamiento consistente con patrones estacionales del comercio electrónico, donde el cierre de año, impulsado por eventos comerciales y mayor consumo, suele registrar niveles superiores de actividad.

En conjunto, estos resultados reflejan un ecosistema en expansión, caracterizado por una mayor recurrencia en el uso del canal digital, una base de usuarios más amplia y una integración cada vez más profunda del comercio electrónico en los hábitos de consumo de los colombianos.

Figura 1. Número de ventas en línea primer trimestre 2019-2026



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 (2019 - 2026) \*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.

# 1.1 Número de ventas en línea - trimestral

Figura 2. Número de ventas en línea primer trimestre 2019 – 2026

**¿Quieres tener la versión más completa?**



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**

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



# 1.1 Número de ventas en línea

Figura 3. Número mensual de ventas en línea, crecimiento mensual y anual 2020 - 2026 por meses



Este informe es una publicación de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE) y no debe ser considerado como un consejo de inversión. La CCCE no es responsable de las acciones tomadas por los usuarios basadas en la información contenida en este informe. La CCCE se reserva todos los derechos reservados. © 2026 CCCE. Todos los derechos reservados. La CCCE es una entidad sin ánimo de lucro que promueve el desarrollo del comercio electrónico en Colombia. La CCCE es una entidad sin ánimo de lucro que promueve el desarrollo del comercio electrónico en Colombia.

## 1.2 Valor corriente de las ventas en línea - anual

Durante el primer trimestre de 2026, el valor corriente de las ventas en línea alcanzó **39,37 billones de pesos**, el nivel más alto registrado para un primer trimestre desde 2019. Este resultado reafirma la consolidación del comercio electrónico como un canal relevante en términos de valor dentro del consumo de los hogares y la actividad económica del país.

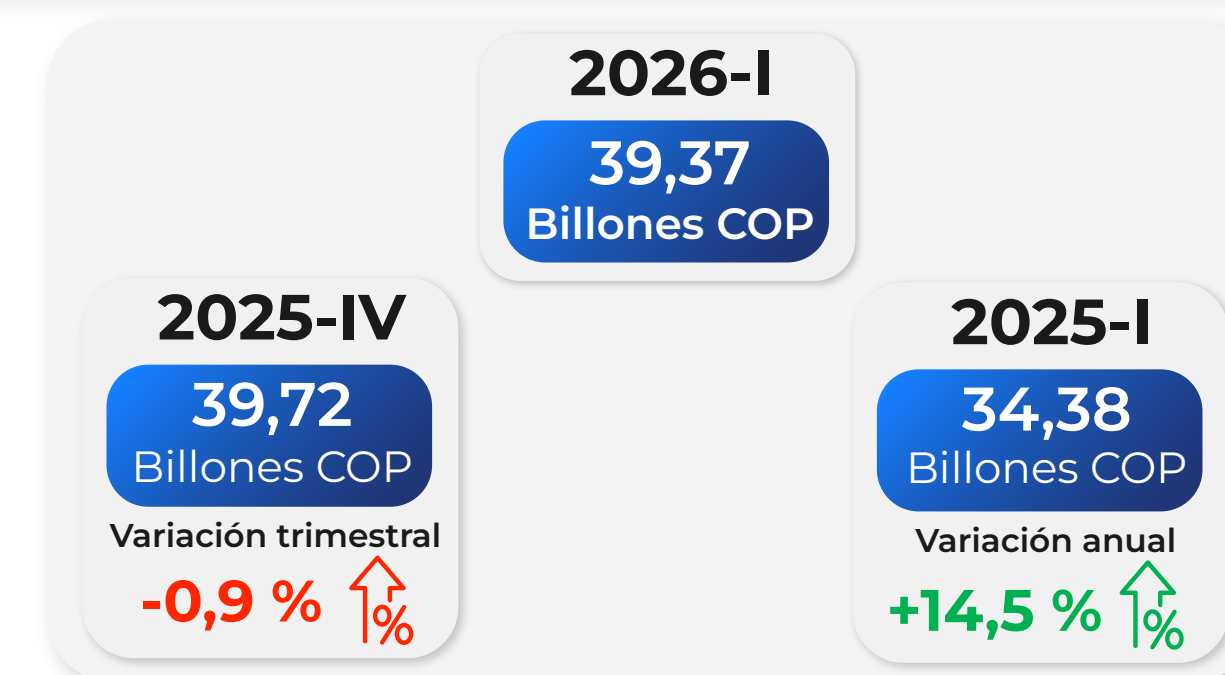
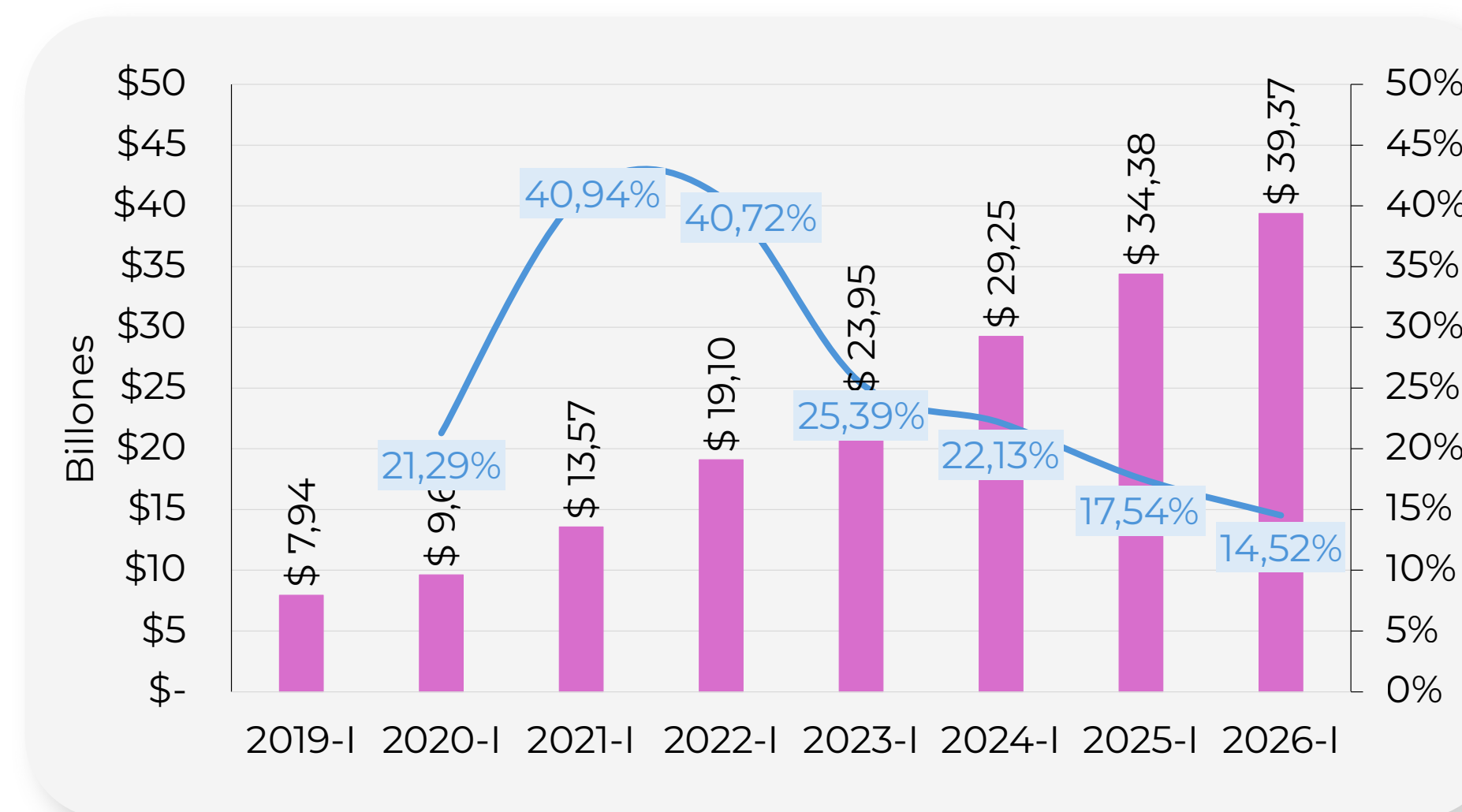
En términos interanuales, las ventas en línea **crecieron 14,5 % frente al primer trimestre de 2025**, cuando se ubicaron en 34,38 billones de pesos. Si bien esta tasa de crecimiento es inferior a la observada en el número de transacciones, refleja una expansión sostenida del mercado sobre una base de valor cada vez más elevada.

**En la comparación trimestral, se observa una leve contracción de -0,9 % frente al cuarto trimestre de 2025**, comportamiento consistente con los patrones estacionales del comercio, en los que el cierre de año concentra mayores niveles de consumo.

La evolución histórica evidencia un crecimiento continuo del valor de las ventas en línea durante los primeros trimestres, acompañado de una moderación progresiva en las tasas de crecimiento, en línea con un proceso de maduración del ecosistema digital.

En conjunto, estos resultados sugieren que el crecimiento del comercio electrónico continúa consolidándose, aunque con una dinámica diferenciada entre valor y volumen. Mientras el número de transacciones muestra una expansión más acelerada, el crecimiento del valor refleja una evolución más moderada, lo que podría estar asociado a ajustes en el gasto promedio por transacción o a cambios en la composición del consumo digital.

Figura 4. Valor corriente de ventas en línea anual 2019 – 2026



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 (2019 - 2026) \*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.

# 1.2 Valor corriente de las ventas en línea - trimestral

Figura 5. Valor corriente de ventas en línea primer trimestre 2019 – 2026 por meses

## ¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**  
<https://www.ccce.org.co/quieres-afiliarte/>

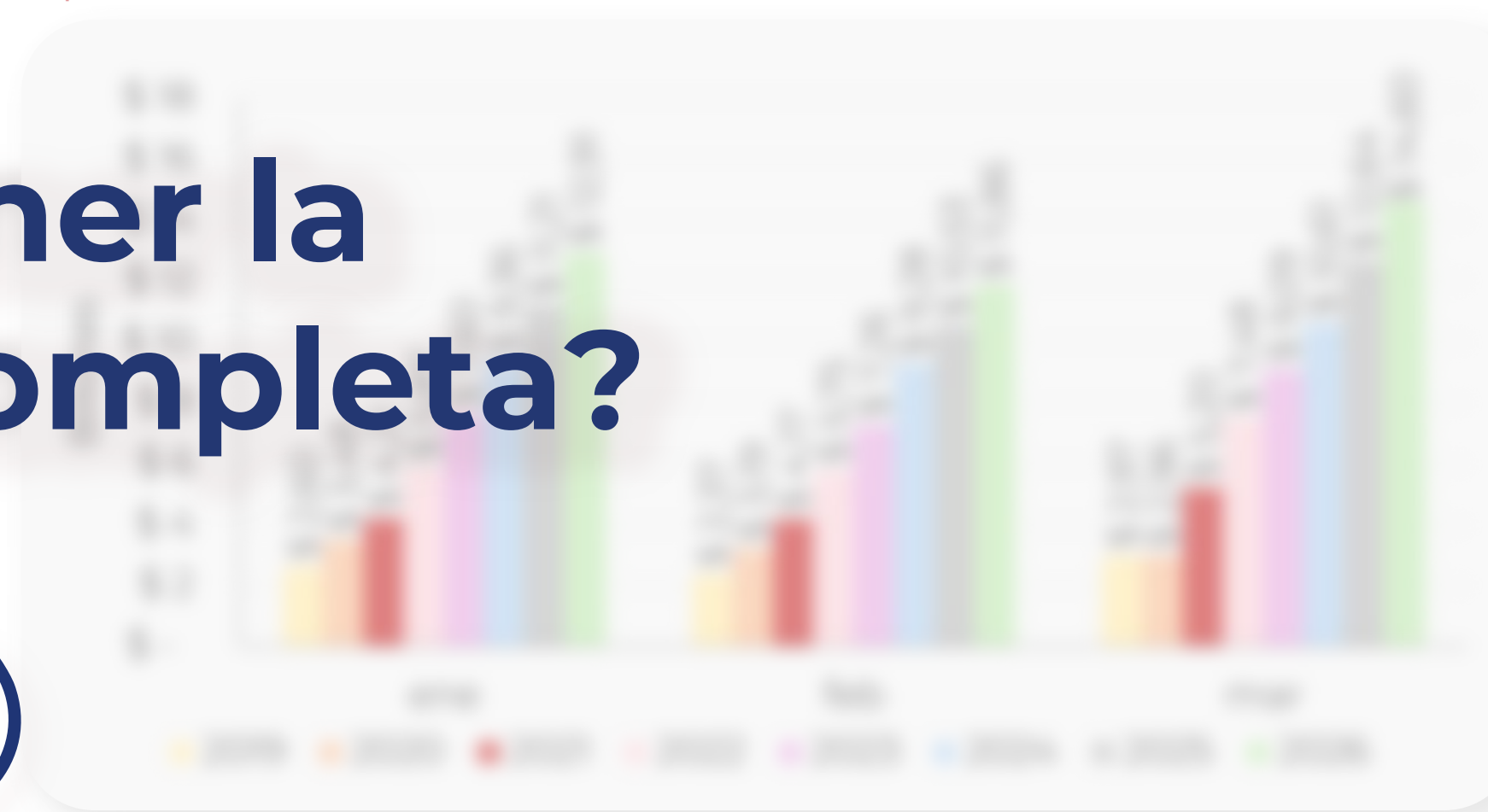


Tabla 2. Evolución del valor corriente de las ventas en línea primer trimestre 2019

Trimestre	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Q1	12.7%	14.5%	15.2%	16.8%	18.1%	19.5%	20.3%	21.1%
Q2	13.1%	14.9%	15.6%	17.3%	18.7%	20.2%	21.0%	21.8%
Q3	13.5%	15.3%	16.0%	17.8%	19.3%	20.8%	21.6%	22.4%
Q4	13.9%	15.7%	16.4%	18.3%	19.9%	21.5%	22.3%	23.1%

## 1.2 Valor corriente de ventas en línea

Figura 6. Valor corriente mensual de ventas en línea, crecimiento mensual y anual 2020 - 2026



# 1.3 Valor constante de ventas en línea

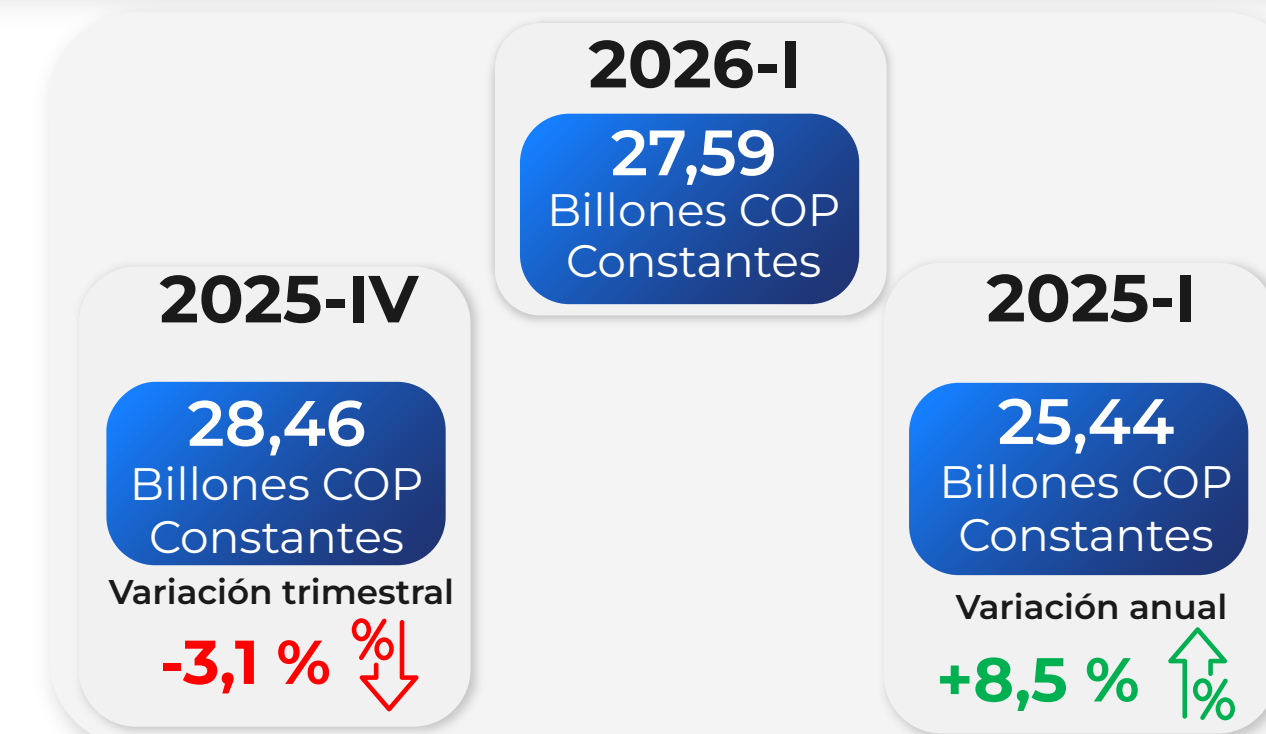
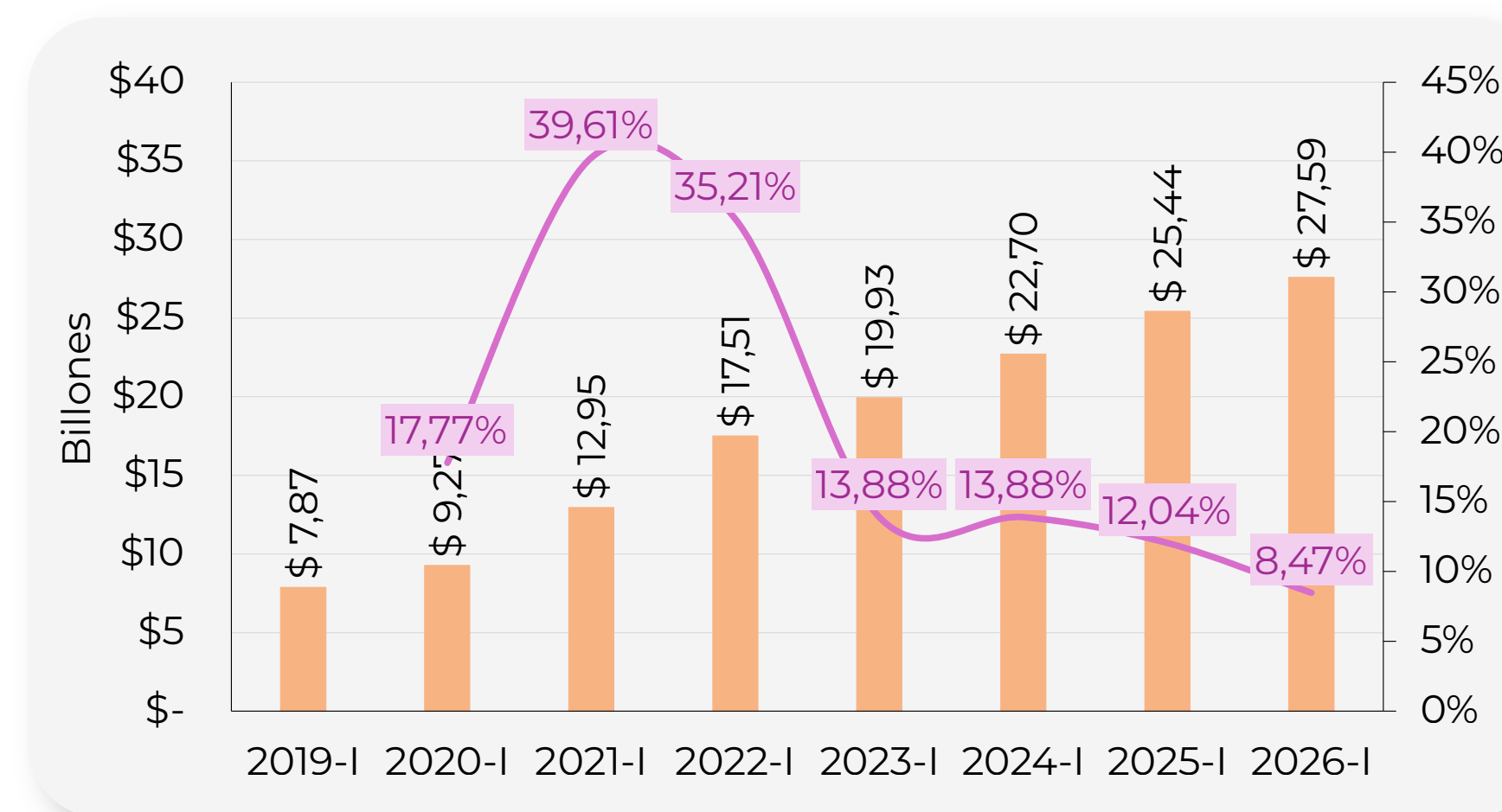
En términos de valor constante, el comercio electrónico registró en el primer trimestre de 2026 un total de **27,59 billones de pesos constantes**, lo que representa el nivel más alto observado para este periodo desde el inicio de la serie en 2019. Este resultado confirma que el crecimiento del canal digital no responde únicamente a efectos de precios, sino también a una expansión real de la demanda.

Al descontar el efecto de la inflación mediante **el Índice de Precios al Consumidor sin alimentos ni regulados (diciembre de 2018 = 100)**, se observa un **crecimiento interanual de 8,5 %** frente al primer trimestre de 2025, cuando el valor transado fue de 25,44 billones de pesos constantes. Esta variación evidencia una dinámica positiva en términos reales, aunque más moderada que la observada en el número de transacciones.

En la comparación trimestral, el valor real presenta una contracción de -3,1 % frente al cuarto trimestre de 2025, comportamiento consistente con los patrones estacionales del consumo, donde el cierre de año concentra mayores niveles de gasto.

En conjunto, estos resultados indican que el comercio electrónico continúa expandiéndose en términos reales, consolidándose como un canal sostenible dentro de la economía. No obstante, **la diferencia entre el crecimiento del valor real (8,5 %) y el crecimiento del número de transacciones (22,2 %) sugiere que la dinámica actual del mercado está más asociada a un aumento en la frecuencia de compra que a un incremento en el valor promedio de las transacciones.**

Figura 7. Valor constante de ventas en línea anual 2019 – 2026  
IPC sin alimentos ni regulados (diciembre 2018 = 100)



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 (2019 - 2026) \*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.

