Bogotá D.C.
Diciembre de 2025

www.ccce.org.co

cámara colombiana de comercio electrónico

INFORME COMERCIO ELECTRÓNICO MINORISTA 2025

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

Leidy Johana Cardozo
Economista Senior

Natalia Martínez Martínez
Gerente Legal y de Políticas

Diego Eduardo Trujillo Del Río
Diseñador Gráfico

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.

exporta. online

Ya estoy online .co

Patrocinado por:

Google

Retail 365 | logyca | cámara colombiana de comercio electrónico

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	Asamblea de afiliados HOT SALE .COM.CO
Mayo	ecommerce DAY COLOMBIA
Junio	travel sale .com .co
Septiembre	ecommerce fest
Octubre	HOT SALE .COM.CO

*Fechas sujetas a cambios

CONFIANZA PARA LOS USUARIOS

Conocimiento del ecosistema

eTrust by CCCE

eTrust para pagos by CCCE

eTrust para logística by CCCE

eTrust para consumidor by CCCE

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.

ecommercefest

ecommerce DAY | BLENDED [PROFESSIONAL] EXPERIENCE

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 Comercio electrónico minorista global

- Participación y evolución del comercio electrónico minorista alrededor del mundo

2 Comercio electrónico minorista en Colombia

- Cifras del comercio electrónico minorista en Colombia

3 Consumidor digital

- Caracterización del consumidor colombiano, con énfasis en sus hábitos de compra a través de los medios digitales.

4 Tendencias del eCommerce minorista

- Tendencias en el comercio electrónico minorista para el 2026

1 Comercio electrónico minorista global

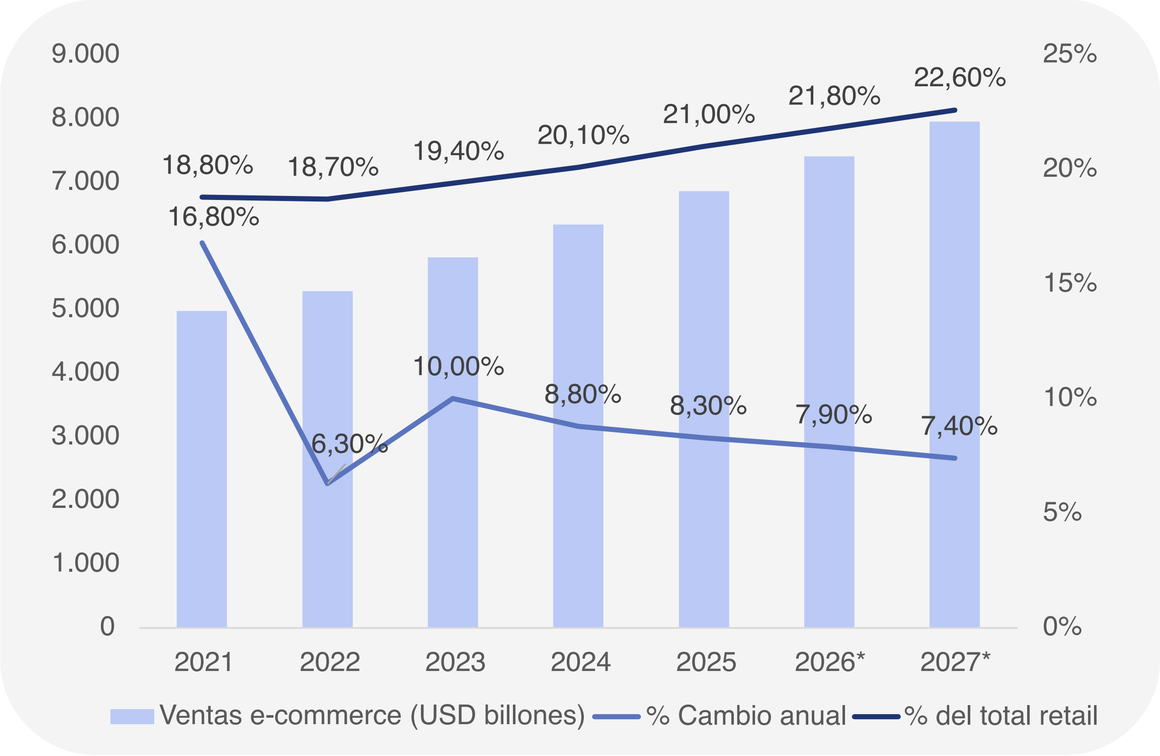
- Participación y evolución del comercio electrónico minorista alrededor del mundo

1.1. Comercio electrónico minorista global

El comercio electrónico se consolida como un canal importante dentro del comercio minorista global, mostrando un crecimiento sostenido año tras año. En el período reciente, las ventas han registrado incrementos anuales cercanos al 8 %, evidenciando una expansión estable del canal. De manera consistente, su participación dentro del total del comercio minorista también ha aumentado, pasando de 18,8 % en 2021 a cerca de 21 % en 2025.

En 2025, las ventas globales del comercio electrónico minorista alcanzaron los 6,86 billones de dólares, equivalentes al 21 % del total del comercio minorista mundial. Las proyecciones indican que en 2026 el mercado crecerá aproximadamente un 8 %, superando los 7,4 billones de dólares.

Ventas de comercio electrónico minorista



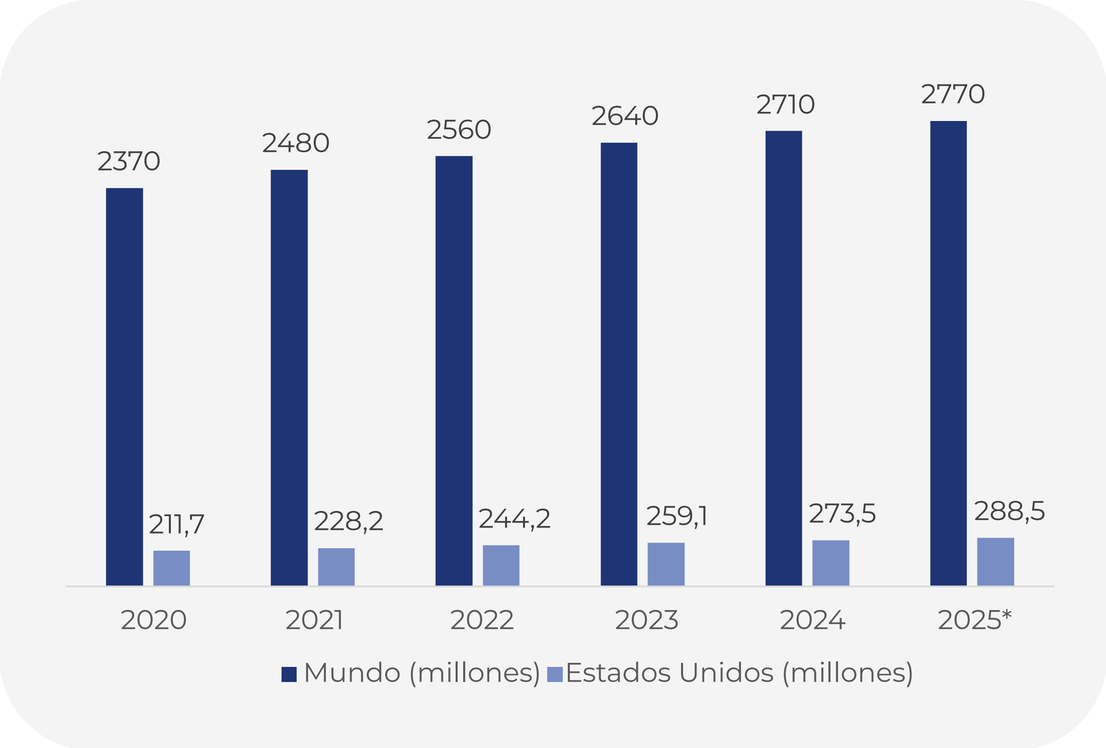
Fuente: Insider Intelligence, Emarketer (2024)

1.2 Compradores online a nivel mundial

Se estima que en 2025 el número de compradores a través del comercio electrónico creció un 2,2 % frente al año anterior, alcanzando aproximadamente 2.770 millones de personas a nivel global. Estados Unidos se mantiene como uno de los mercados más relevantes en este canal, concentrando el 10,4 % del total de compradores online, lo que equivale a cerca de 288,5 millones de usuarios.

