cámara colombiana de comercio electrónico

COLOMBIA · BOGOTÁ D.C. · NOVIEMBRE DE 2026

Informe trimestral de comercio electrónico

2026-III

www.ccce.org.co

Equipo de trabajo

Gerencia de Análisis Económico · CCCE

MF

María Fernanda Quiñones

Presidente Ejecutiva

CE

Carlos Eduardo Gúisa Díaz

Gerente de Análisis Económico

KR

Katherine Ramirez Cubillos

Coordinadora de Análisis Económico

LJ

Leidy Johana Cardozo

Economista Senior

NM

Natalia Martínez Martínez

Gerente Legal y de Políticas

DE

Diego Eduardo Trujillo Del Río

Diseñador Gráfico

AFILIADOS Y ALIADOS

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.

Presentación del informe

Informe de cierre del comercio electrónico en Colombia

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico presenta el **Informe de Cierre del Comercio Electrónico en Colombia – 2026 III**, elaborado por la Gerencia de Análisis Económico como parte del sistema estadístico que consolida, analiza y monitorea la evolución del ecosistema digital en el país.

Esta edición ofrece una lectura integral del desempeño del comercio electrónico durante el tercer trimestre de 2026. Con el propósito de fortalecer la comparabilidad intertemporal y el rigor técnico, **los resultados se presentan tanto en valores corrientes como en valores constantes, deflactados mediante el Índice de Precios al Consumidor sin alimentos ni regulados (diciembre de 2018 = 100)**. Este enfoque permite distinguir entre el crecimiento nominal y la expansión real del valor de las transacciones realizadas a través de canales digitales.

La información consolidada se construye a partir de datos suministrados por **ACH, Credibanco, Redeban y Movii**, así como por las pasarelas de pago **Mercado Pago, Place to Pay – Evertec, PayU, Payvalida, Wompi y Credibanco**, esta última en su rol de pasarela. Asimismo, se incorporan datos de **ICOM** para el análisis de la tasa de conversión y el porcentaje de rebote. La información permite analizar tanto las transacciones digitales, que comprenden compras en línea y operaciones de recaudo, como las ventas de comercio electrónico correspondientes a compras aprobadas y pagadas a través de Internet, incluyendo su clasificación por categorías y medios de pago.

Como novedad, esta edición incorpora una sección especial de análisis del comportamiento del consumidor, denominada Prescriptiva, desarrollada por Carvajal Digital.

Este aporte complementa las estadísticas sectoriales con una perspectiva sobre los hábitos de consumo, las preferencias de compra, los tickets promedio, las diferencias entre segmentos de consumidores y los patrones de compra conjunta en distintas categorías de productos. El análisis, correspondiente al segundo trimestre de 2026, amplía la comprensión de las dinámicas de consumo digital y aporta elementos de valor para la toma de decisiones empresariales**. La CCCE expresa su especial agradecimiento a Carvajal Digital por su contribución a la generación de conocimiento y su compromiso con el fortalecimiento del ecosistema de comercio electrónico en Colombia.**

Con esta publicación, la CCCE reafirma su compromiso con la generación de estadísticas confiables, consistentes y metodológicamente rigurosas, que contribuyan a la formulación de políticas públicas, la toma de decisiones empresariales y el análisis académico. **Las cifras presentadas son preliminares y forman parte de un proceso continuo de validación, actualización y fortalecimiento de las fuentes de información**, orientado a preservar la calidad, coherencia y comparabilidad de las estadísticas del comercio electrónico en Colombia.

Gerencia de Análisis Económico
Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE)



Iniciativas de la CCCE

Transformación digital y expansión transfronteriza de las mipymes

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.

Este esfuerzo conjunto, respaldado por el generoso patrocinio de Google y el compromiso de las principales empresas de eCommerce en Colombia (afiliados), refleja nuestro firme compromiso de apoyar y fortalecer el ecosistema empresarial del país a través de la innovación y la colaboración.



Confianza para los usuarios

Conocimiento del ecosistema



Trust by CCCE

Trust para pagos by CCCE

Trust para logística by CCCE

Trust para consumidor by CCCE

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

Ser parte de la CCCE



Informes

Acceso a los Informes Trimestrales completos.

Comisiones

Participación activa en las comisiones de trabajo para impactar en el comercio electrónico.

Networking

Jornadas presenciales y grupos de WhatsApp.

Difusión

Acceso ilimitado a los canales de difusión de la CCCE.

Eventos

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

Capacitación

Acceso a capacitación permanente en cursos especializados con valores preferenciales.

cámara colombiana de comercio electrónico

Contenidos

Estructura del informe

01

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

02

Transacciones digitales

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

03

Comercio minorista

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

04

Tasa de conversión y porcentaje de rebote By ICOMM

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

05

Prescriptiva By Carvajal Digital

06

Referencias

Definiciones

Conceptos clave del informe



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. Ticket promedio = Valor de ventas ÷ 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