# 1.3 Valor constante de las ventas en línea - trimestral

IPC sin alimentos ni regulados (diciembre 2018 = 100)

Figura 8. Valor constante de ventas en línea cuarto trimestre 2019 – 2026 por meses

## ¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**  
<https://www.ccce.org.co/quieres-afiliarte/>



## 1.3 Valor constante de ventas en línea

Figura 9. Valor constante mensual de ventas en línea, crecimiento mensual y anual 2020 - 2026  
IPC sin alimentos ni regulados (diciembre 2018 = 100)

# ¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información  
**afílate con nosotros**

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

## 1.4 Valor corriente y constante de ventas en línea

Figura 10. Valor corriente y constante mensual de ventas en línea, crecimiento mensual y anual  
IPC sin alimentos ni regulados (diciembre 2018 = 100)

# ¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información  
**afílate con nosotros**  
<https://www.ccce.org.co/quieres-afiliarte/>

# 1.5 Ticket promedio corriente y constante

Figura 11. Cifras anuales y trimestrales ticket promedio corriente

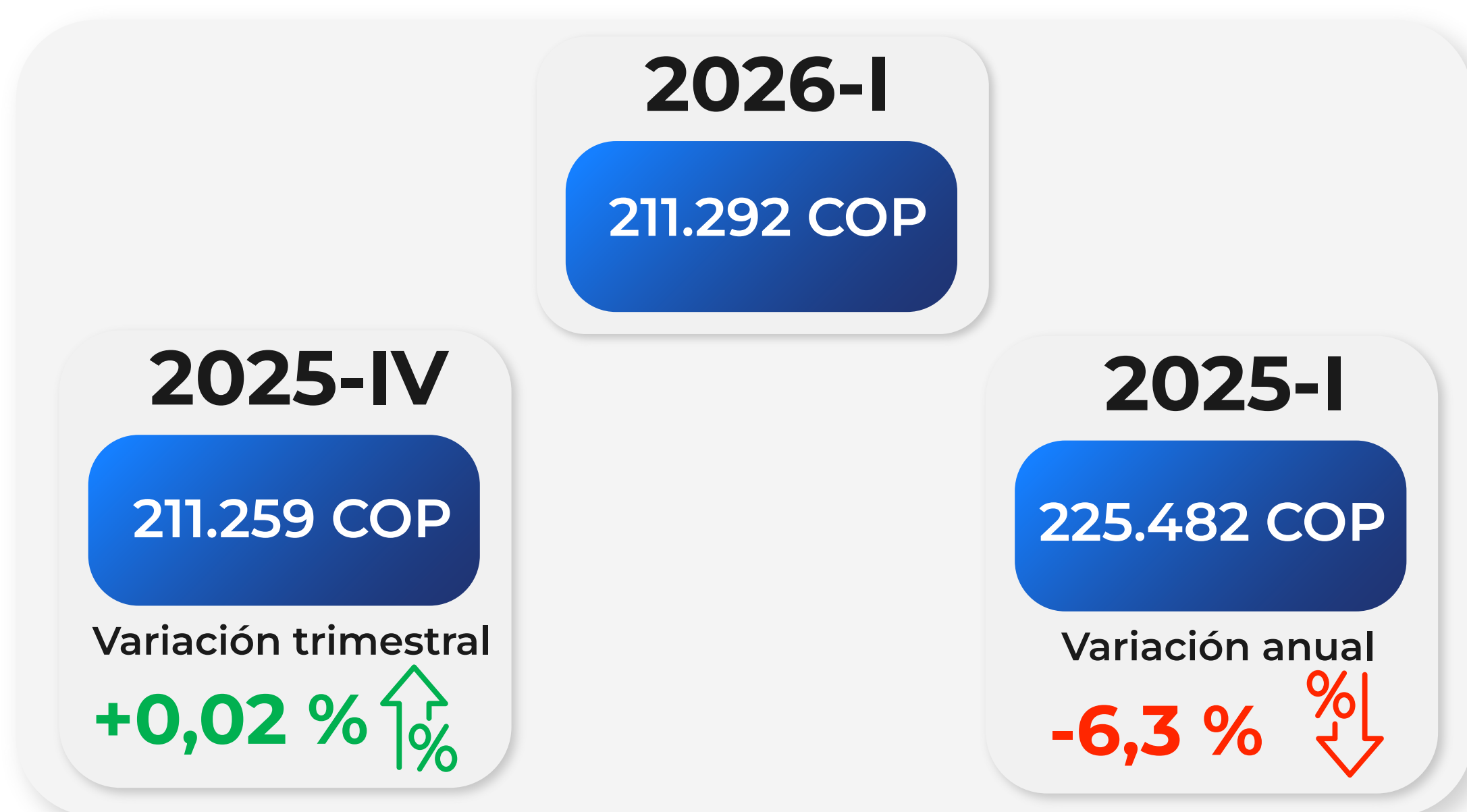
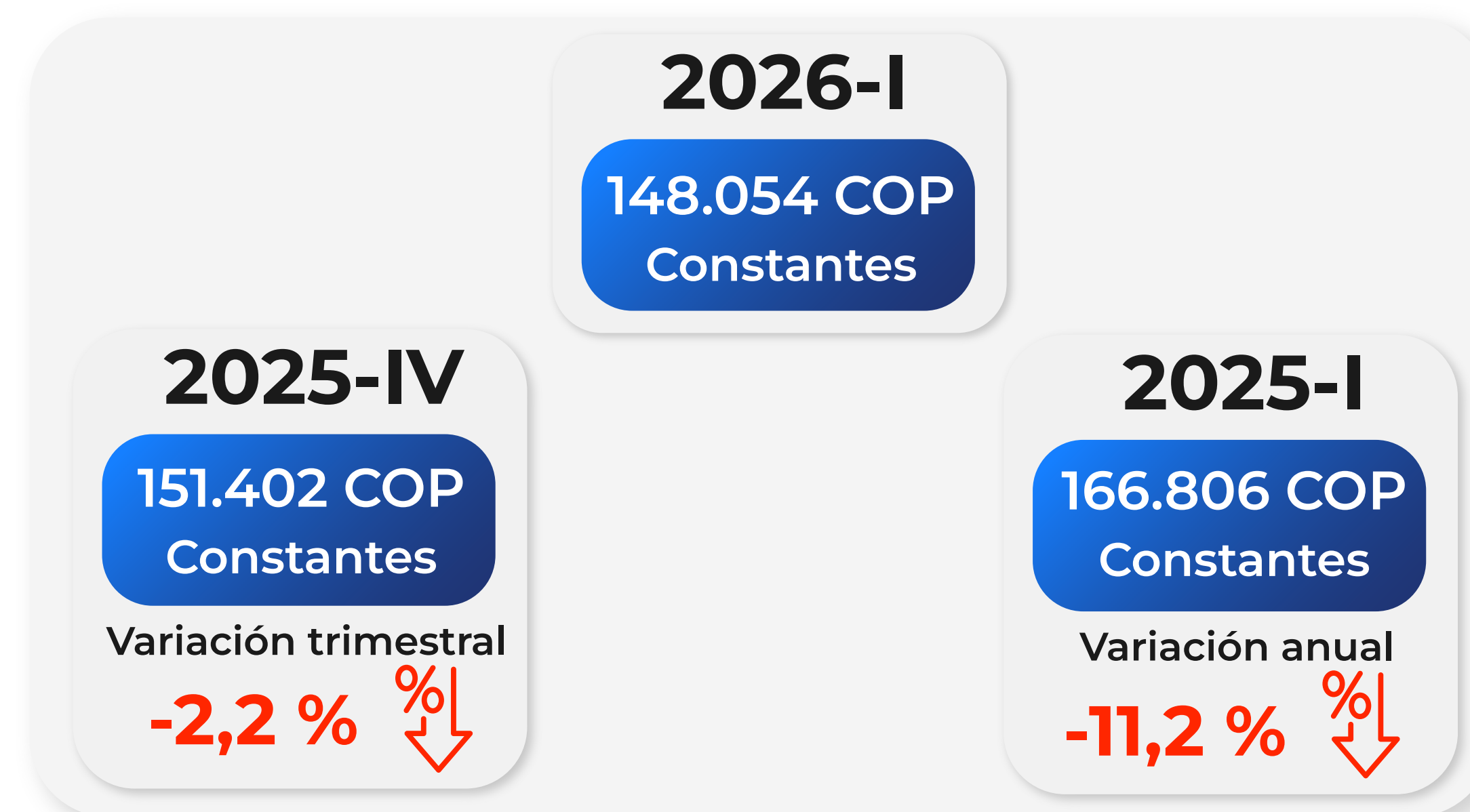


Figura 12. Cifras anuales y trimestrales ticket promedio constante



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 (2019 - 2026) \*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.

## 1.5 Ticket promedio de compra en línea corriente y constante

Figura 13. Ticket promedio corriente y constante mensual de ventas en línea, crecimiento mensual y anual 2020 - 2026  
IPC sin alimentos ni regulados (diciembre 2018 = 100)

**¿Quieres tener la  
versión más completa?**



Si deseas acceder a esta información  
**afílate con nosotros**  
<https://www.ccce.org.co/quieres-afiliarte/>

# 1.6. ¿Qué compran los colombianos en línea?



Figura 14. Participación categorías de compra según el valor corriente y constante 2026-1.