En este contexto, el canal digital se consolida como un mercado de alta relevancia y sostenido dinamismo, con una tasa de crecimiento promedio cercana al 2,8 % anual desde 2022, lo que evidencia una expansión constante de la adopción del comercio electrónico a nivel mundial.

Compradores online a nivel mundial y Estados Unidos



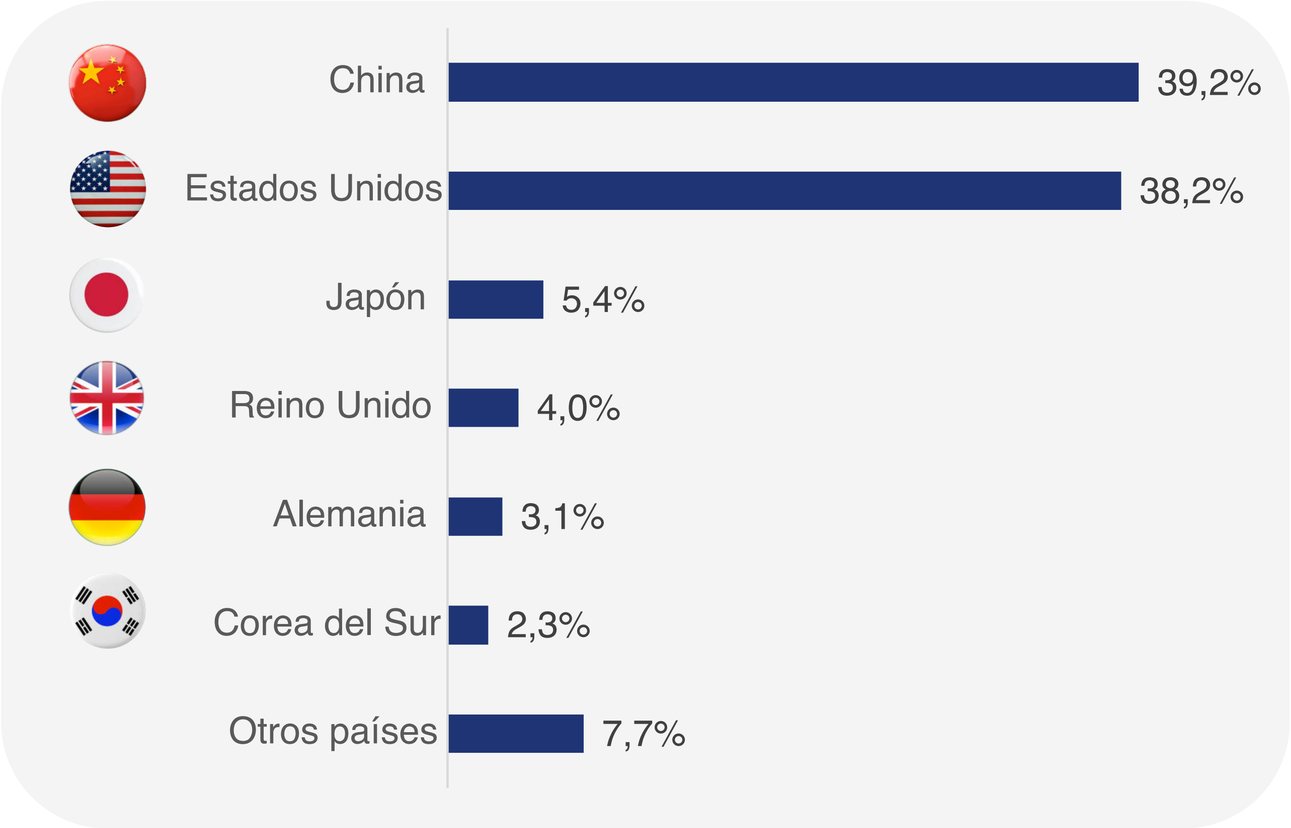
Fuente: eMarketer Statista

1.3 Mercado global de comercio

China lidera el mercado global de comercio electrónico con una participación del 39,2 %, seguida muy de cerca por Estados Unidos, que concentra el 38,2 % de las ventas. En un tercer nivel, con una participación significativamente menor, se ubica Japón con el 5,4 %, mientras que el Reino Unido y Alemania registran el 4,0 % y 3,1 %, respectivamente. Corea del Sur completa el grupo de los principales mercados con una participación del 2,3 %.

Este panorama evidencia una alta concentración del comercio electrónico mundial, en la que solo dos países (China y Estados Unidos) concentran el 77,4 % del total de las ventas globales. La ausencia de países latinoamericanos dentro de los principales mercados refleja una brecha relevante en términos de desarrollo digital, infraestructura logística y adopción del canal.

Participación de las ventas eCommerce por país en 2025



Fuente: eMarketer Statista

1.4 Comercio electrónico minorista en América Latina

Ventas minoristas en 2025:

191.250
Millones de dólares

Aumento anual de las ventas minoristas de comercio electrónico

12,2 %

3 países representan

84,5 %

de las ventas regionales de eCommerce

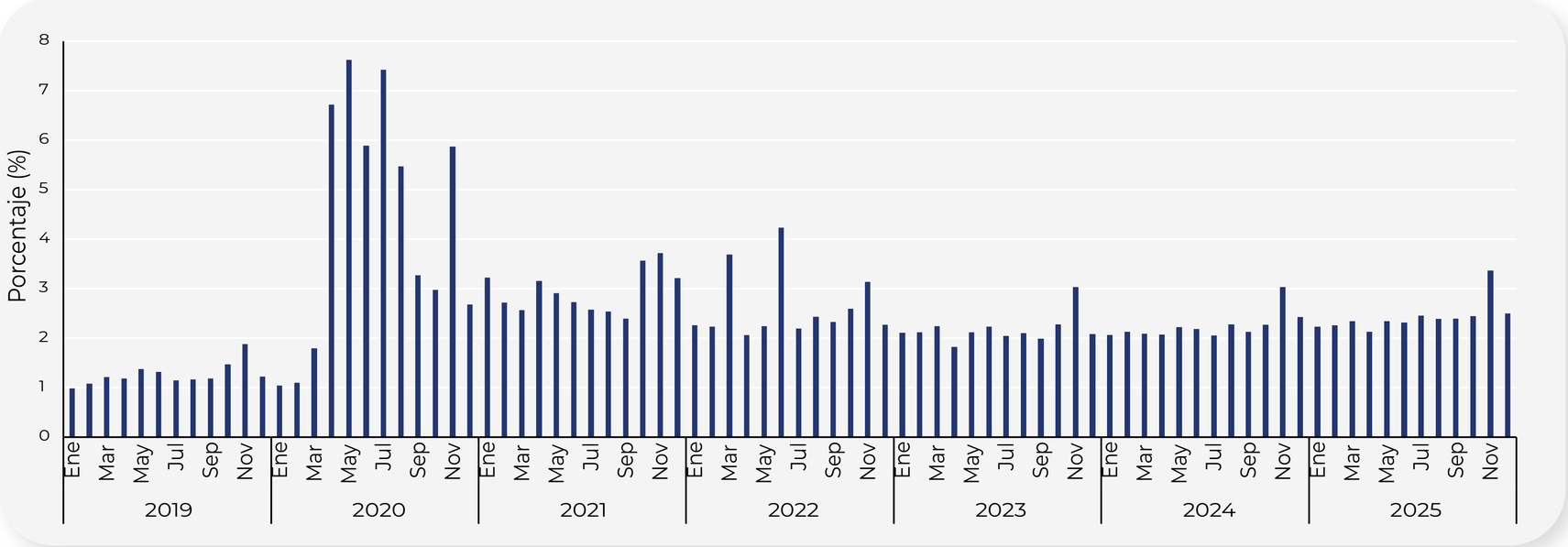
Fuente: eMarketer (2025)