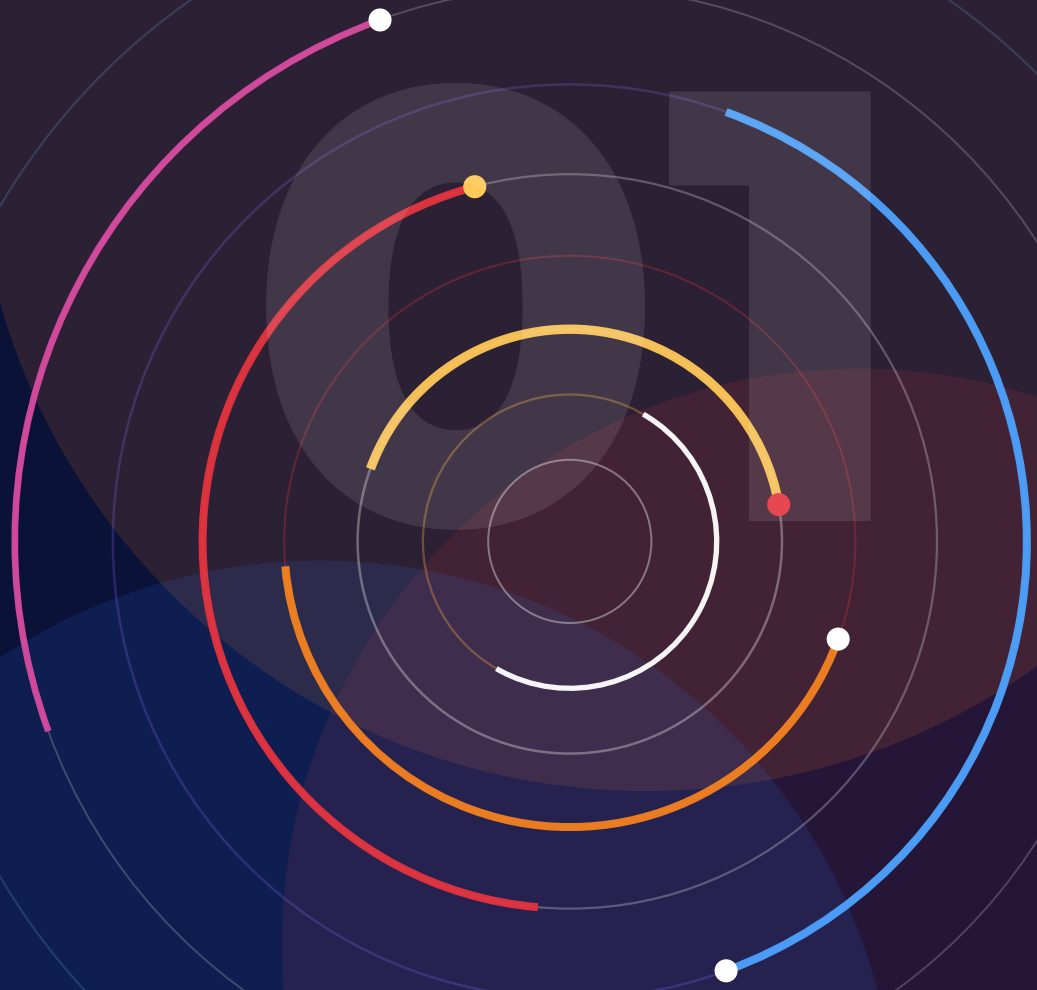
Las transacciones digitales agregan las transacciones de venta en línea y las transacciones de recaudo.

cámara colombiana de comercio electrónico

SECCIÓN 01

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 **tercer trimestre de 2026,** el número de transacciones de **comercio electrónico** alcanzó **239,20 millones,** consolidándose como el nivel más alto registrado para un tercer trimestre desde el inicio de la serie en 2019. Este resultado refleja la continuidad en la expansión del canal digital y evidencia el crecimiento sostenido de las compras en línea dentro de la actividad comercial colombiana.

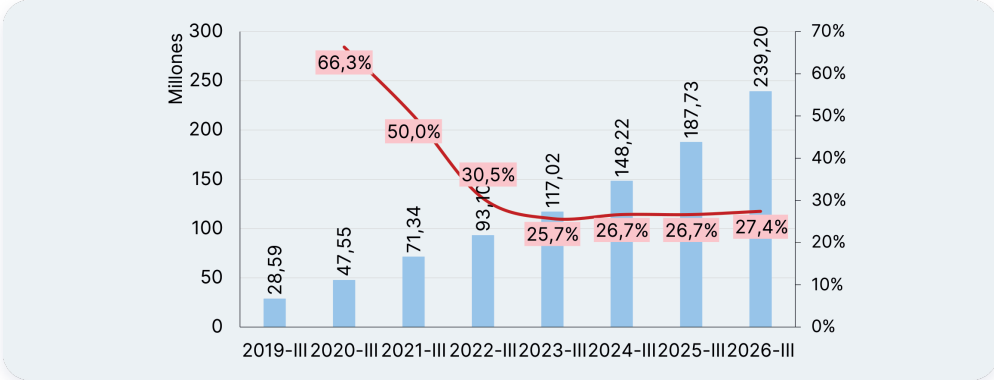
En términos interanuales, el volumen de ventas en línea registró un **crecimiento de 27,4 % frente al tercer trimestre de 2025,** cuando se contabilizaron 187,72 millones de transacciones, **lo que equivale a aproximadamente 51,5 millones de operaciones adicionales.** Este desempeño confirma que el comercio electrónico mantiene tasas de expansión superiores al 25 % por tercer año consecutivo para este periodo, aun sobre una base de comparación cada vez mayor.

Frente al trimestre inmediatamente anterior, el número de ventas en línea aumentó 6,85 %, al pasar de 223,87 millones de transacciones en el segundo trimestre a 239,20 millones en el tercero. Se mantiene una dinámica positiva y se evidencia que el crecimiento del comercio electrónico continúa durante el año, con un aumento progresivo del volumen de operaciones realizadas a través de canales digitales.

En conjunto, **estos resultados reflejan un ecosistema de comercio electrónico que continúa ampliando su escala y consolidando su participación en las dinámicas de consumo del país.** El crecimiento simultáneo en términos interanuales y trimestrales, junto con la persistencia de tasas de expansión elevadas, es consistente con una mayor recurrencia en el uso de los canales digitales y una profundización de su integración en los hábitos de compra.

No obstante, el comportamiento del número de transacciones debe analizarse conjuntamente con la evolución del valor de las ventas y del ticket promedio, para determinar si esta expansión en la frecuencia de compra también se traduce en un mayor valor económico movilizado a través del comercio electrónico.

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



2026-III	2026-II	2025-III
239,20 Millones	223,87 Millones	187,72 Millones
	Variación trimestral ▲ +6,85 %	Variación anual ▲ +27,42 %

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

¿Quieres tener la versión más completa?

Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

1.1 Número de ventas en línea

Mensual

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

1.2 Valor corriente de las ventas en línea

Anual

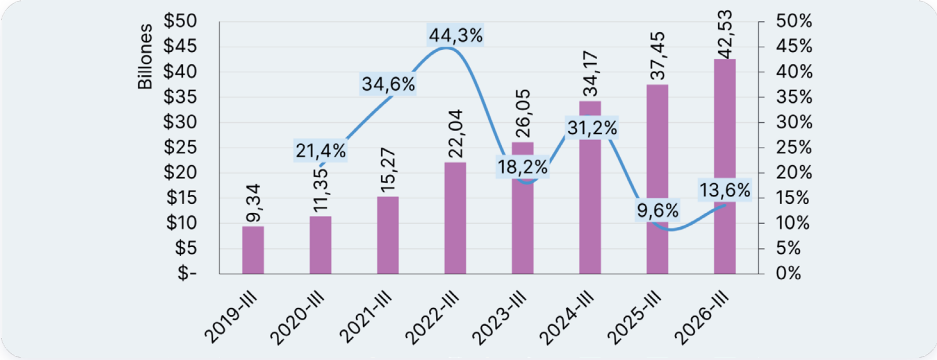
Durante el **tercer trimestre de 2026,** el valor corriente de las ventas en línea alcanzó **42,53 billones de pesos,** estableciendo un nuevo máximo histórico para un tercer trimestre desde el inicio de la serie en 2019. Este resultado refleja la continuidad en la expansión del comercio electrónico colombiano y evidencia la creciente relevancia de los canales digitales en la movilización de recursos asociados a las compras de bienes y servicios.