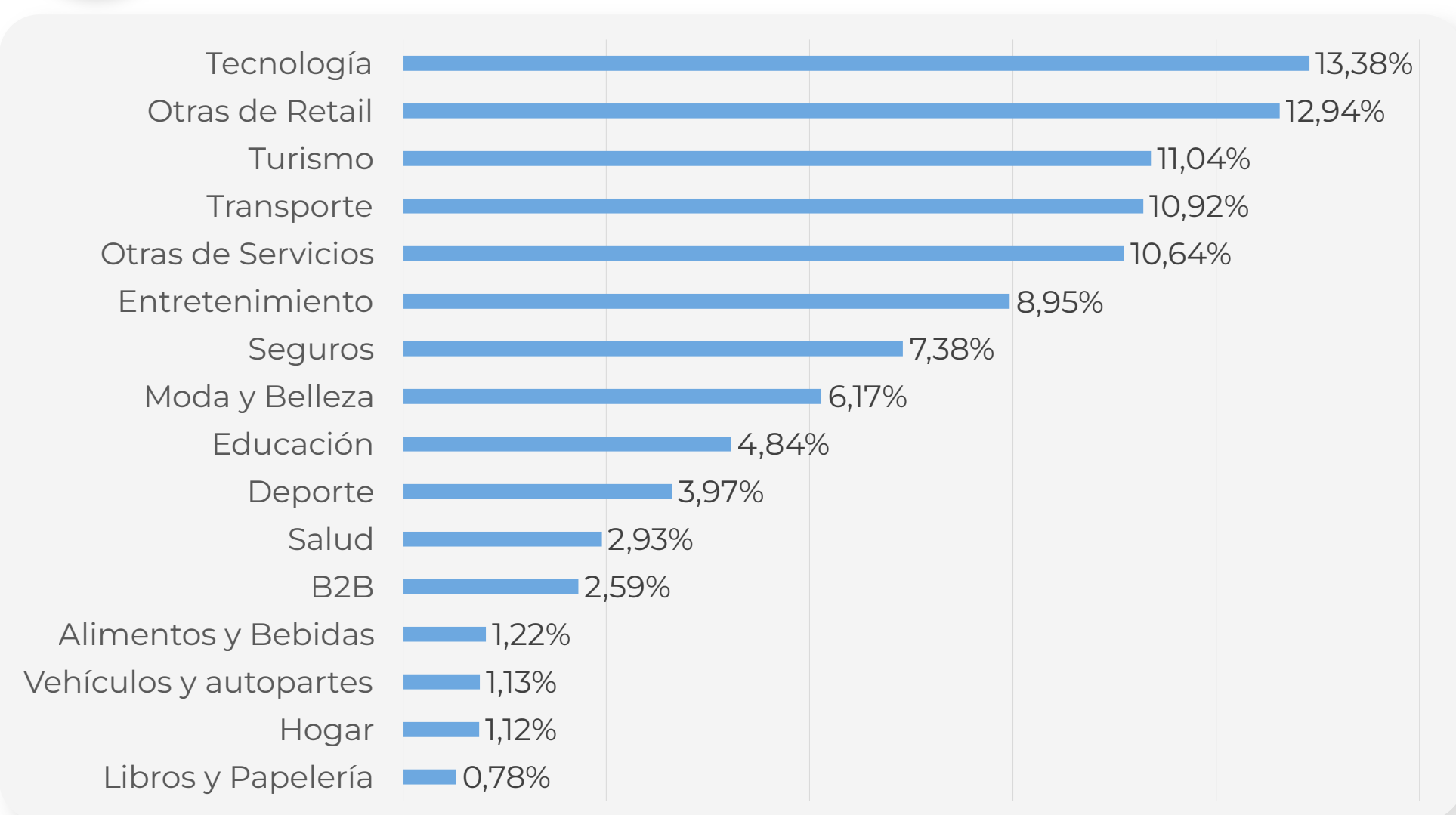


Figura 15. Participación categorías de compra según el número de transacciones 2026-1.



De acuerdo con la participación **por valor de ventas, en el primer trimestre de 2026 la categoría de Tecnología sigue concentrando la mayor proporción, con 13,3 %, seguida de Otras de Retail (12,9 %) y Turismo (11 %)**. Estas categorías explican una parte significativa del valor total transado en el comercio electrónico, asociadas a bienes y servicios de mayor valor unitario.

Por su parte, al analizar **la participación según el número de transacciones, Entretenimiento lidera con 23,6 %, seguido de Tecnología (22,8 %) y Otras de Retail (13,7 %)**. Lo que evidencia una alta concentración del número de transacciones en las dos primeras categorías, representando juntas el 47,6 %.

Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de PayU, Mercado Pago, Payválida, PlacetoPay – Evertec, ePayco, Wompi y Credibanco (2026). 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.

## 1.7. Ticket promedio corriente y constante por categoría

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**

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

# 1.8. Medios de pago 2026-I

Figura 17. Ticket promedio de compra constante y corriente 2026-I

## ¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**

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

Medio de Pago	Numero	% Valor
Debito a cuenta	47.89%	57.39%
Tarjetas de crédito	37.81%	36.09%
Monederos	12.59%	5.5%
Pago en efectivo	1.57%	1.7%
Otros	0.14%	0.7%

El pago en efectivo puede contemplar el pago en puntos de recado y pago en efectivo.  
 Otros medios de pago como BNP, TFR, Crédito en línea.

## 2 Transacciones digitales

- Índice de ventas minoristas en línea
- Participación de las ventas minoristas en línea



## 2.1 Número de transacciones digitales

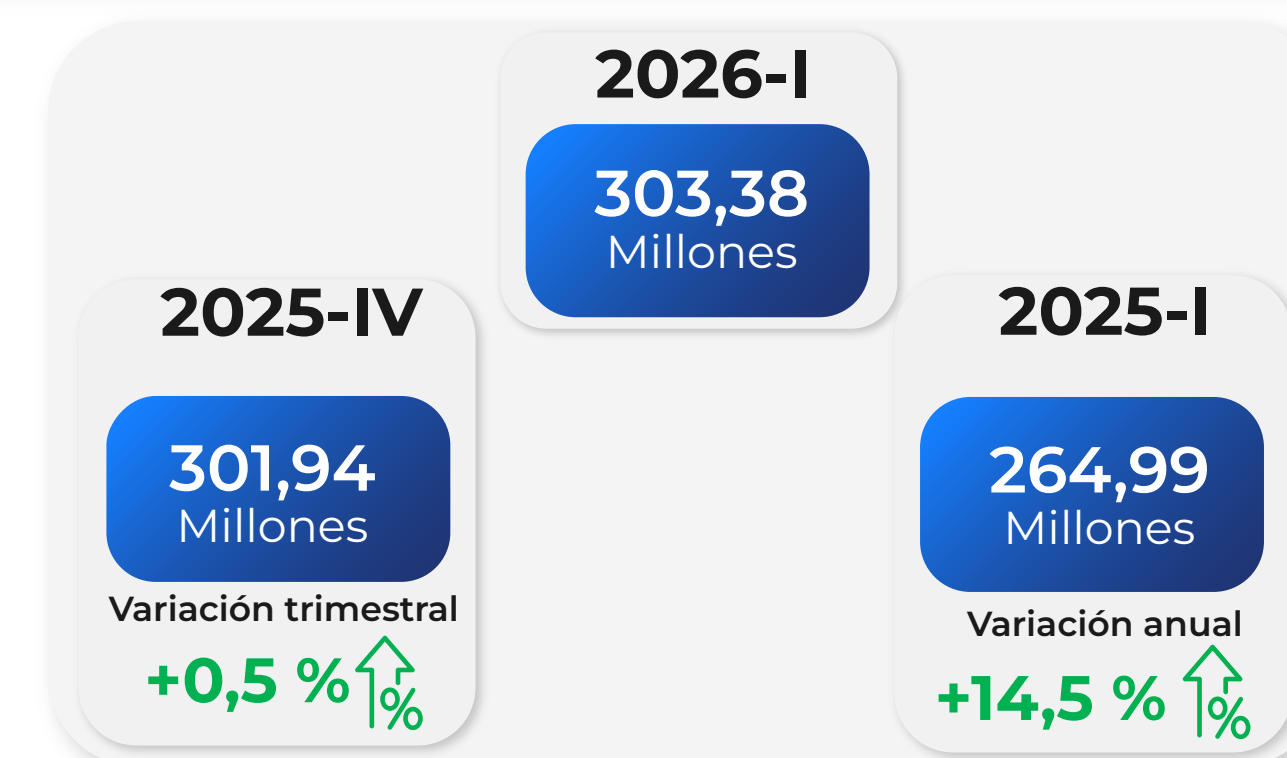
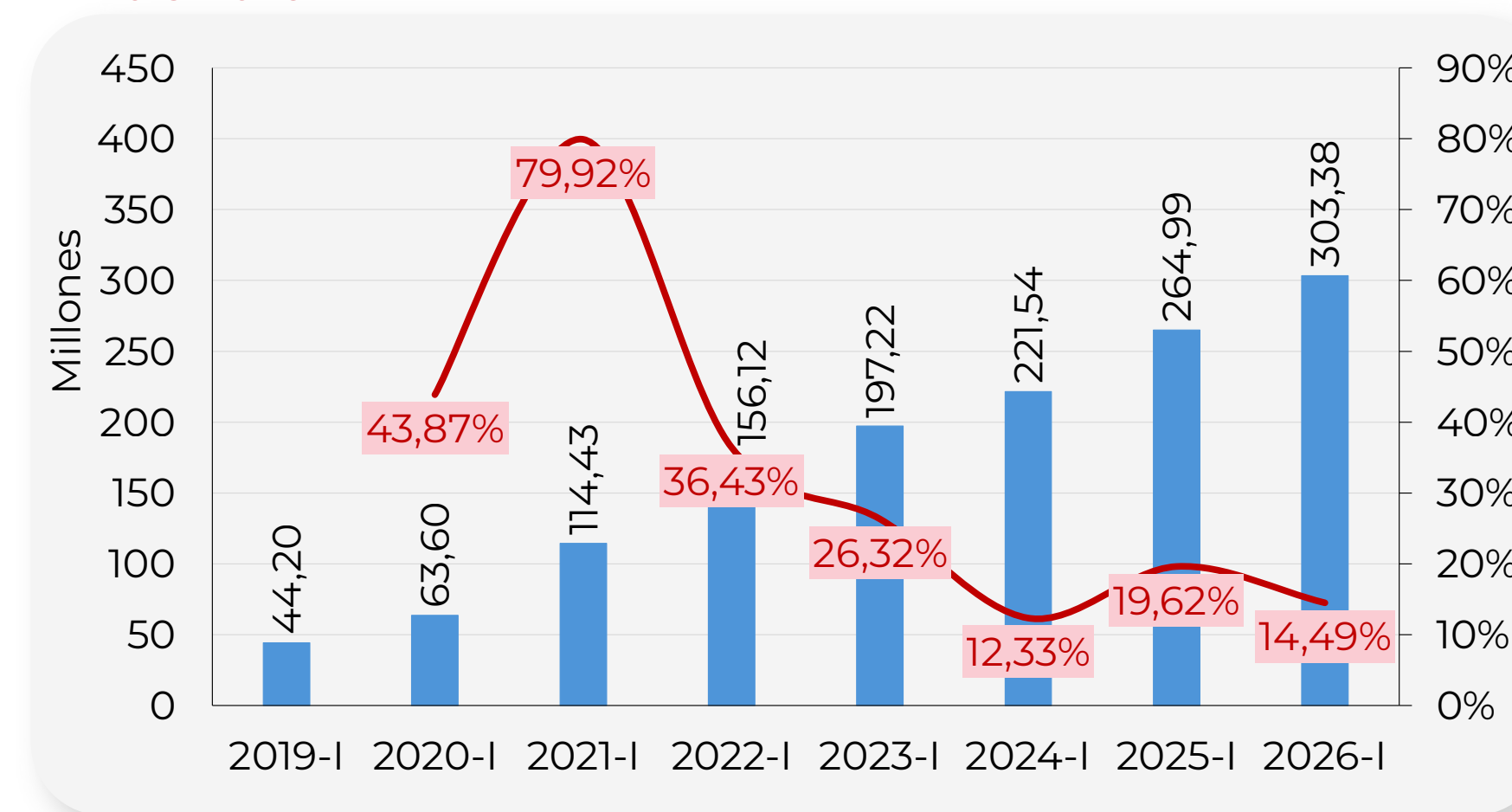
Durante **el primer trimestre de 2026**, el número total de transacciones digitales, que comprende tanto las compras en línea como las operaciones de recaudo realizadas a través de Internet, **alcanzó 303,38 millones**, la cifra más alta registrada para un primer trimestre desde 2019.

Este resultado representa un **crecimiento de 0,5 % frente al trimestre inmediatamente anterior** y un **incremento anual de 14,49 % respecto al mismo periodo de 2025**, consolidando la trayectoria ascendente del ecosistema de pagos digitales en el país.

La evolución histórica muestra que, aunque las tasas de crecimiento anual han tendido a moderarse respecto a los niveles excepcionales de 2020 y 2021, el volumen absoluto de transacciones continúa en aumento. Desde 2019, el total de operaciones digitales en el primer trimestre se ha multiplicado de manera significativa, reflejando la expansión estructural del ecosistema de pagos digitales.