2 Economía Colombiana

- Producción
- Mercado laboral
- Inflación
- Consumo de los hogares

2.1 Participación de comercio electrónico minorista Colombia

Participación mensual de comercio electrónico minorista



- La proporción de comercio electrónico dentro del comercio minorista total se mantiene estable entre 2,3 % y 2,4 % en el último año.
- Se evidencia un mejoramiento en la participación en los últimos años con respecto al periodo prepandemia.
- Aun no se logra alcanzar los niveles altos experimentados durante el 2020 y 2021.

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025*
1,3 %	4,3 %	2,9 %	2,6 %	2,2 %	2,3 %	2,4 %

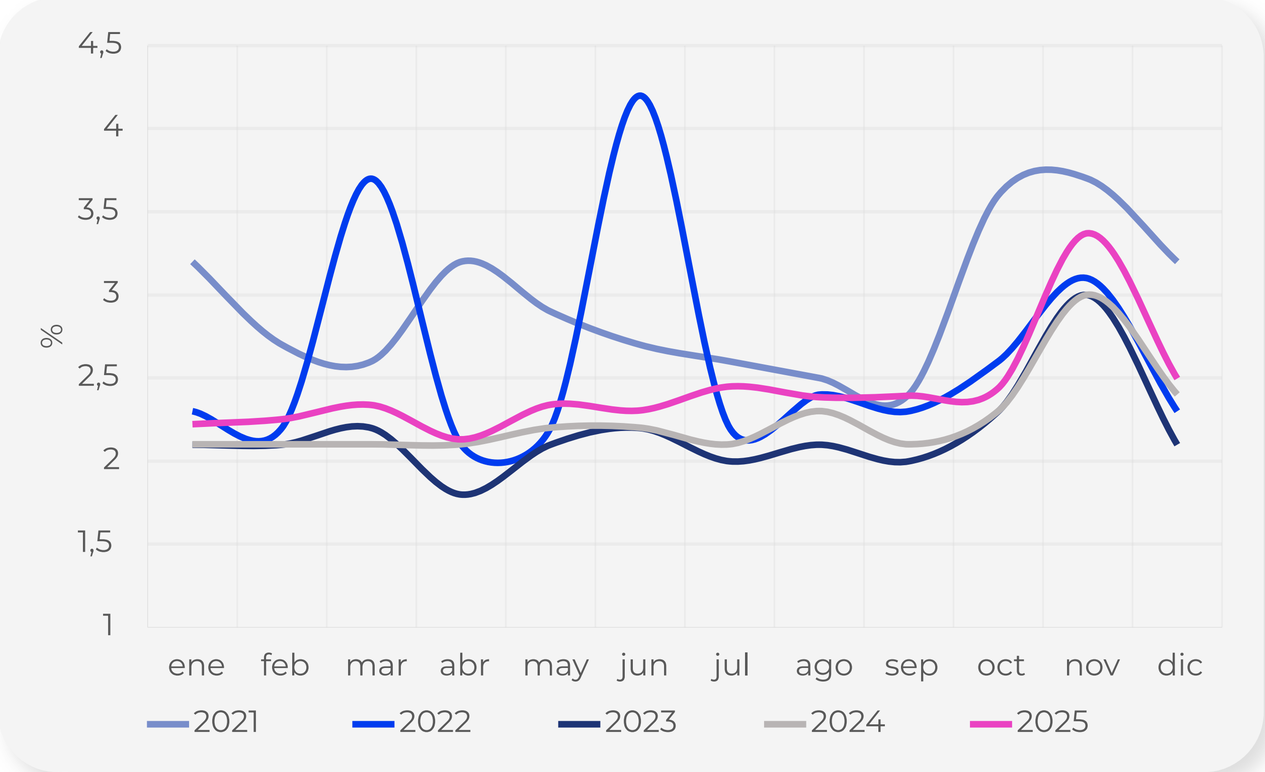
Participación promedio anual

Fuente: DANE (2025)

2.2 Participación de comercio electrónico minorista Colombia

- Se evidencia un comportamiento cíclico en todos los años:
- La primera mitad del año tiene un comportamiento más moderado y estable
- Al final del año, especialmente en noviembre hay un repunte en la participación del eCommerce, coincidiendo con la temporada de descuentos (como Black Friday o Cyber Monday).
- En lo que respecta a 2025, se evidencia un comportamiento más estable y en un rango moderado (entre 2,1 % y 2,4 %), además mayor participación con respecto a 2024.

Participación mensual de comercio electrónico minorista



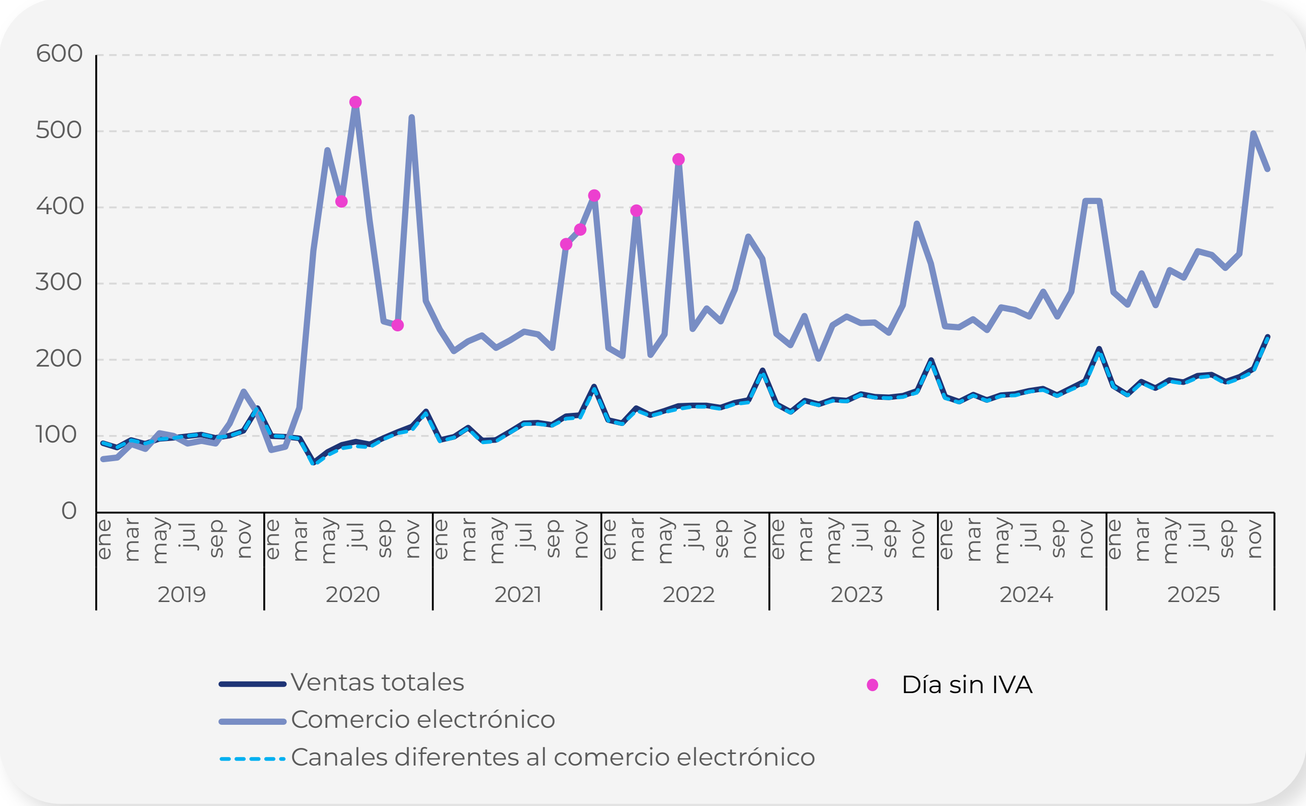
Fuente: DANE (2025)