En términos interanuales, el valor de las ventas en línea registró un **crecimiento de 13,6 %** frente al tercer trimestre de 2025, cuando se ubicó en **37,44 billones de pesos,** lo que representa **un incremento de aproximadamente 5,09 billones de pesos.** Este resultado mantiene una variación positiva de dos dígitos; no obstante, la tasa supera la registrada en el tercer trimestre de 2025 (9,6 %), lo que confirma una recuperación del ritmo de expansión nominal en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Frente al trimestre inmediatamente anterior, **el valor transado aumentó 1,73 %, al pasar de 41,81 billones de pesos en el segundo trimestre a 42,53 billones en el tercero.** Este incremento fue inferior al registrado en el número de ventas en línea, que creció 6,85 % durante el mismo periodo. La diferencia entre ambas variaciones indica que el aumento del volumen de operaciones estuvo acompañado por una reducción del valor promedio por transacción, lo que sugiere que el crecimiento del comercio electrónico continúa estando impulsado principalmente por una mayor cantidad de compras y no por incrementos en los montos individuales.

En conjunto, estos resultados muestran que el comercio electrónico mantiene una trayectoria de expansión en términos corrientes, aunque con un ritmo de crecimiento del valor más moderado que el observado en el número de transacciones. **Mientras el volumen de compras aumentó 27,4 % interanual, su valor nominal creció 13,6 %,** evidenciando una reducción del ticket promedio frente al mismo periodo de 2025.

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



2026-III	2026-II	2025-III
42,53	41,81	37,44
Billones COP	Billones COP	Billones COP
	Variación trimestral ▲ +1,73 %	Variación anual ▲ +13,59 %

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

¿Quieres tener la versión más completa?

Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

1.2 Valor corriente de las ventas en línea

Mensual

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

1.3 Valor constante de las ventas en línea

Anual

En términos de **valor constante,** el comercio electrónico alcanzó durante el **tercer trimestre de 2026 un total de 29,02 billones de pesos constantes,** el nivel más alto registrado para un tercer trimestre desde el inicio de la serie en 2019. Este resultado evidencia que la expansión del comercio electrónico colombiano se mantiene incluso después de descontar el efecto de la inflación, reflejando un crecimiento real del valor de las ventas realizadas a través de canales digitales.

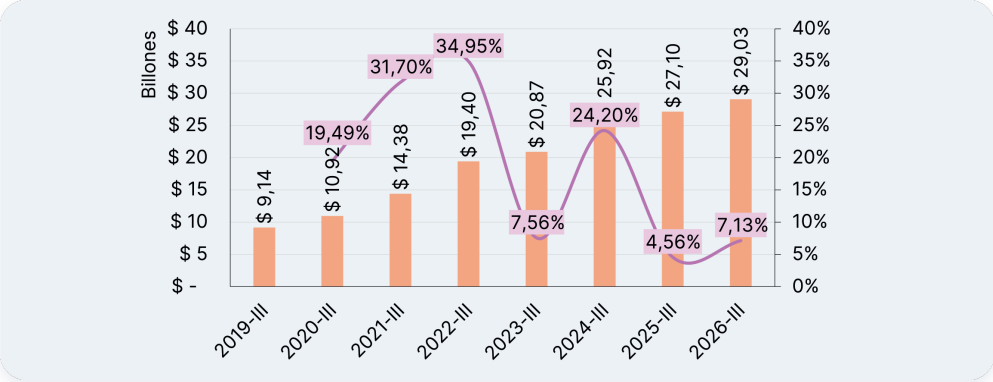
Al descontar el efecto de la inflación mediante el **Índice de Precios al Consumidor sin alimentos ni regulados (diciembre de 2018 = 100),** el valor de las ventas en línea presentó un **crecimiento interanual de 7,13 %** frente al tercer trimestre de 2025, cuando se registraron **27,09 billones de pesos constantes.** Esta variación supera la observada en el mismo periodo del año anterior (4,56 %), lo que representa **una aceleración de 2,57 puntos porcentuales en el ritmo de crecimiento real.** Este comportamiento evidencia que el comercio electrónico continúa expandiéndose más allá del efecto de los precios y mantiene una trayectoria positiva, incluso sobre una base de comparación cada vez mayor.

En la comparación con el trimestre inmediatamente anterior, el valor constante registró un **crecimiento de 0,84 %, al pasar de 28,78 billones de pesos constantes en el segundo trimestre a 29,02 billones en el tercero.** Aunque este incremento es moderado, permite mantener una trayectoria positiva en términos reales y consolidar los niveles alcanzados durante los primeros meses del año. No obstante, la diferencia frente al crecimiento del número de ventas en línea, que aumentó **6,85 %** durante el mismo periodo, evidencia que el mayor volumen de operaciones no se tradujo en un incremento proporcional del valor real transado.

En conjunto, estos resultados muestran que el comercio electrónico colombiano mantiene **una trayectoria de expansión en términos reales,** aunque con una dinámica diferenciada entre el número y el valor de las operaciones. Mientras el volumen de compras registró un **crecimiento interanual de 27,4 %,** el valor constante aumentó **7,13 %,** lo que implica una reducción del ticket promedio real frente al mismo periodo de 2025. Esta divergencia indica que el dinamismo reciente del mercado está asociado principalmente a un mayor número de transacciones de menor valor promedio, más que a un incremento en el gasto real por compra.

IPC sin alimentos ni regulados (diciembre 2018 = 100)

Figura 7. Valor constante de ventas en línea anual 2019 - 2026



2026-III

29,02

Billones COP Constantes

2026-II

28,78

Billones COP Constantes

Variación trimestral

▲ **+0,84 %**

2025-III

27,09

Billones COP Constantes

Variación anual

▲ **+7,13 %**

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

¿Quieres tener la versión más completa?

Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

1.3 Valor constante de las ventas en línea

Mensual

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

1.4 Valor corriente y constante de las ventas en línea

Mensual

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

1.5 Ticket promedio corriente y constante

Cifras anuales y trimestrales

Figura 11. Cifras anuales y trimestrales ticket promedio corriente

2026-III	2026-II	2025-III
177.816	186.755	199.471
COP	COP	COP
	Variación trimestral	Variación anual
	▼ -4,79 %	▼ -10,86 %

Figura 12. Cifras anuales y trimestrales ticket promedio corriente

2026-III	2026-II	2025-III
121.354	128.585	144.345
COP Constantes	COP Constantes	COP Constantes
	Variación trimestral	Variación anual
	▼ -5,62 %	▼ -15,93 %

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

Mensual

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate 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-III

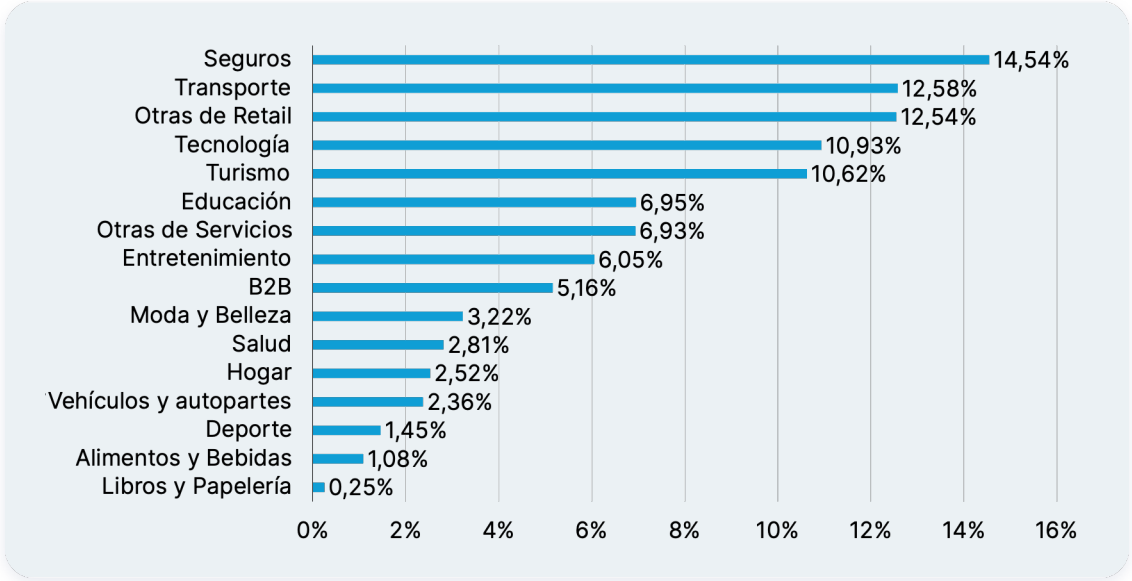
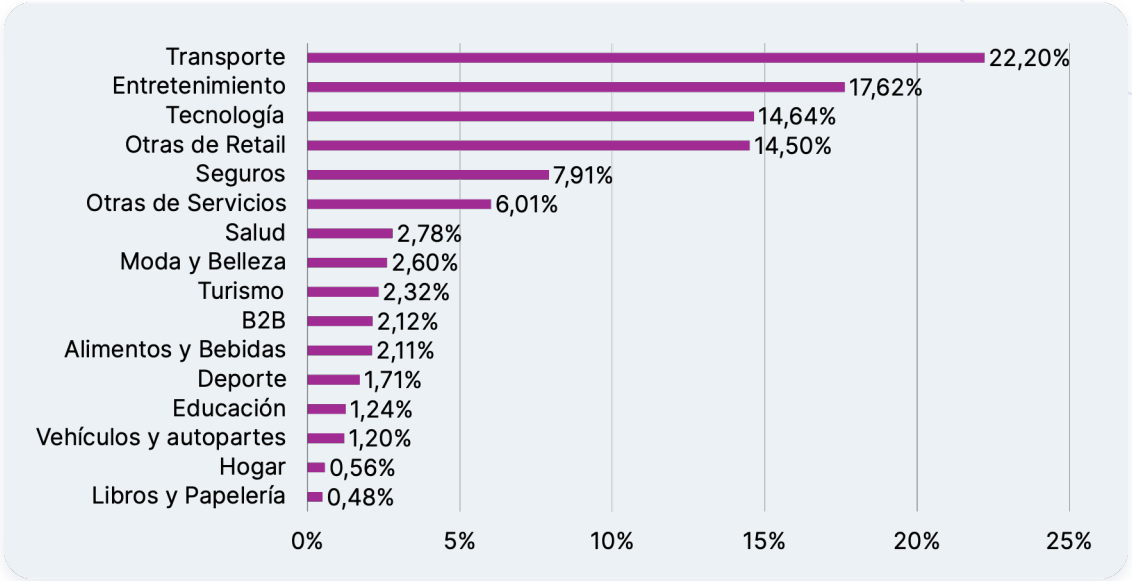


Figura 15. Participación categorías de compra según el número de transacciones 2026-III



De acuerdo con la participación **por valor de ventas, en el tercer trimestre de 2026, Seguros concentró la mayor proporción (14,54 %), seguido de Transporte (12,58 %) y Otras de Retail (12,54 %).** Estas tres categorías representaron conjuntamente el **39,66 % del valor total reportado de las ventas en línea,** evidenciando una mayor concentración del valor transado en estos segmentos. Por su parte, según **el número de transacciones, Transporte lideró con el 22,20 %, seguido de Entretenimiento (17,62 %) y Tecnología (14,64 %).** Estas categorías concentraron conjuntamente el **54,46 % de las operaciones reportadas** durante el trimestre, reflejando su relevancia dentro de la distribución de las compras digitales.

Nota de comparabilidad: Durante el tercer trimestre de 2026 no se recibió información de un proveedor de servicios de pago que habían participado en periodos anteriores. Esta reducción en la cobertura de fuentes puede afectar la distribución de las ventas en línea por categoría y su comparabilidad histórica. Por tanto, las diferencias observadas frente a trimestres anteriores no deben interpretarse necesariamente como cambios en las preferencias de consumo o en la estructura del mercado, sino que pueden responder a variaciones en la composición de las fuentes de información disponibles.

Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de PayU, Mercado Pago, Payválida, 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

afíliate con nosotros

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

1.8 Medios de pago

2026-II

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

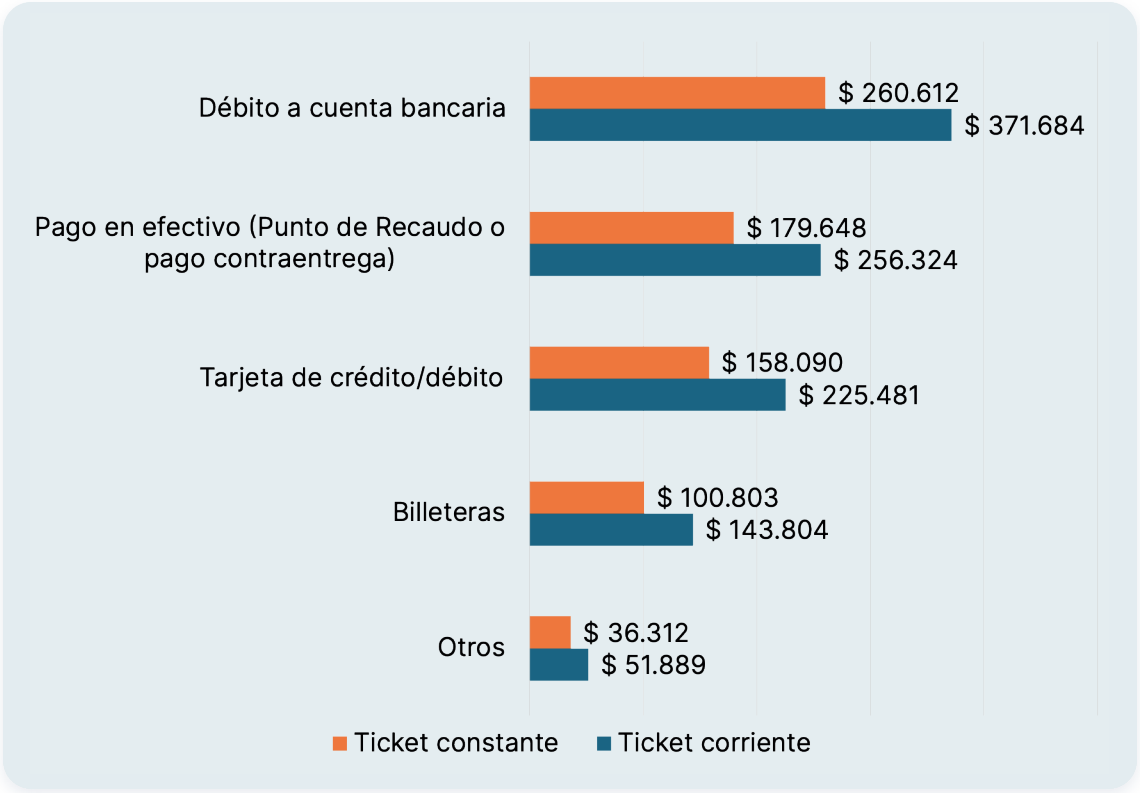


Tabla 4. Participación medios de pago en número y valor 2026-III

Medio de pago	% Número	% Valor
Débito a cuenta	35,91 %	50,49 %
Tarjetas de crédito	47,19 %	40,25 %
Billeteras	14,07 %	7,65 %
Pago en efectivo	1,37 %	1,33 %
Otros	1,47 %	0,29 %

- El pago en efectivo puede contemplar el pago en puntos de recaudo o pago contraentrega.
- Billetera digital contempla billeteras como Nequi, Daviplata, Mercado Pago, entre otras.
- Otros incluye alternativas de pago como BNPL, TTP, Crédito en línea.

Nota metodológica: Durante el tercer trimestre de 2026 no se recibió información de un proveedor de servicios de pago que habían participado en periodos anteriores. Esta reducción en la cobertura de fuentes puede afectar la distribución de las ventas en línea por categoría y su comparabilidad histórica. Por tanto, las diferencias observadas frente a trimestres anteriores no deben interpretarse necesariamente como cambios en las preferencias de consumo o en la estructura del mercado, sino que pueden responder a variaciones en la composición de las fuentes de información disponibles.

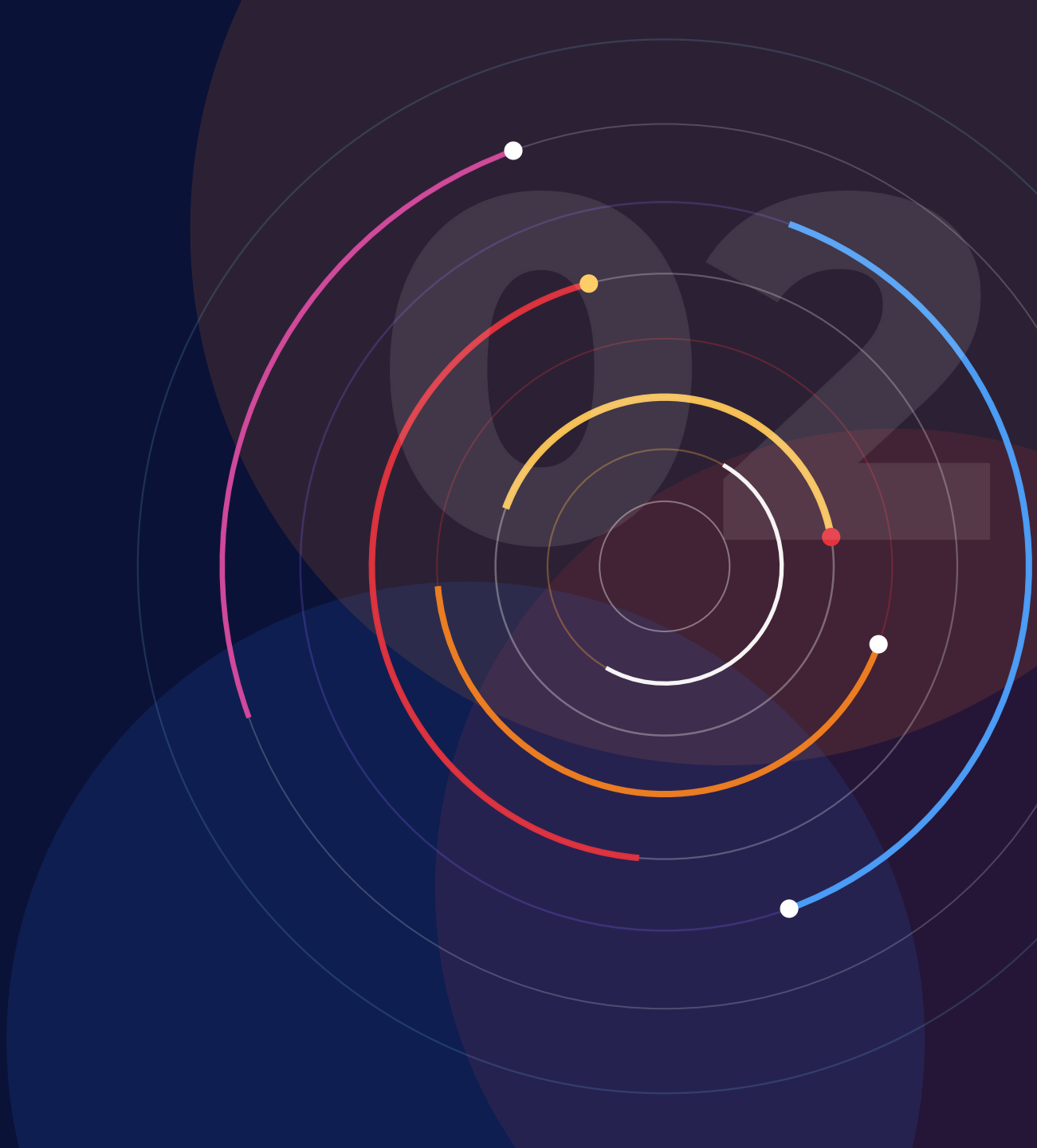
Fuente: Diseño y cálculos de la CCCE con información de PayU, Mercado Pago, Payválida, PlacetoPay - Evertec, ePayco, Wompi y Credibanco (2026). Datos preliminares: como parte del proceso de producción estadística, la CCCE realiza análisis y actualización de la información en cada una de las fases del 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.