**Este comportamiento evidencia la consolidación del entorno digital como un canal central para las transacciones cotidianas de los hogares y las empresas.** El crecimiento sostenido tanto en compras como en recaudos confirma que los usuarios continúan migrando hacia medios de pago electrónicos más eficientes, trazables y seguros, fortaleciendo la digitalización de la economía.

Figura 18. Número de transacciones digitales primer trimestre 2019-2026



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 (2019 - 2026) \*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.

## 2.1 Número de transacciones digitales en línea - trimestral

Figura 19. Número de transacciones digitales primer trimestre 2019 – 2026 por meses



Tabla 5. Variación del número de transacciones digitales primer trimestre 2026

Mes	2025	2026
Enero	14,2 %	- 0,5 %
Febrero	14,2 %	- 0,8 %
Marzo	14,3 %	0,1 %
Total	14,2 %	- 0,4 %

**¿Quieres tener la versión más completa?**



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**

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

## 2.1 Número de transacciones digitales

Durante el primer trimestre de 2026, la evolución del número de transacciones digitales evidencia que tanto las compras en línea como las operaciones de recaudo continúan creciendo del ecosistema, aunque con ritmos distintos a lo largo del tiempo.

El análisis mensual muestra que las ventas de transacciones responden a aportes alternados entre ambos componentes. En algunos periodos, el dinamismo de las compras en línea impulsa el crecimiento general, mientras que en otros es el recaudo el que explica una mayor proporción de la variación, reflejando la diversidad de usos de los canales digitales.

En términos de estructura, para el primer trimestre de 2026 las compras en línea representan el 65,6 % del total de transacciones digitales, mientras que el recaudo participa con el 34,4 %. Esta distribución mantiene la preponderancia del e-commerce dentro del ecosistema, aunque confirma la relevancia creciente de las operaciones de recaudo.

La evolución histórica muestra que si bien los canales continúan concentrando la mayor participación, el crecimiento de manera gradual, evidencia la adaptación de los canales digitales para el procesamiento de operaciones y otras transacciones distintas a la compra de bienes.

Figura 20. Variación y contribución del número de las transacciones digitales

# ¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**  
<https://www.ccce.org.co/quieres-afiliarte/>



Figura 21. Participación en el número de transacciones digitales 2026-I



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 (2019 - 2025) \*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

## 2.2 Valor corriente de transacciones digitales

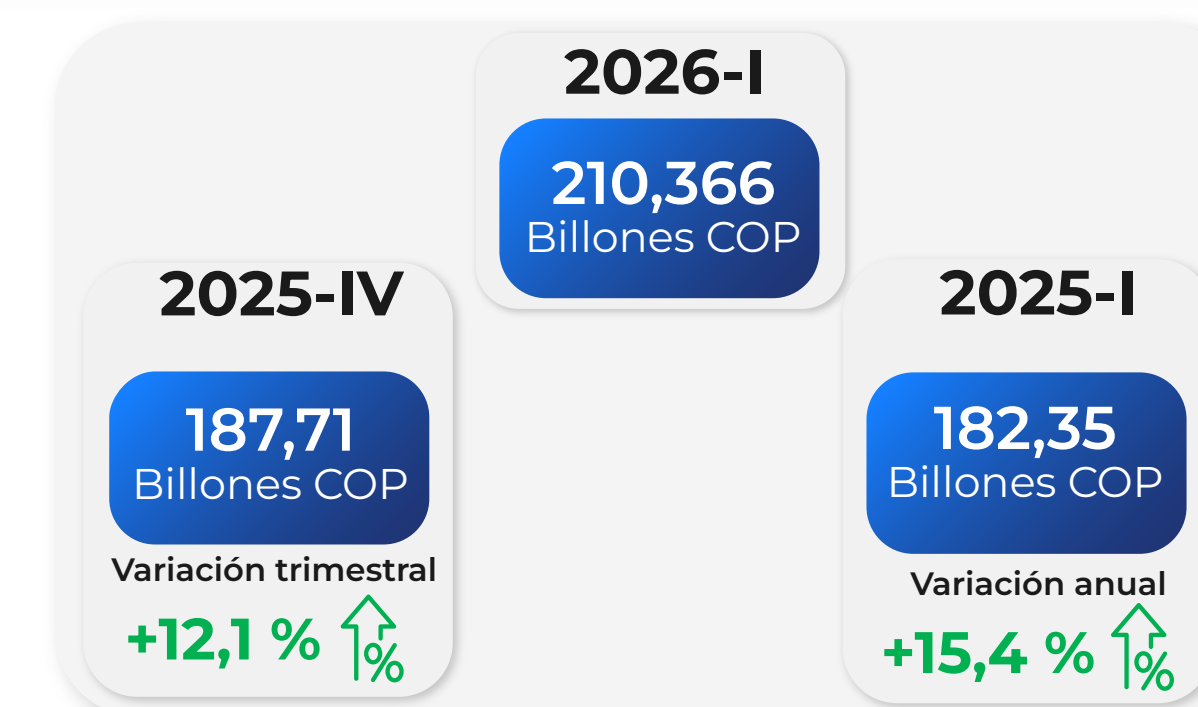
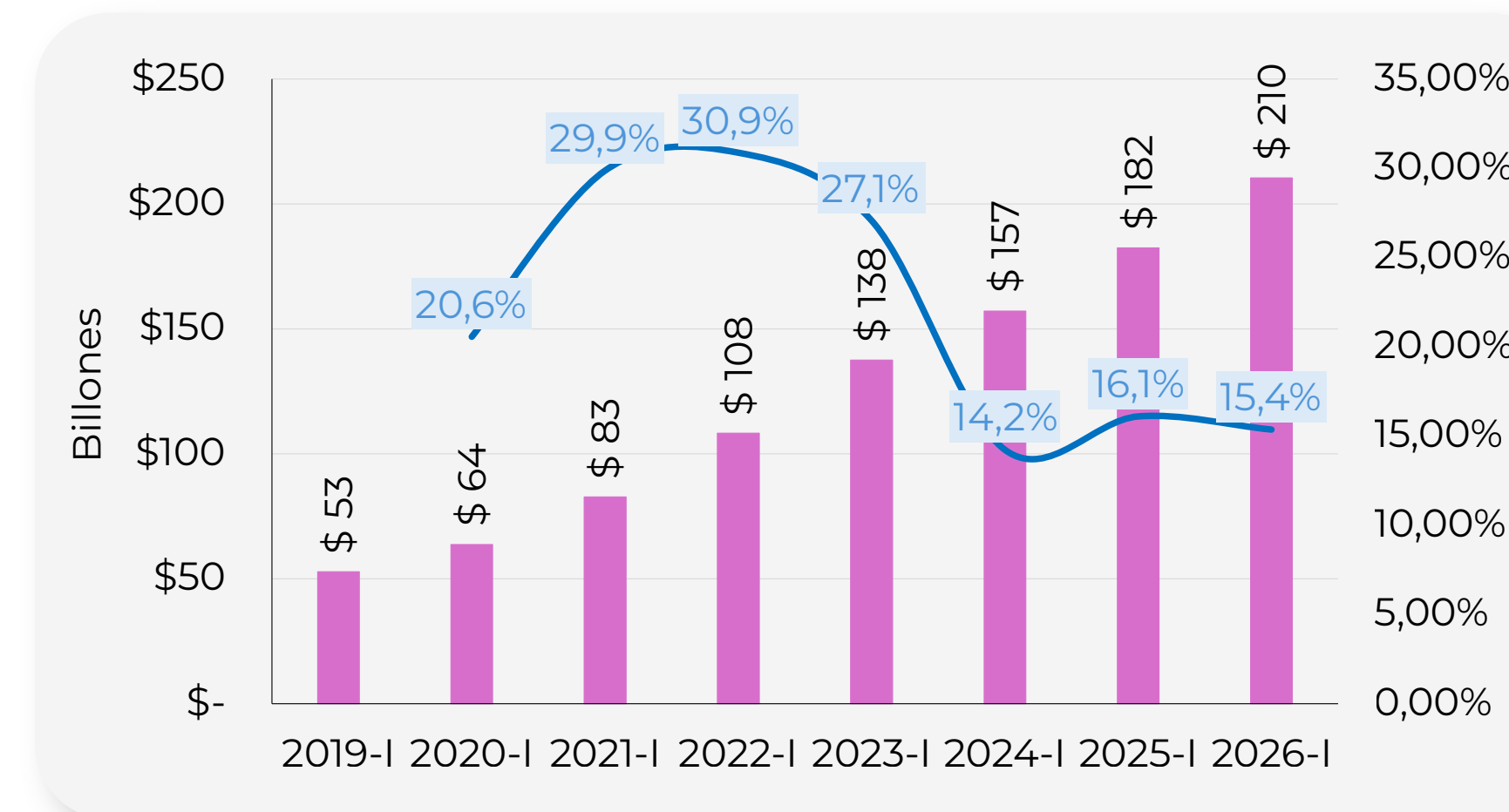
Durante **el primer trimestre de 2026**, el valor nominal de las transacciones digitales, que incluye compras en línea y operaciones de recaudo realizadas por canales electrónicos, **alcanzó 210,37 billones de pesos**, el nivel más alto observado para un primer trimestre desde 2019.

Este resultado representa **un crecimiento de 12,1 % frente al cuarto trimestre de 2025 y una variación anual de 15,4 % respecto al mismo periodo de 2025**, lo que confirma el dinamismo del ecosistema de pagos digitales en el país en el inicio del año.

En perspectiva histórica, el valor nominal transado en el primer trimestre ha mostrado una expansión sostenida desde 2019, reflejando el proceso de consolidación de los pagos digitales en la economía. Aunque las tasas de crecimiento anual son inferiores a las registradas en los años de mayor impulso del canal, el aumento continuo del valor transado evidencia una profundización estructural del uso de medios electrónicos.

Este comportamiento está asociado tanto a la expansión del comercio electrónico como al fortalecimiento de las operaciones de recaudo digital, consolidando un ecosistema en el que los pagos electrónicos desempeñan un papel cada vez más central en las transacciones de hogares y empresas.

Figura 22. Valor nominal de transacciones digitales primer trimestre 2019 – 2026



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 (2019 - 2026) \*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.