2.3 Índice de ventas por comercio electrónico minorista

- En 2025 se estabilizó el índice de eCommerce en un piso cercano a los 300 puntos, lo que significa que el mercado digital es hoy 3 veces más grande que en 2019 (año base del índice).Mientras que el canal físico (canales diferentes al comercio electrónico) han mantenido un crecimiento más lineal y moderado.

- Se evidencia que el vconsumidor colombiano ha adoptado el comportamiento de reservar sus compras de alto valor para el canal digital, dejando el canal tradicional para un consumo más lineal, recurrente y menos sensible a ofertas masivas.

Índice mensual de ventas en los diferentes canales



Fuente: DANE (2025)

2.4 Índice de ventas por comercio electrónico minorista

- Se confirma la tendencia cíclica de ajuste al inicio del año tras la temporada decembrina. Luego se evidencia una recuperación en marzo, seguidamente de un comportamiento de crecimientos y decrecimientos mensuales en todo el año.

- Comparado con 2024 se evidencian crecimientos en ambos canales, pero una mayor variación en el canal digital. El comercio electrónico mantiene un crecimiento anual de doble dígito durante todos los meses registrados, alcanzando picos destacados en julio (33,7 %) y septiembre (25,1 %).

Variación mensual y anual del índice de ventas

	Ventas totales		Comercio electrónico		Canales diferentes a comercio electrónico	
	Variación mensual	Variación anual	Variación mensual	Variación anual	Variación mensual	Variación anual
ene-25	-22,8%	9,7%	-29,3%	18,2%	-22,6%	9,5%
feb-25	-6,8%	6,4%	-5,6%	12,5%	-6,8%	6,3%
mar-25	10,7%	10,9%	14,9%	23,9%	10,6%	10,6%
abr-25	-4,9%	10,7%	-13,3%	13,6%	-4,7%	10,6%
may-25	6,6%	12,8%	17,0%	18,3%	6,4%	12,6%
jun-25	-1,8%	10,0%	-3,2%	15,9%	-1,8%	9,9%
jul-25	4,9%	12,2%	11,5%	33,7%	4,8%	11,7%
ago-25	1,1%	11,5%	-1,5%	16,8%	1,2%	11,4%
sep-25	-5,4%	11,2%	-5,0%	25,1%	-5,4%	10,9%
oct-25	3,7%	9,3%	5,7%	17,4%	3,7%	9,1%
Nov-25	6,2%	9,6%	46,7%	21,7%	5,2%	9,2%
Dec-25	22,1%	7,2%	-9,5%	10,1%	23,2%	7,1%
2025*		**10,0%**		**18,6%**		**9,8%**

Fuente: DANE (2025)

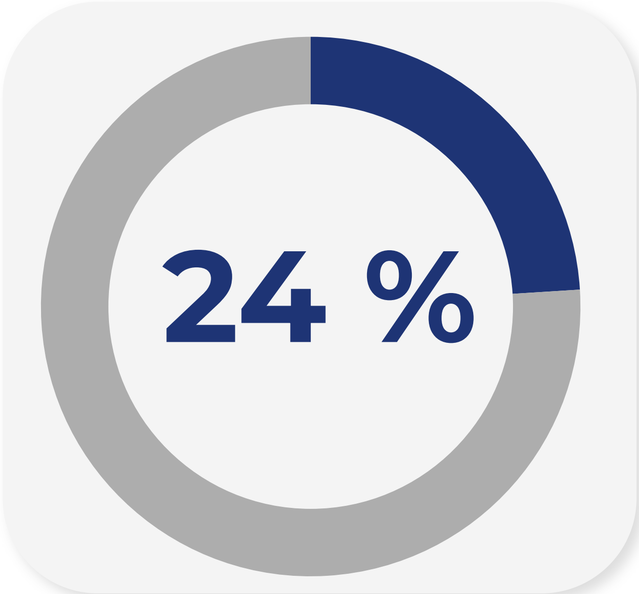
3 Consumidor digital

- Caracterización del consumidor colombiano, con énfasis en sus hábitos de compra a través de los medios digitales.