cámara colombiana de comercio electrónico

SECCIÓN 02

Transacciones digitales

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



2.1 Número de transacciones digitales

Anual

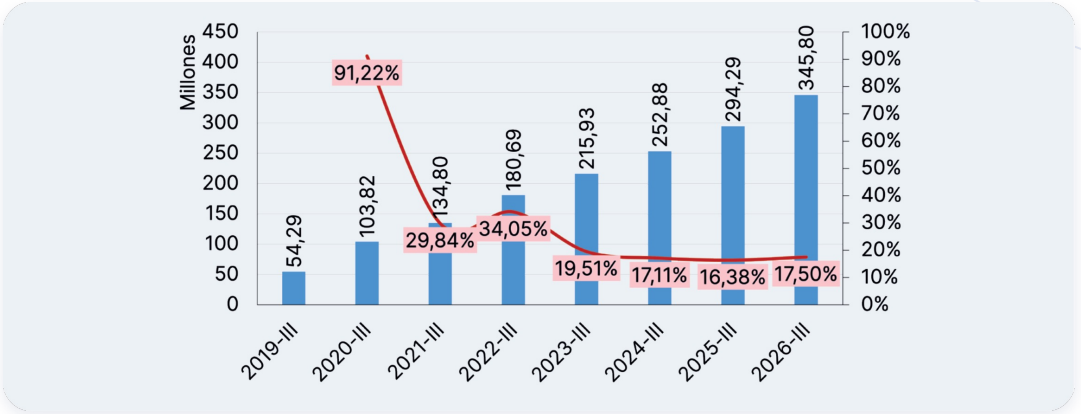
Durante el **tercer trimestre de 2026,** el número total de transacciones digitales, que comprende tanto las compras en línea como las operaciones de recaudo realizadas a través de Internet, alcanzó **345,80 millones,** el nivel más alto registrado para un tercer trimestre desde el inicio de la serie en 2019. Este resultado refleja la expansión sostenida del ecosistema de pagos digitales y su creciente integración en las operaciones cotidianas de hogares y empresas.

En términos interanuales, el volumen de transacciones digitales registró un **crecimiento de 17,5 %** frente al tercer trimestre de 2025, cuando se contabilizaron **294,29 millones de operaciones,** equivalente a **51,5 millones de transacciones adicionales.** Esta variación supera ligeramente la registrada un año atrás (16,4 %), aunque se mantiene por debajo del crecimiento observado en las ventas en línea (27,4 %), lo que evidencia dinámicas diferenciadas entre las operaciones de compra y recaudo digital.

Frente al trimestre inmediatamente anterior, las transacciones digitales aumentaron **4,86 %,** al pasar de **329,78 millones a 345,80 millones de operaciones.** Esto confirma la continuidad de la expansión transaccional durante 2026. En perspectiva histórica, el volumen de operaciones se ha multiplicado aproximadamente **6,4 veces desde el tercer trimestre de 2019,** cuando se registraron 54,29 millones de transacciones.

En conjunto, estos resultados evidencian la **consolidación de los canales digitales como mecanismos habituales para realizar compras y operaciones de recaudo.** Aunque las tasas de crecimiento se han moderado respecto a los niveles excepcionales observados durante los primeros años de expansión del ecosistema, el aumento sostenido del volumen de transacciones refleja una mayor profundidad en el uso de los medios de pago electrónicos dentro de la economía colombiana.

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



2026-III

345,80

Millones

2026-II

329,78

Millones

Variación trimestral

▲ **+4,86 %**

2025-III

294,29

Millones

Variación anual

▲ **+17,50 %**

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

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

2.1 Número de transacciones digitales

Variación, contribución y participación

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

2.2 Valor corriente de transacciones digitales

Anual

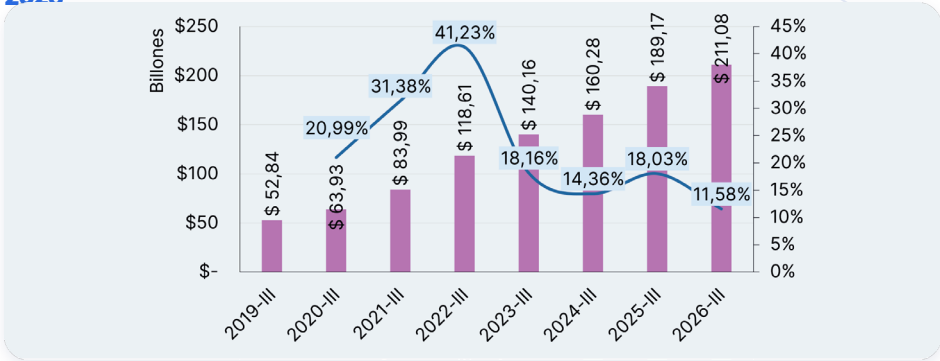
Durante el **tercer trimestre de 2026,** el valor corriente de las transacciones digitales, que comprende las compras en línea y las operaciones de recaudo realizadas a través de Internet, alcanzó **211,08 billones de pesos,** el nivel más alto registrado para un tercer trimestre desde el inicio de la serie en 2019. Este resultado evidencia la continuidad en la expansión del valor monetario movilizado a través de los canales digitales en Colombia.