## 2.2 Valor corriente de transacciones digitales en línea - trimestral

Figura 23 Valor nominal de transacciones digitales primer trimestre 2019 – 2026 por meses



Tabla 5. Evolución del valor nominal de transacciones digitales primer trimestre 2019

Mes	2019	2020	2026
Ene	12.5%	12.5%	12.5%
Feb	12.5%	12.5%	12.5%
Mar	12.5%	12.5%	12.5%
Total	12.5%	12.5%	12.5%

# ¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**  
<https://www.ccce.org.co/quieres-afiliarte/>

## 2.2 Valor corriente de transacciones digitales

# ¿Quieres tener la versión más completa?

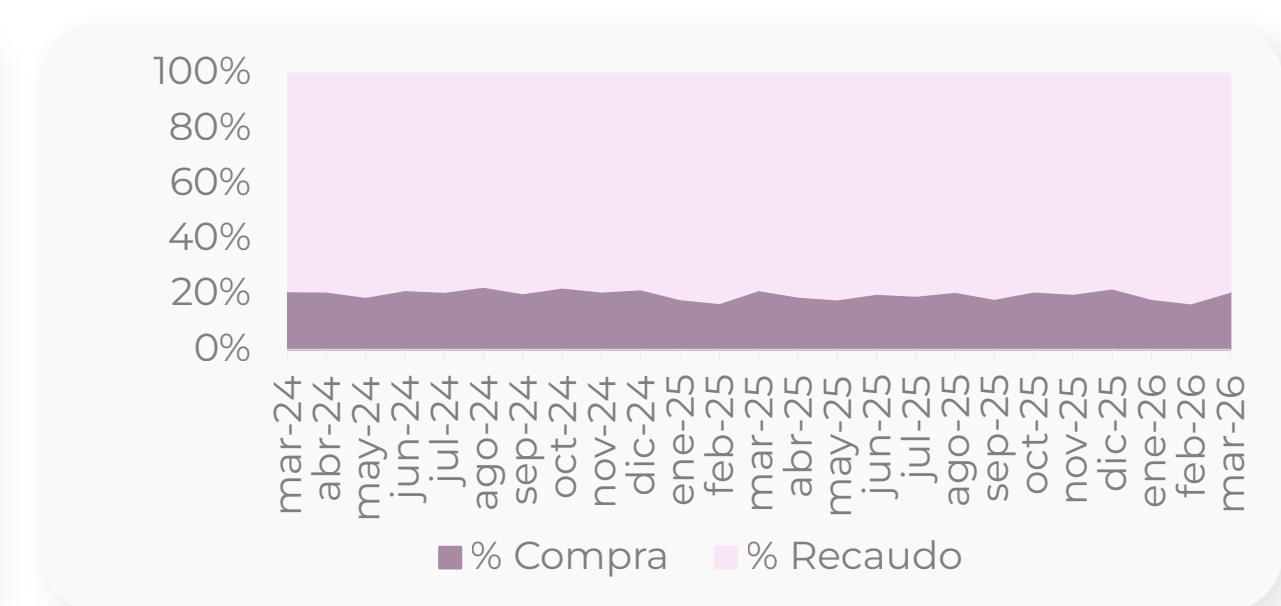


Si deseas acceder a esta información  
**afílate con nosotros**  
<https://www.ccce.org.co/quieres-afiliarte/>

Figura 24. Variación y contribución del valor corriente de las transacciones digitales



Figura 25. Contribución del valor corriente de transacciones digitales



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 (2019 - 2026) \*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

## 2.3 Valor constante de transacciones digitales

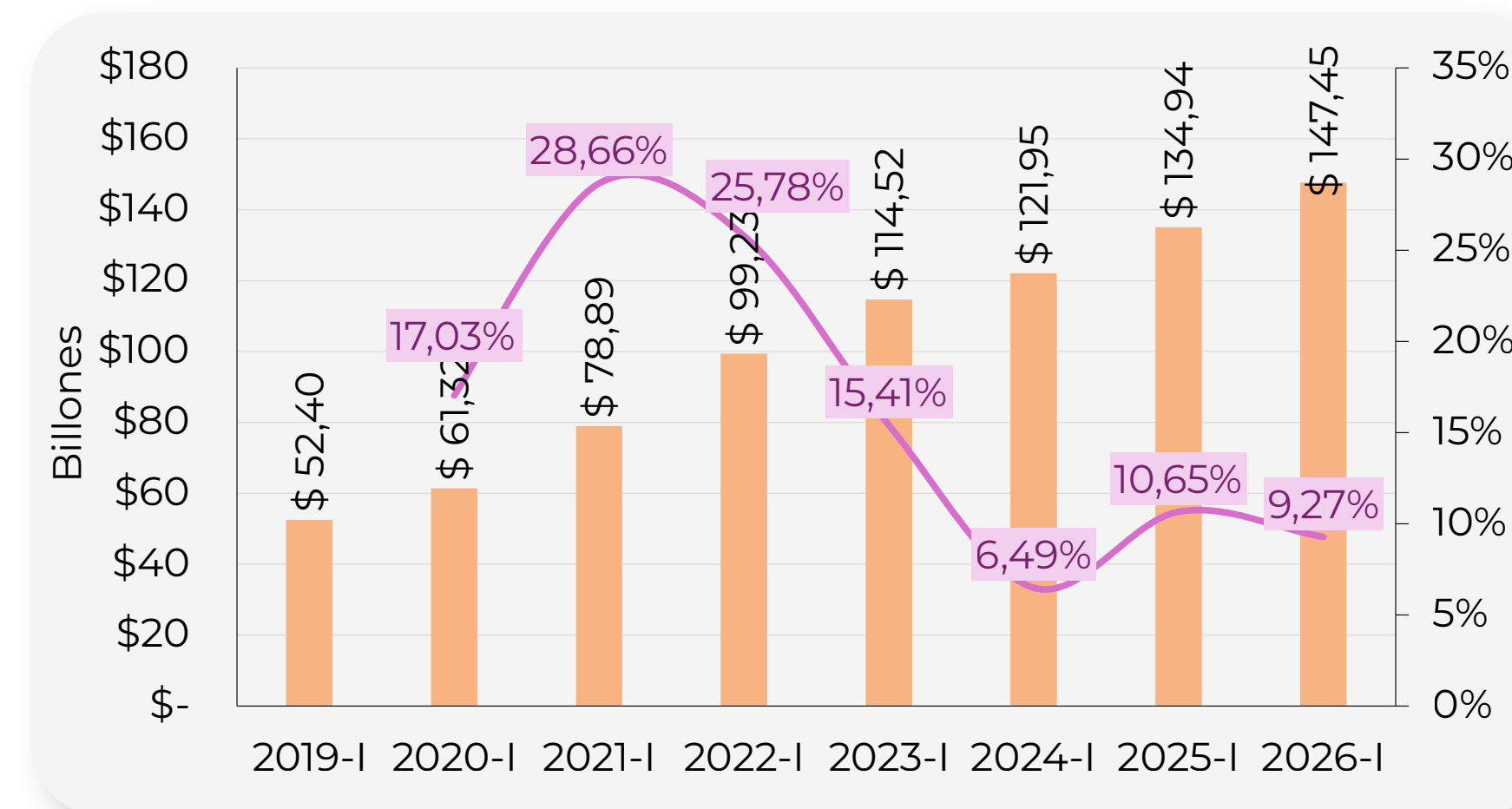
En términos de valor constante, las transacciones digitales registraron en **el primer trimestre de 2026 un total de 147,45 billones de pesos**, lo que representa el nivel más alto observado para este periodo desde 2019. Este resultado confirma que el crecimiento del ecosistema digital no responde únicamente a efectos de precios, sino a una expansión real de su uso en la economía.

Al descontar el efecto de la inflación mediante **el Índice de Precios al Consumidor sin alimentos ni regulados (diciembre de 2018 = 100)**, se observa **un crecimiento interanual de 15,3 % frente al primer trimestre de 2025**, cuando el valor transado fue de 134,94 billones de pesos constantes. Esta variación evidencia una dinámica sólida en términos reales, superior incluso a la observada en el volumen de transacciones.

En **la comparación trimestral, el valor real presenta un crecimiento de 9,6 % frente al cuarto trimestre de 2025**, lo que contrasta con la estacionalidad observada en el comercio electrónico y sugiere una mayor estabilidad en el comportamiento de los pagos digitales.

En conjunto, estos resultados evidencian que **el ecosistema de pagos digitales continúa expandiéndose en términos reales, consolidándose como un componente estructural de la actividad económica**. A diferencia del comercio electrónico, donde el crecimiento reciente está más asociado al aumento en la frecuencia de compra, en el sistema de pagos digitales el crecimiento real refleja tanto una mayor utilización como una estabilidad en los montos transados.

Figura 26. Valor constante de transacciones digitales anual 2019 – 2026 IPC sin alimentos ni regulados (diciembre 2018 = 100)



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 (2019 - 2026) \*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.

## 2.3 Valor constante de transacciones digitales en línea - trimestral

IPC sin alimentos ni regulados (diciembre 2018 = 100)

### ¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**

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

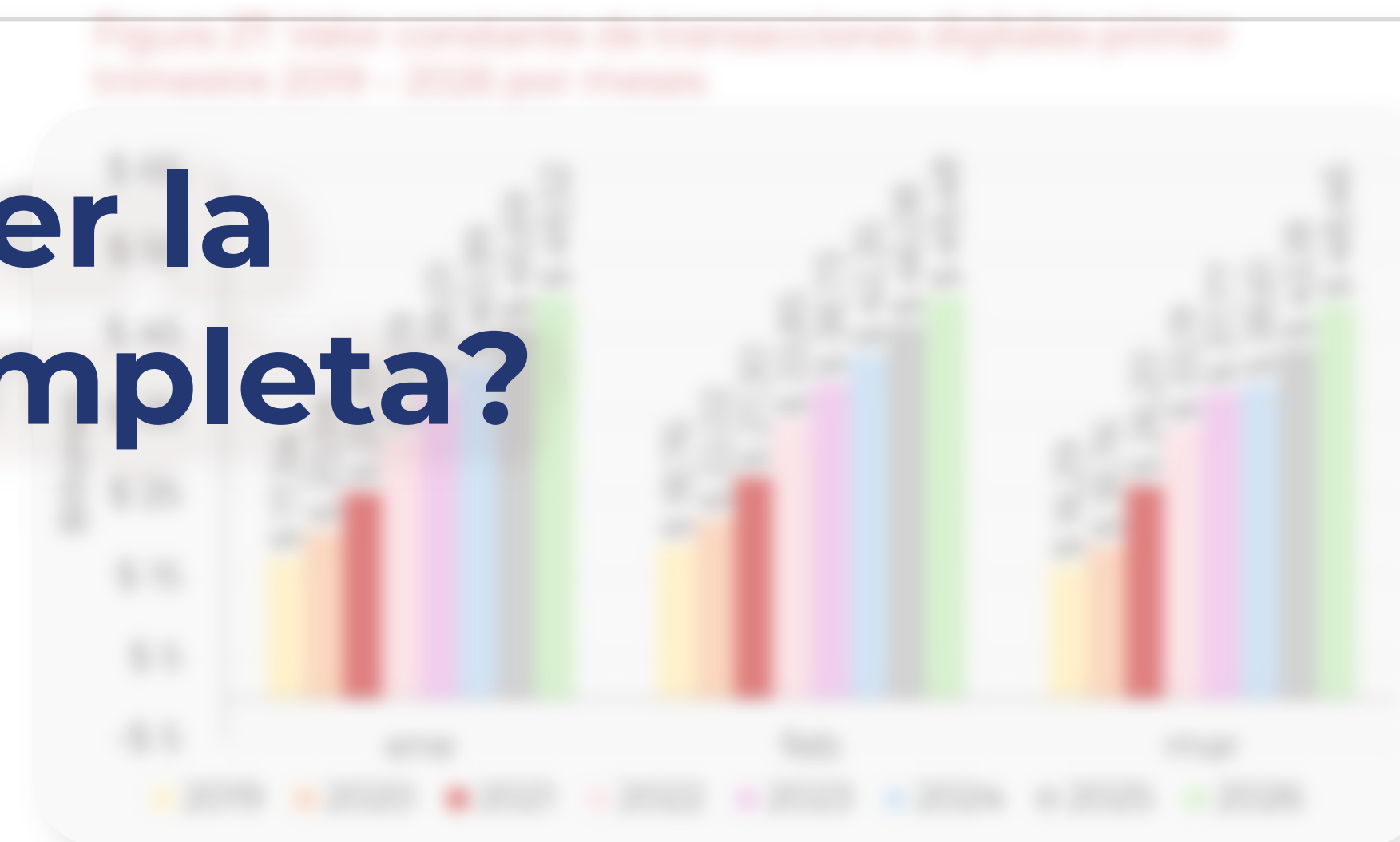


Tabla 1. Variación del valor constante de transacciones digitales por trimestre 2025

Mes	Variación vs mismo periodo 2025	Variación vs periodo anterior
ENE	8,4 %	5,2 %
FEB	7,4 %	-0,1 %
MAR	12,2 %	-2,0 %
Q1 2025	15,3 %	9,6 %

Los resultados muestran que el crecimiento de las transacciones digitales en línea sigue siendo robusto, impulsado por la adopción de nuevos canales digitales como la consultoría de...