3.1 Compradores digitales en Colombia 2024

9'386.829

Total de personas que compraron/ ordenaron bienes o servicios en línea



Compradores dentro de quienes usan internet

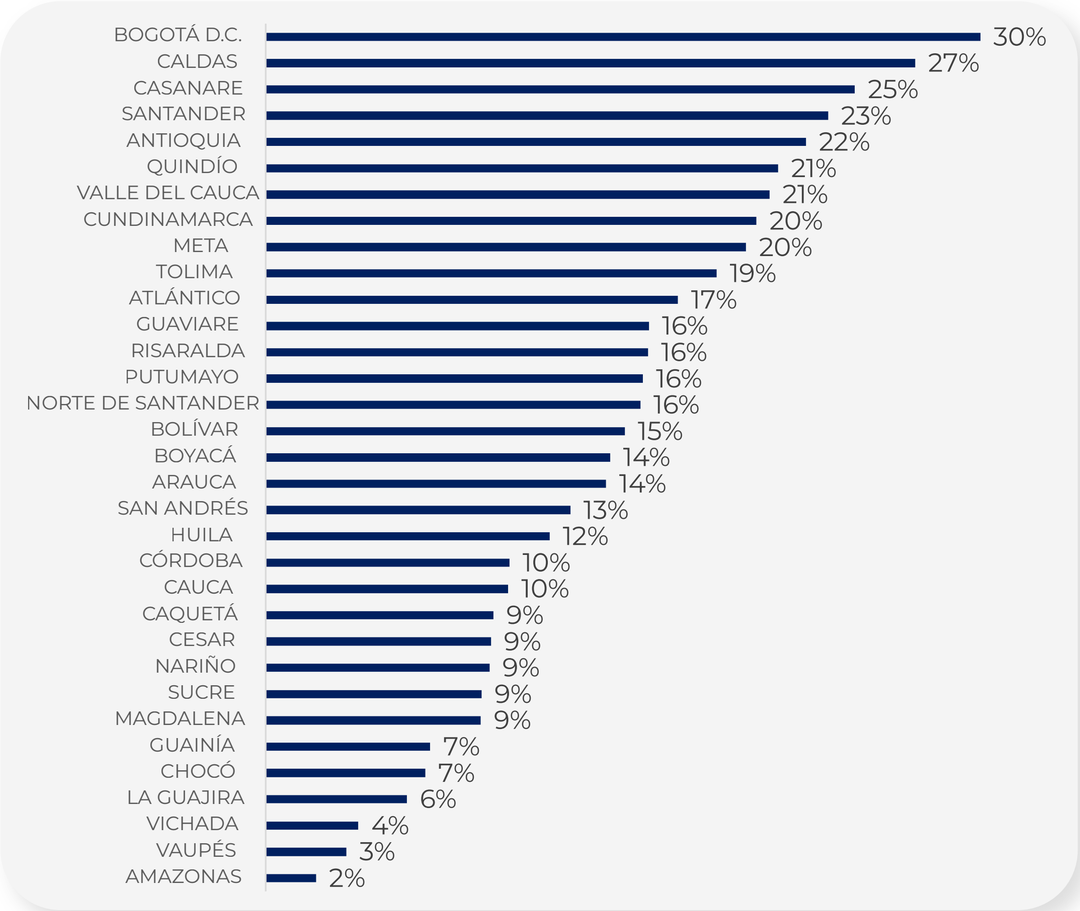
Fuente: DANE (2025), ENTIC 2024

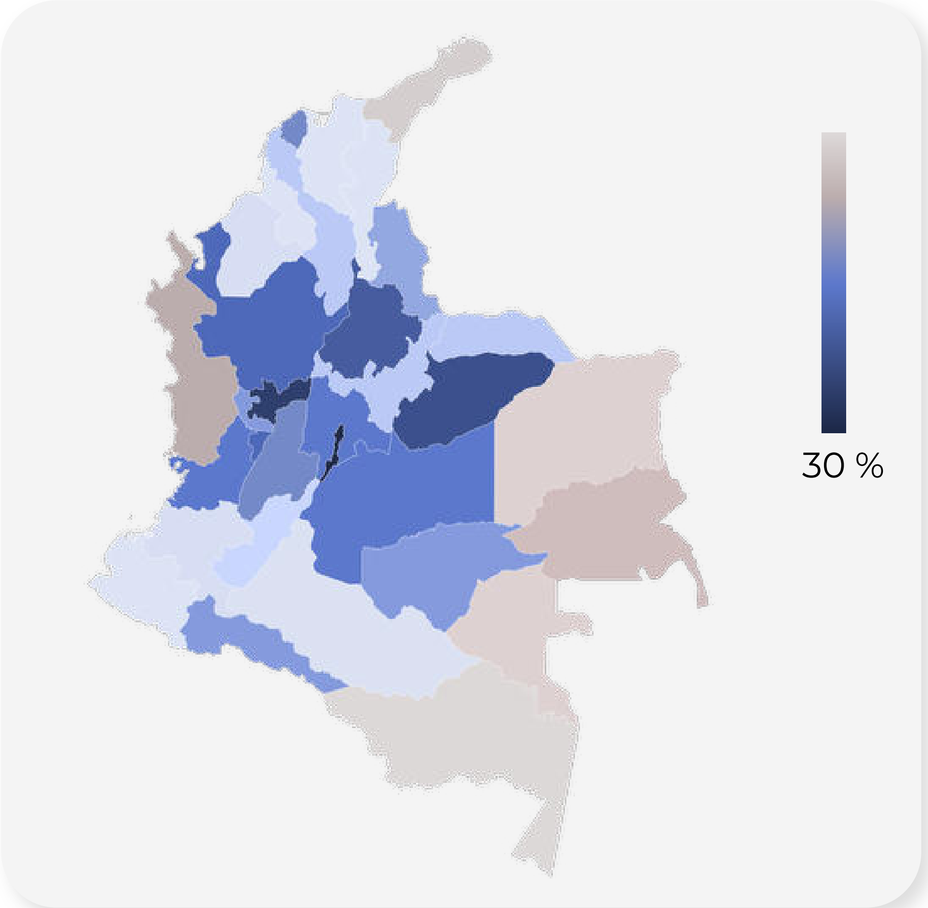
3.2 Compradores digitales en Colombia área urbana y rural

	2021	2024	Crecimiento
Área urbana	5’800.539	8’732.545	51 %
Área rural	229.266	654.284	185 %

Fuente: DANE (2025), ENTIC 2024 y 2021

3.3 Proporción de compradores digitales en cada departamento



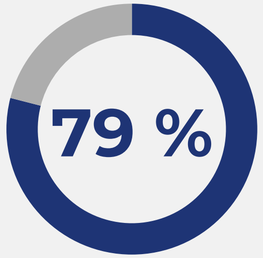


Fuente: DANE (2025), ENTIC 2024

3.4 Acceso y dispositivos para acceder a internet

39’023.408

Personas de 5 y más años que usaron internet



Del total de la población mayor de 5 años

38 millones	97,5 %
10,7 millones	27,4 %
7,95 millones	20,4 %
17 millones	43,8 %
1,6 millones	27,4 %

Fuente: DANE (2025), ENTIC 2024

3.5 Usuarios y uso de redes sociales en Colombia

31,3 Millones Usuarios de redes sociales > **80 % de la población**

Entretenimiento, Juegos, farándula, seguir influenciadores

77 %

Del total de la población que usa internet

Acceder a contenidos de otros y hacer comentarios

53 %

Del total de la población que usa internet

Producir sus propios contenidos

24 %

Del total de la población que usa internet

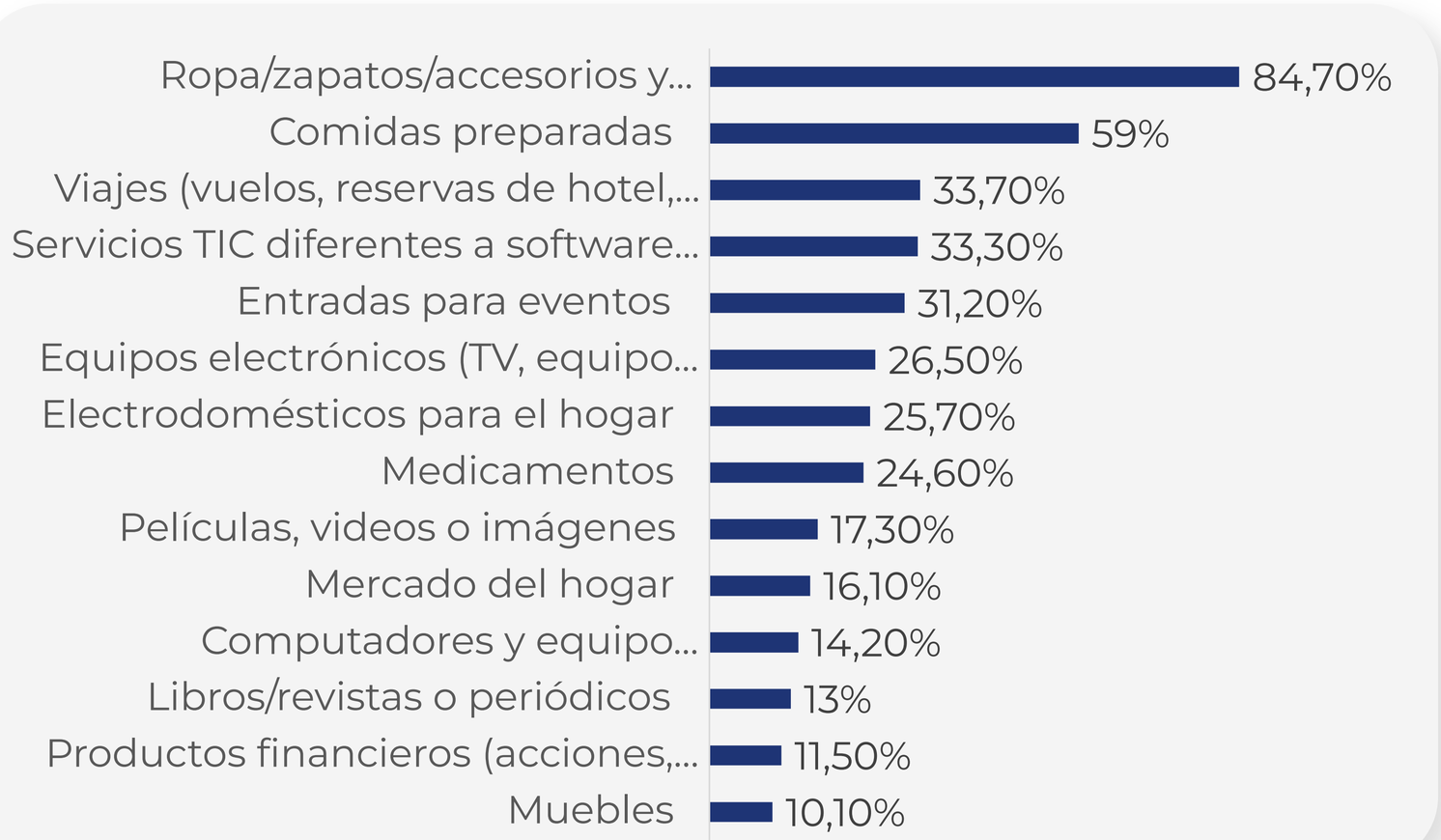
Promover su negocio o actividad profesional