## 2.3 Valor constante de transacciones digitales

# ¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**

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

Figura 23. Composición y contribución del valor constante de las transacciones digitales



Figura 24. Participación en el valor constante de transacciones digitales 2026-I



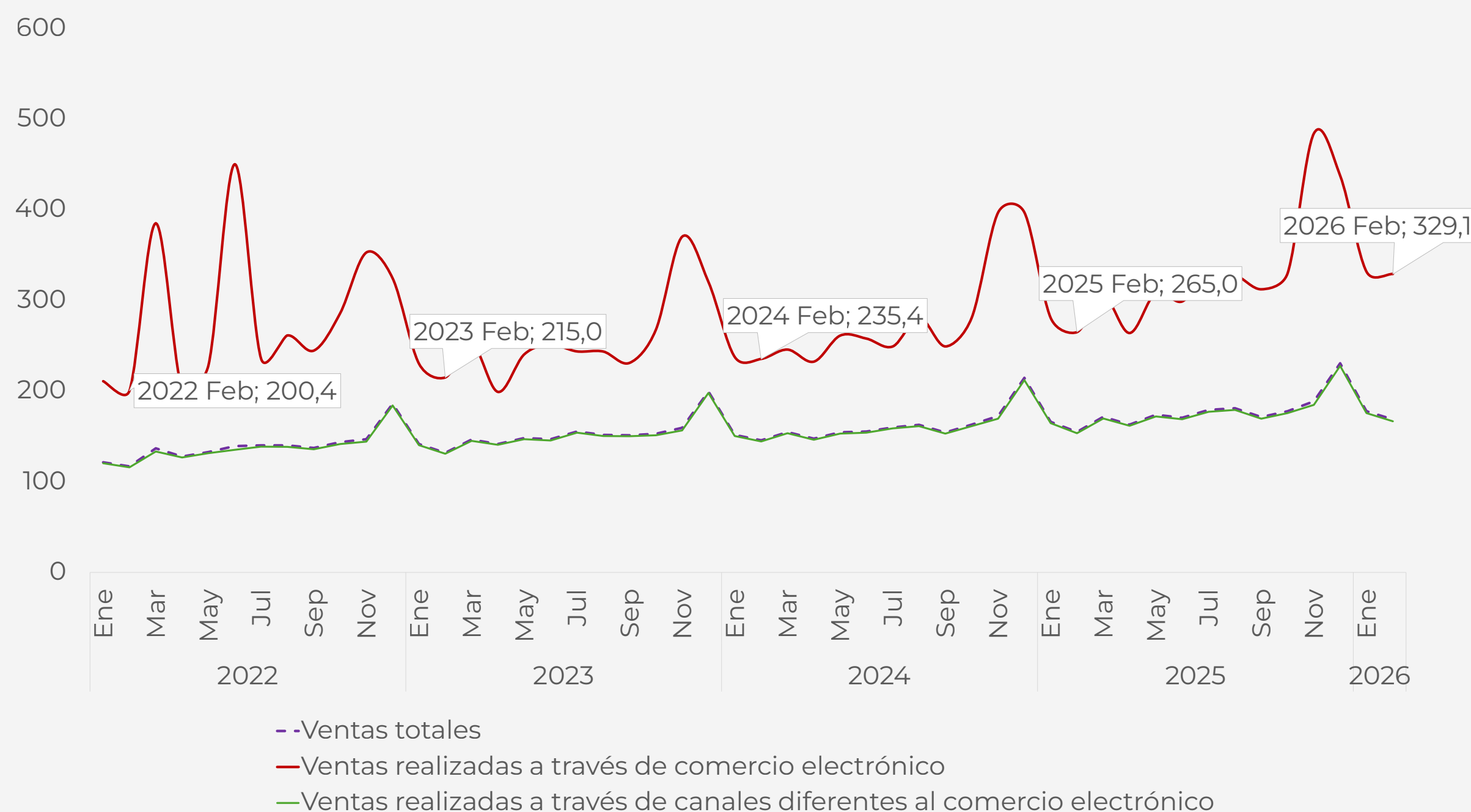
### 3 Comercio minorista

- Índice de ventas minoristas en línea
- Participación de las ventas minoristas en línea



# 3.1. Índice de ventas minoristas en línea

Figura 30. Evolución índice ventas minoristas totales, por comercio minorista y por canales destinados al comercio electrónico. Base = 2019



Fuente: Diseño CCCE con datos del DANE, Encuesta Mensual de Comercio (2026)

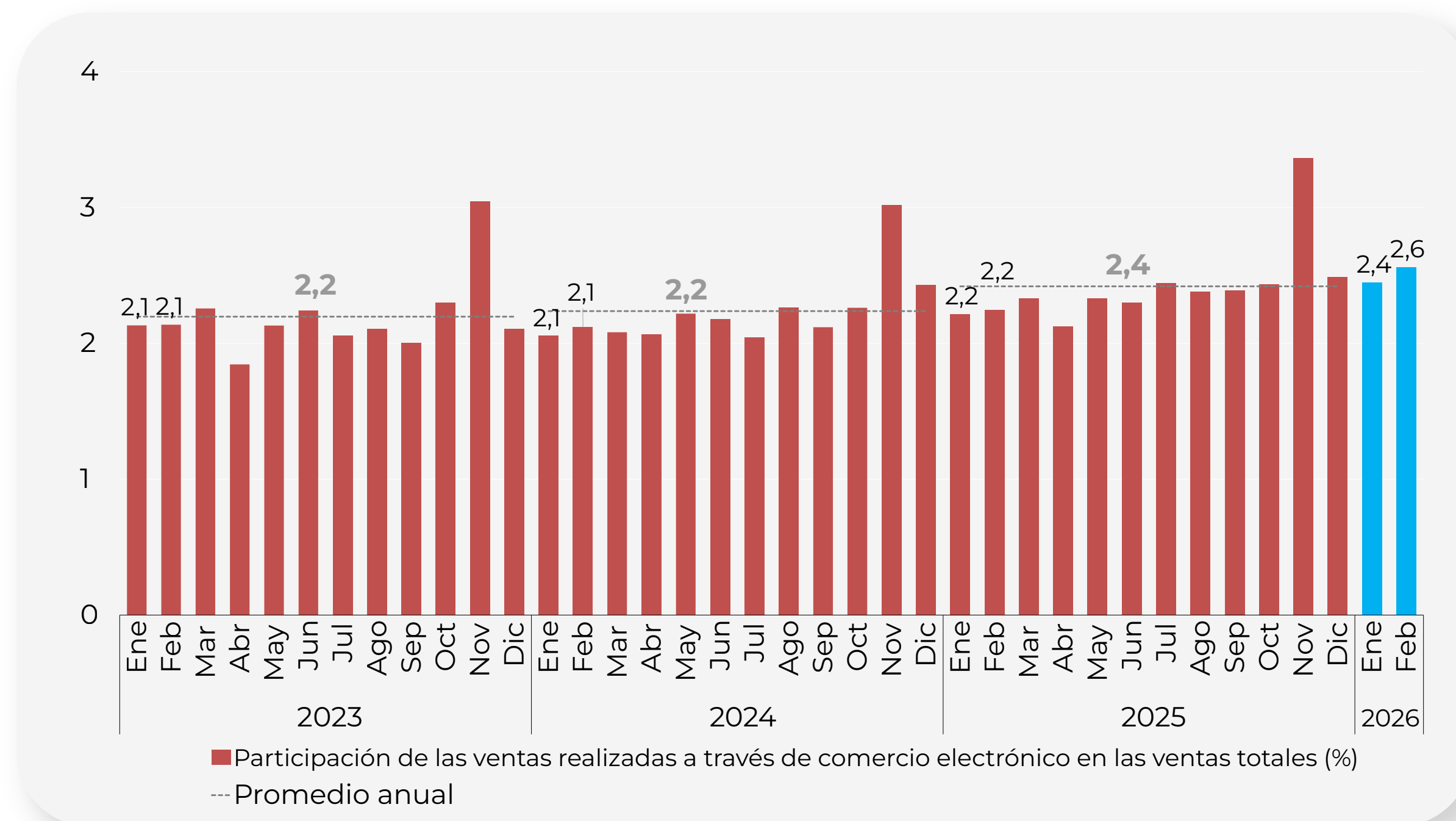
**Nota:** La Encuesta Mensual de Comercio del DANE considera a empresas que registran ventas anuales o activos por más de \$1.700 millones de pesos (base 2017) o que cuentan con 10 o más empleados. En el apartado de comercio electrónico, solo consideran a las empresas que cuentan con el canal de venta físico y digital. **No se consideran a las empresas que son 100% digitales.**

Para los dos primeros meses de 2026 se presenta un índice de ventas minoristas de ecommerce muy destacado con respecto al año pasado. **El índice a través del canal digital se ubicó en 331 en enero y 329 en febrero, de esta manera se experimentó un crecimiento de 18,2 % y 24,4 % anual en los meses respectivos.** Consolidándose como el índice más alto en el histórico del primer trimestre de cada año.

Al analizar el desempeño de los canales distintos al comercio electrónico, se observa que, siguen un ciclo similar a lo que ocurre en los primeros meses de cada año, es decir, después de un incremento en las ventas con ocasión de las festividades en el cuarto trimestre, luego, a principios de cada año cae el consumo minorista, hasta alcanzar índices de ventas de hasta 170. Si bien el canal offline sigue presentando incrementos anuales en 2026, en promedio 7,6 % para los dos primeros meses del año, se observa que en el canal digital las ventas minoristas están creciendo más rápido.

## 3.2 Participación de las ventas minoristas en línea

Figura 31. Evolución participación ventas minoristas por comercio electrónico dentro del total de comercio minorista



Fuente: Diseño CCCE con datos del DANE, Encuesta Mensual de Comercio (2026)

**Nota:** La Encuesta Mensual de Comercio del DANE considera a empresas que registran ventas anuales o activos por más de \$1.700 millones de pesos (base 2017) o que cuentan con 10 o más empleados. En el apartado de comercio electrónico, solo consideran a las empresas que cuentan con el canal de venta físico y digital. **No se consideran a las empresas que son 100% digitales.**

Los dos primeros meses de 2026 muestran muy buenos resultados para las ventas a través del canal digital, para enero **la participación de ventas eCommerce se posicionó en 2,4 %, luego en febrero alcanzó 2,6 %.**

Estos resultados evidencian un repunte positivo en la tendencia, teniendo en cuenta que en los años anteriores esta participación solo llegaba al 2,2 % en el primer trimestre.

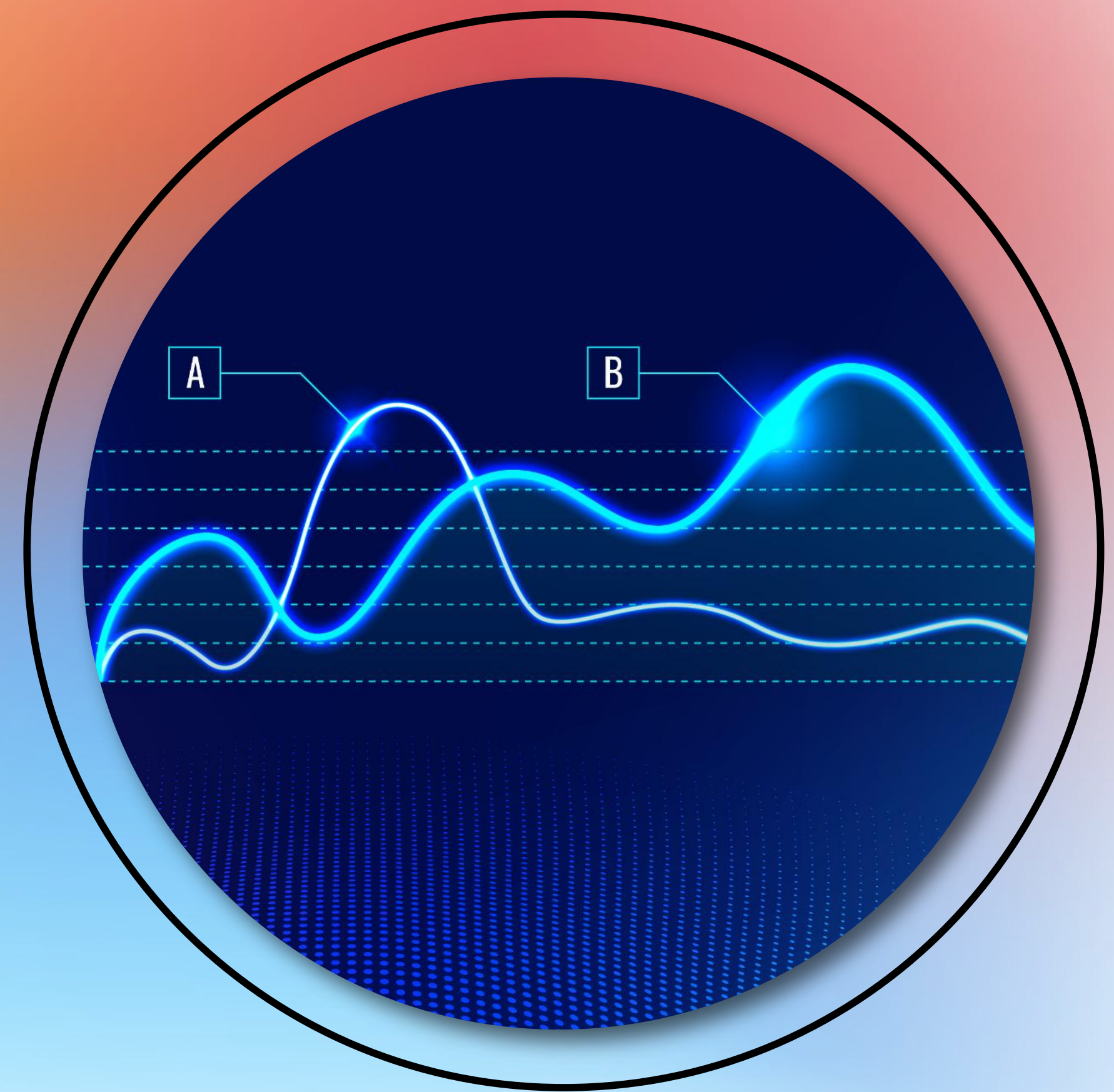
### Algunos de los factores que dan cuenta de este desempeño en los primeros meses son:

- El aumento de la confianza de los consumidores, como se evidencia en el índice de confianza del consumidor que mantiene valores de 18, situación que no suele presentarse a principios del año, pues históricamente esta confianza en el periodo se ubica en niveles negativos de hasta -28.
- El aumento de los ingresos por cuenta del aumento del salario mínimo pudo motivar la compra minorista, teniendo en cuenta que si bien la tasa de interés también se mantiene alta, por su parte la inflación todavía no muestra niveles desbordados de crecimiento; aunque los consumidores deben ser cuidadosos, pues paulatinamente se está evidenciando aumento en los precios.
- La disminución del precio de los productos importados por el bajo precio del dólar, en promedio \$3700 COP en enero y \$3675 COP en febrero.

4

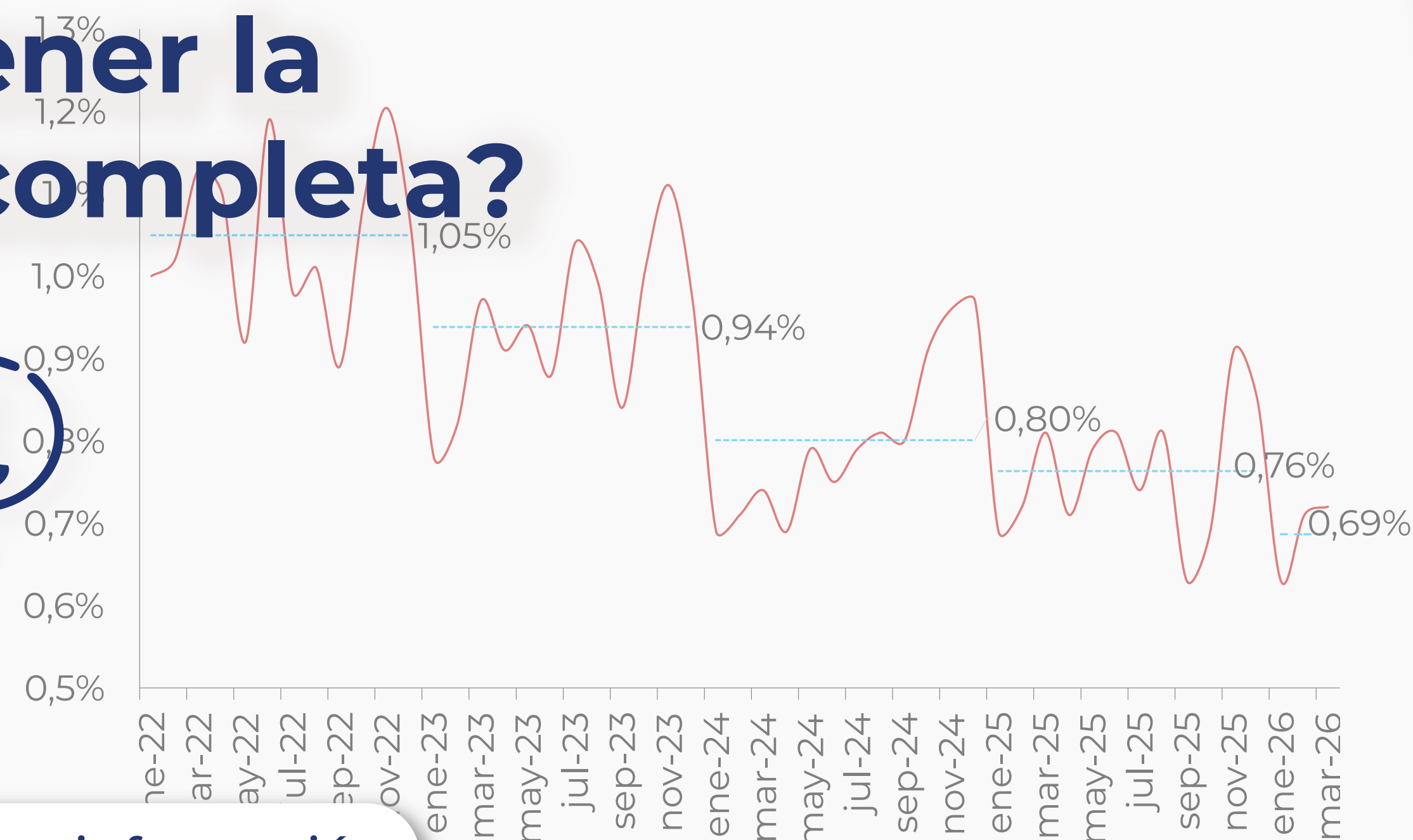
## Tasa de conversión promedio y rebote

- Número y valor de las transacciones digitales
- Distribución entre compra en línea y recaudo



# 4.1. Tasa de conversión mensual

## ¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**  
<https://www.ccce.org.co/quieres-afiliarte/>

--- Promedio 2024 --- Promedio 2025 --- Promedio 2026

## 4.2. Porcentaje de rebote

Figura 33. Porcentaje de rebote por fuente



# ¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información **afílate con nosotros**  
<https://www.ccce.org.co/quieres-afiliarte/>

Los resultados de este trimestre muestran dos grupos muy distintos dentro del mismo portafolio de canales.

El grupo más eficiente corresponde a Google CPC (PAG), Google Ads (28.7%) y Email Marketing (22%). Los tres tienen una estructura similar desde 2021, con tasas de conversión que aumentaron en cinco años. En Q1 2026 estas tasas se mantienen en sus niveles históricos.

Mientras tanto, el grupo que mantiene tasas de rebote más altas son Directo (25.3%), Redes Sociales CPC (24.7%) y Direct (24.4%). Redes Sociales CPC es especialmente paródica, tuvo una mejora brutal entre 2022 y 2024 (de 42% a 22%), pero en 2025 volvió casi todo ese progreso y hoy está prácticamente donde empezó.

Que el canal directo tenga 25% de rebote es una señal interesante del del histórico. En e-commerce maduro, Direct debería ser el canal de menor rebote porque viene de usuarios que ya conocen la marca. Que haya bajado de 30% a 25% en cinco años es buena noticia, pero el nivel absoluto todavía indica que hay un segmento del que no encuentra lo que busca y no encuentra lo que busca, por lo que se va.

La estructura de información y de utilidad de los canales de conversión se evidencia que el rebote en general sigue creciendo, lo que permite pensar que el problema no está en la calidad del tráfico entrante, está en el funnel de compra del landing. Eso significa que a checkout, opciones de pago, o cualquier punto como los pedidos y entregas pueden ser el problema.

# 5 Referencias



## Referencias

CredibanCo, Redeban, ACH y Movii (2026). Valor y número de transacciones digitales, recaudo y venta en línea.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2026). Encuesta Mensual de Comercio.

Icomm, (2025) Tasa de conversión y porcentaje de rebote.

Pay U, Evertec / Place to Pay, PayVálida, ePayco, Mercado Pago y Wompi (2026). Categorías de ventas de comercio electrónico y participación de medios de pago.



# El sistema colaborativo que reúne datos reales de ventas en eCommerce en Colombia.

Únete a Retail365, da click si deseas mayor información  
<https://info.retail365.com.co/inicio>



Datos confiables en tiempo real



Compartativos sectoriales



Dashboards interactivos



Networking y co-creación de conocimiento





**INFORME TRIMESTRAL DE  
COMERCIO ELECTRÓNICO  
2026-1**