10 %

Del total de la población que usa internet

Fuente: DANE (2025), ENTIC 2024

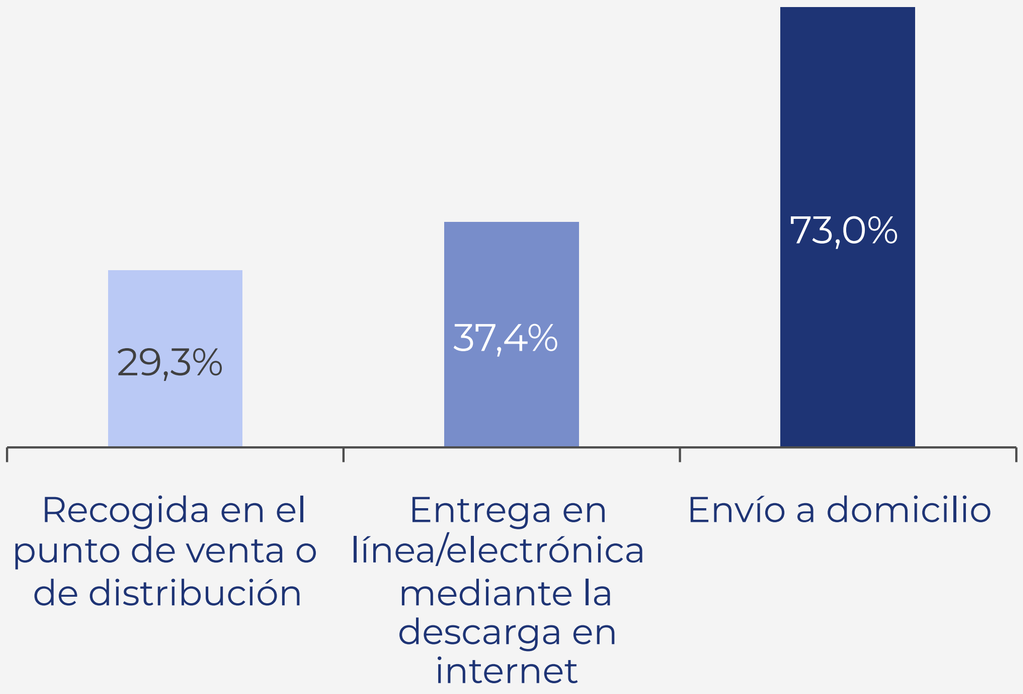
3.6 Categorías con más compradores digitales en Colombia



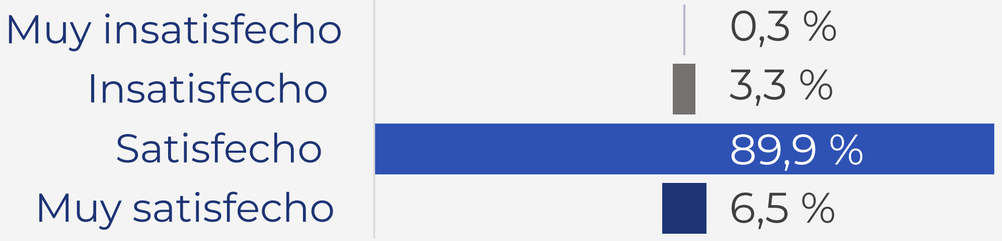
Fuente: DANE (2025), ENTIC 2024

3.7 Logística eCommerce

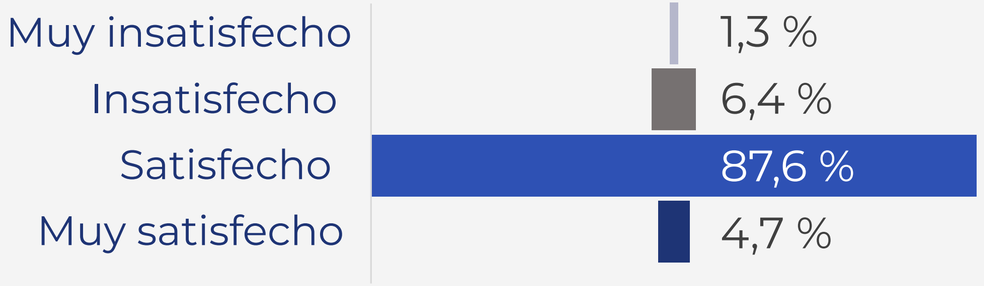
Métodos de entrega usados por colombianos



Calificación del proceso de entrega



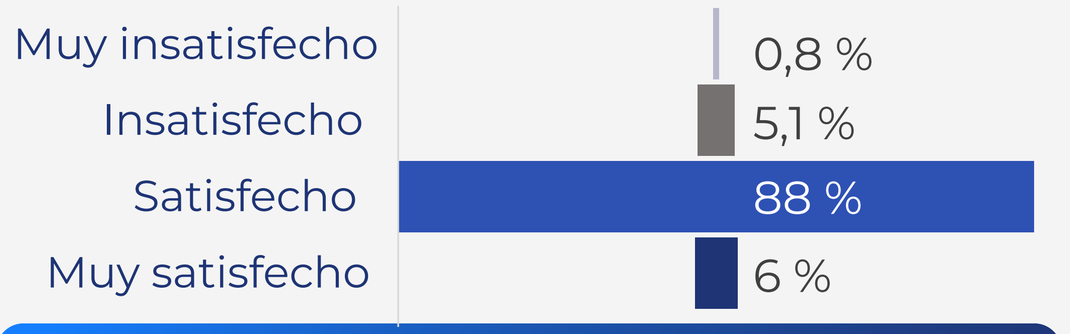
Calificación de devolución del producto



Fuente: DANE (2025), ENTIC 2024

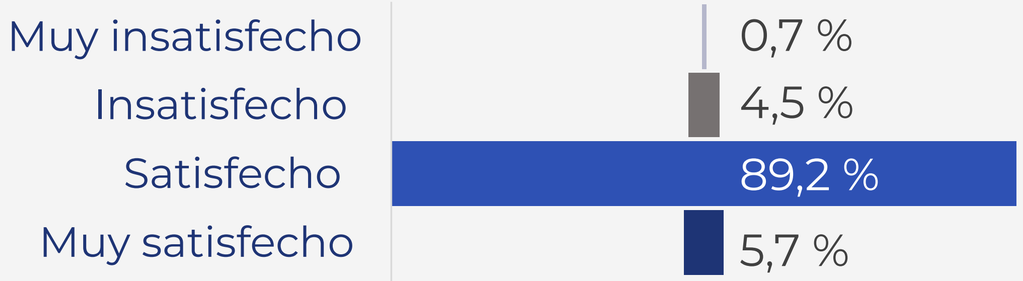
3.8 Satisfacción con el producto adquirido vía eCommerce

Calidad del producto



Garantía del producto

Precio - calidad



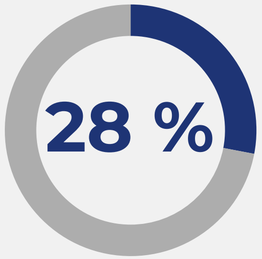
Disponibilidad del producto

Fuente: DANE (2025), ENTIC 2024

3.9 Consumidor informado

10’762.618

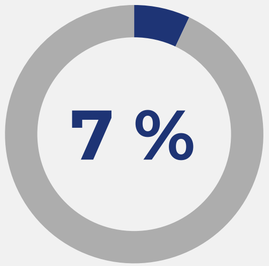
Personas que **usan internet para obtener** información sobre bienes y servicios



Del total de la población que usa internet

2’716.080

Personas que **usan internet para acceder, publicar o intercambiar opiniones** sobre un bien o servicio



Del total de la población que usa internet

Fuente: DANE (2025), ENTIC 2024

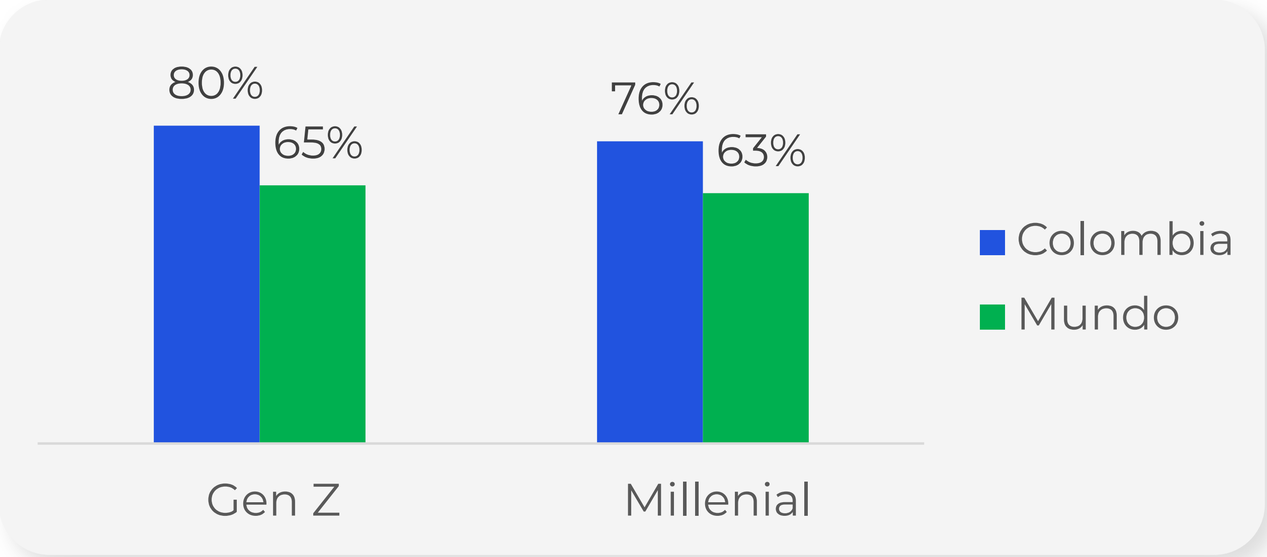
4 Tendencias del eCommerce minorista

- Tendencias en el comercio electrónico minorista para el 2026

4.1 Retail sustentable

Cada vez las generaciones más jóvenes (Generación Z y Millenial) muestran un gran interés por productos de retail más sostenibles, desde modelos de negocio de economía circular, empaques sostenibles, operaciones con energías renovables, hasta mayor transparencia y compromiso socio-ambiental.

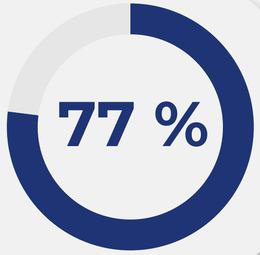
Porcentaje de encuestados preocupadas por impactos ambientales



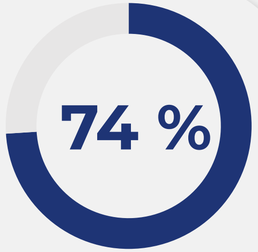
Fuente: Deloitte (2025). Encuesta Gen Z y Millennials

Porcentaje de encuestados **dispuestos a pagar más para comprar productos o servicios ambientalmente sostenibles**

Generación Z



Millenial

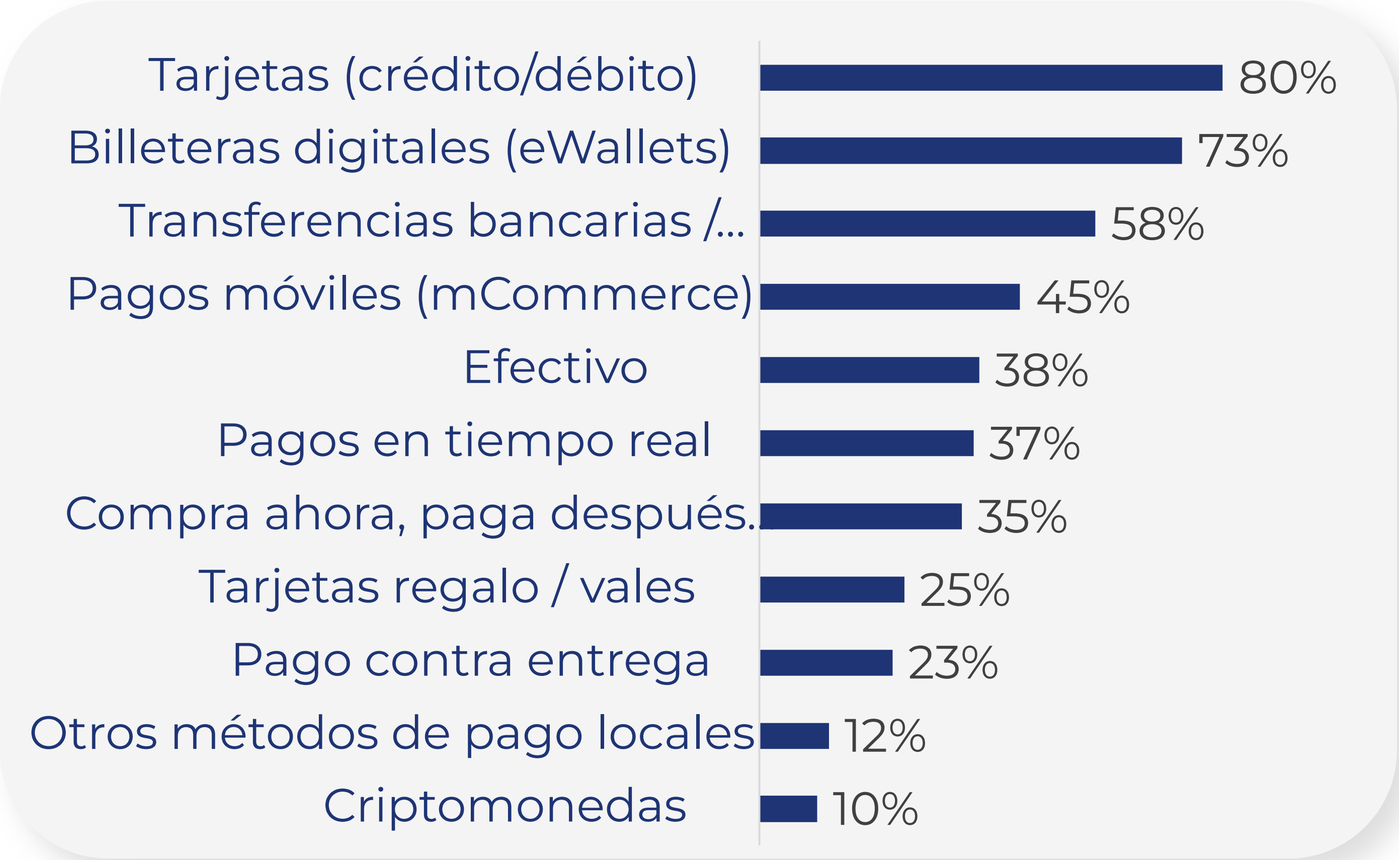


4.2 Diversidad de medios de pago

La diversidad de medios de pago permite mejorar la experiencia de los consumidores, evitar el abandono del proceso de compra, alcanzar nuevos mercados y adaptarse a requerimientos específicos que demandan los clientes locales.

Algunos de los medios de pago que están incrementando su demanda son: billeteras digitales, pagos en tiempo real y compre ahora, paga después.

Métodos de pago aceptados



Fuente: VISA (2025)

4.3 BOPIS (Buy online, Pick up in store)

BOPIS (Buy Online, Pick up In Store), comprar online y recoger en tienda, se ha consolidado como la opción ideal entre conveniencia digital y experiencia física. Esta tendencia refuerza la relevancia estratégica de la omnicanalidad en el retail.

En EE. UU., este mercado alcanzó 112.000 millones USD en 2023 y crecerá más del 16 % anual hasta 2032, posicionándose como uno de los segmentos más dinámicos del eCommerce. Su éxito radica en beneficios tanto para consumidores como para retailers (Kaizen, 2025).

Consumidor:

Compra online sin filas ni costos de entrega, con recogida inmediata

Retailer:

Reduce costos de última milla y aumenta tráfico en tienda, generando ventas adicionales.

4.4 Adopción de IA

La adopción de soluciones de IA y automatización son clave para elevar la eficiencia operacional, por ello las organizaciones deben estar preparadas para el futuro del trabajo en el comercio electrónico.

64 %

Han realizado pilotos de IA generativa para fortalecer sus cadenas de valor

82 %

Han realizado pilotos de IA generativa para reinventar el servicio al cliente

Fuente: McKinsey (2024), encuesta a 52 ejecutivos globales de empresas Fortune 500 en retail

Casos de uso de IA

- Generación automatizada de contenido para eCommerce (por ejemplo, fichas de producto y descripciones) en cuestión de minutos.
- Experiencia del cliente en eCommerce personalizada de forma automática mediante técnicas de desarrollo front-end impulsadas por IA.

4.5 Agentic-Commerce

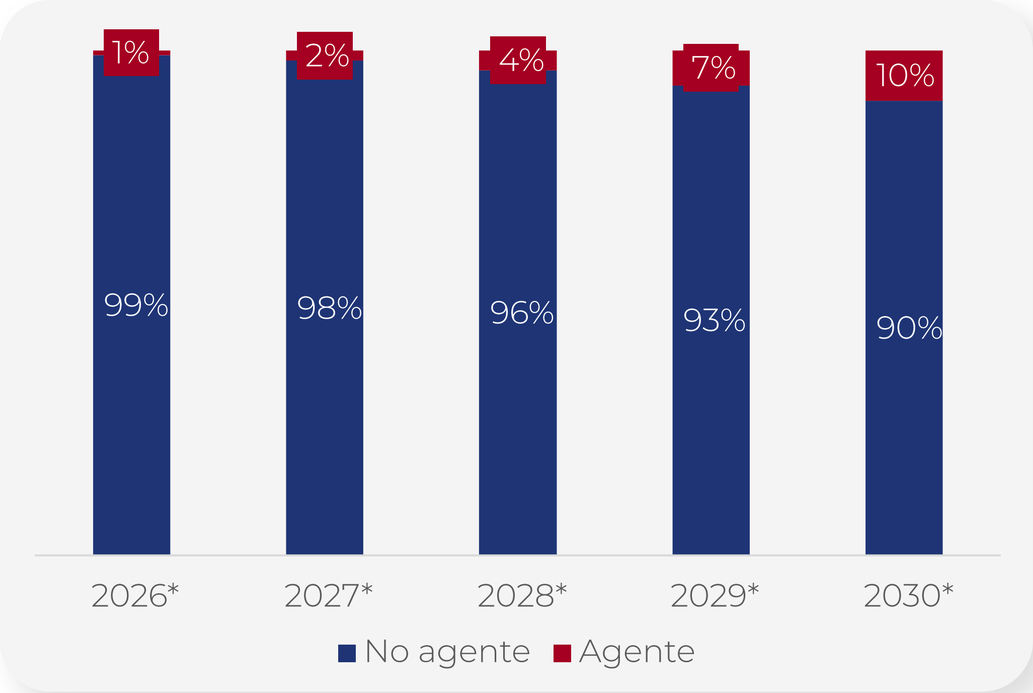
Asistentes de compra impulsados por IA, también llamados compradores agente, pueden buscar, filtrar, comparar, analizar, pagar y terminar el checkout en el proceso de compra.

Entre
190.000 - 385.000
Millones de USD Millones de USD

Gasto en comercio electrónico minorista en Estados Unidos a través de compradores agente en 2030*

Fuente: Morgan Stanley Research
*Proyecciones

Proyección de cuota del gasto en eCommerce minorista en Estados Unidos de acuerdo a comprador



Referencias

Capital One Shopping (2025). eCommerce Statistics.
https://capitaloneshopping.com/research/ecommerce-statistics

Deloitte (2025). Deloitte Global 2025 Gen Z And Millenical Survey Colombia.
https://www.deloitte.com/content/dam/assets-zone4/latam/es/docs/campaigns/2025/2025GenZMillennialSurvey_ReporteCol.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas - DANE (2025). Encuesta de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Hogares (ENTIC Hogares).
https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-tic/encuesta-de-tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-en-hogares-entic-hogares

DANE (2025). Encuesta Mensual de Comercio (EMC).
https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/encuesta-mensual-de-comercio-emc

EMARKETER (2025). América Latina recupera su lugar como el mercado de comercio electrónico de más rápido crecimiento del mundo.
https://www.emarketer.com/content/latin-america-ecommerce-forecast-2025-growth-outlook-argentina-brazil-mexico

Insider Intelligence & eMarketer (2024). Worldwide Retail Ecommerce Forecast 2024.
https://www.emarketer.com/content/worldwide-retail-ecommerce-forecast-2024

Kaizen (2025). Tendencias globales del retail en 2026: la reinvención del sector.
https://kaizen.com/es/insights-es/tendencias-globales-retail-2026

McKinsey & Company (2024). De LLM a ROI: Cómo escalar IA de generación en el comercio minorista.
https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/llm-to-roi-how-to-scale-gen-ai-in-retail

VISA (2025). The 2025 Global eCommerce Payments & Fraud Report.
https://www.visaacceptance.com/content/dam/documents/campaign/fraud-report/global-fraud-report-2025.pdf

Retail 365 | logyca | cámara colombiana de comercio electrónico

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
- Comparatativos sectoriales
- Dashboards interactivos
- Networking y co-creación de conocimiento

cámara colombiana de comercio electrónico

INFORME COMERCIO ELECTRÓNICO MINORISTA

2025