En términos interanuales, el valor transado registró un **crecimiento de 11,58 %** frente al tercer trimestre de 2025, cuando se ubicó en **189,17 billones de pesos,** lo que representa un incremento de aproximadamente **21,91 billones de pesos.** Si bien esta variación mantiene un crecimiento de dos dígitos, es inferior a la registrada en el mismo periodo del año anterior (18,03 %), evidenciando una moderación en el ritmo de expansión nominal del ecosistema de pagos digitales.

Frente al trimestre inmediatamente anterior, el valor de las transacciones digitales aumentó **1,79 %,** al pasar de **207,37 billones de pesos en el segundo trimestre a 211,08 billones en el tercero.** Este crecimiento fue inferior al observado en el número de transacciones digitales (4,86 %), lo que indica que el incremento del volumen de operaciones estuvo acompañado por una reducción del monto promedio transado. Este comportamiento es consistente con una mayor frecuencia de operaciones de menor valor individual.

En conjunto, los resultados muestran que **el ecosistema de pagos digitales continúa expandiéndose en términos nominales, aunque con diferencias entre el crecimiento del número y el valor de las transacciones.** Mientras el volumen de operaciones aumentó **17,5 % interanual,** el valor corriente creció **11,58 %,** lo que evidencia una disminución del valor promedio por operación frente al mismo periodo de 2025. Esta dinámica sugiere que el crecimiento reciente del ecosistema está asociado principalmente a una mayor utilización de los canales digitales, más que a un incremento en los montos individuales procesados.

Figura 22. Valor nominal de transacciones digitales tercer trimestre 2019 — 2026



2026-III	2026-II	2025-III
211,08	207,37	189,17
Billones COP	Billones COP	Billones COP
	Variación trimestral	Variación anual
	▼ -1,79 %	▲ +11,58 %

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

¿Quieres tener la versión más completa?

Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

2.2 Valor corriente de transacciones digitales

Variación, contribución y participación

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

2.3 Valor constante de transacciones digitales

Anual

En términos de **valor constante,** las transacciones digitales alcanzaron durante el **tercer trimestre de 2026 un total de 144,04 billones de pesos constantes,** el nivel más alto registrado para un tercer trimestre desde el inicio de la serie en 2019. Este resultado evidencia que el ecosistema de pagos digitales continúa expandiéndose en términos reales, aunque con una moderación en su ritmo de crecimiento frente a los periodos anteriores.

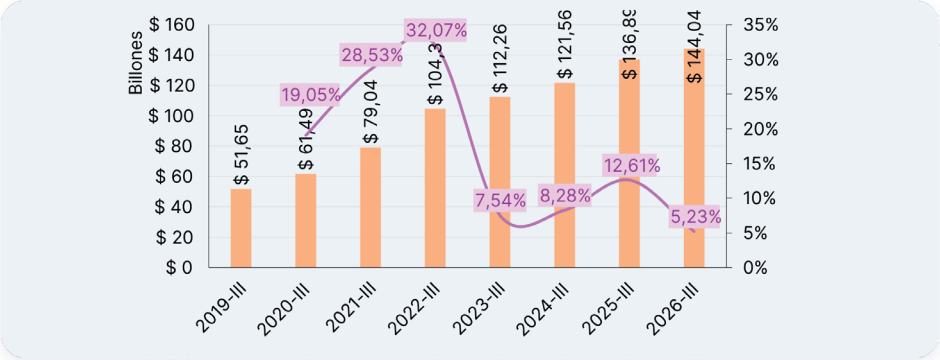
Al descontar el efecto de la inflación mediante el **Índice de Precios al Consumidor sin alimentos ni regulados (diciembre de 2018 = 100),** el valor transado registró un **crecimiento interanual de 5,23 %** frente al tercer trimestre de 2025, cuando alcanzó **136,88 billones de pesos constantes.** Esta variación es inferior a la observada en el mismo periodo del año anterior (12,61 %), lo que evidencia una desaceleración del crecimiento real del valor movilizado por canales digitales. No obstante, el resultado positivo confirma que la expansión interanual del ecosistema no responde exclusivamente al incremento de los precios.

Frente al trimestre inmediatamente anterior, el valor real de las transacciones digitales aumentó **0,88 %,** al pasar de **142,78 billones de pesos constantes en el segundo trimestre a 144,04 billones en el tercero.** Aunque este incremento representa una recuperación moderada, contrasta con el crecimiento de **4,86 % en el número de transacciones digitales** durante el mismo periodo. Esta diferencia indica que el aumento en la cantidad de operaciones fue proporcionalmente superior al crecimiento del valor real procesado, lo que implica una reducción del monto promedio por transacción.

En conjunto, los resultados muestran que **el ecosistema de pagos digitales mantiene una trayectoria de expansión en términos reales, aunque con una dinámica diferenciada entre el número y el valor de las operaciones.** Mientras el volumen de transacciones registró un crecimiento interanual de **17,5 %,** el valor constante aumentó **5,23 %,** evidenciando una disminución del valor real promedio por operación frente al mismo periodo de 2025. Esta divergencia sugiere que el crecimiento reciente del ecosistema está asociado principalmente a una mayor frecuencia de utilización de los canales digitales, más que a un incremento en los montos reales movilizados por transacción.

IPC sin alimentos ni regulados (diciembre 2018 = 100)

Figura 26. Valor constante de transacciones digitales anual 2019 - 2026



2026-III

144,04

Billones COP Constantes

2026-II

142,78

Billones COP Constantes

Variación trimestral

▲ **+0,88 %**

2025-III

136,88

Billones COP Constantes

Variación anual

▲ **+5,23 %**

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

¿Quieres tener la versión más completa?

Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

2.3 Valor constante de transacciones digitales

Variación, contribución y participación

¿Quieres tener la versión más completa?

Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

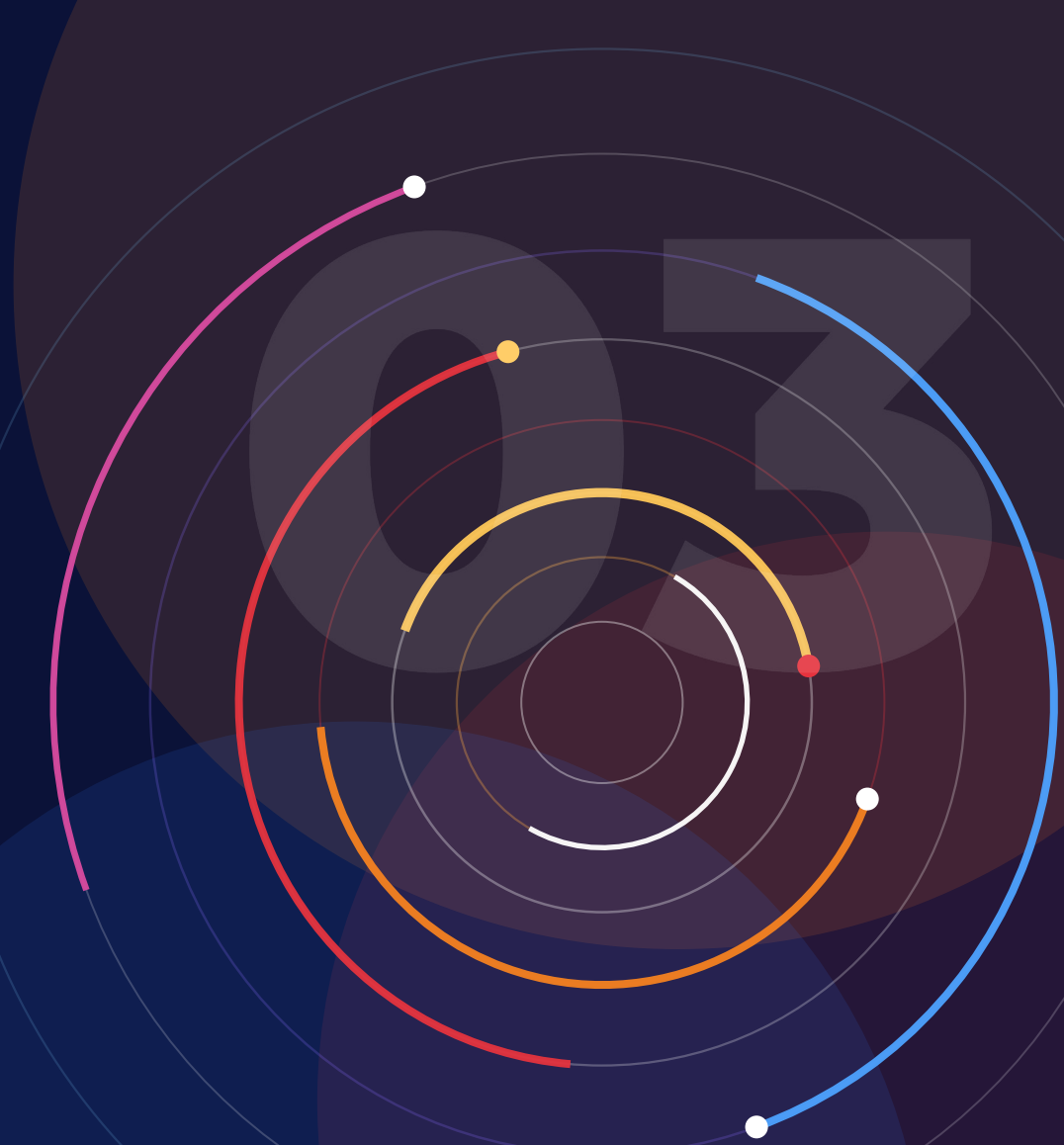
https://www.ccce.org.co/quieres-afiliarte/

cámara colombiana de comercio electrónico

SECCIÓN 03

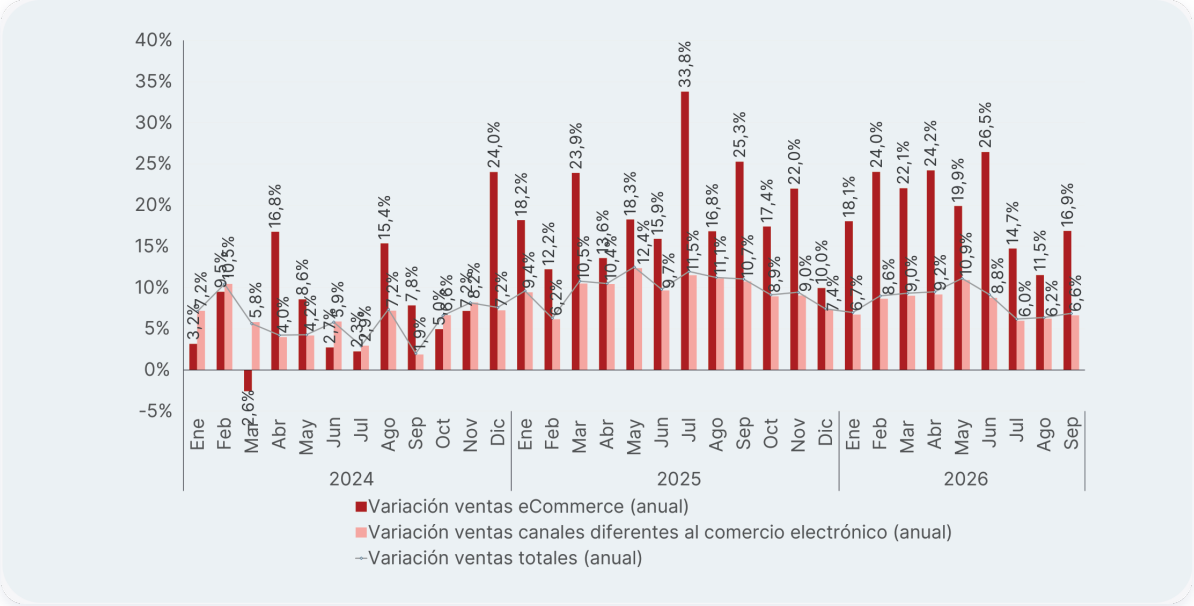
Comercio minorista

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



3.1 Índice de ventas minoristas en línea

Figura 30. Variación anual del índice de ventas por eCommerce, canales diferentes a eCommerce y total minorista



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.

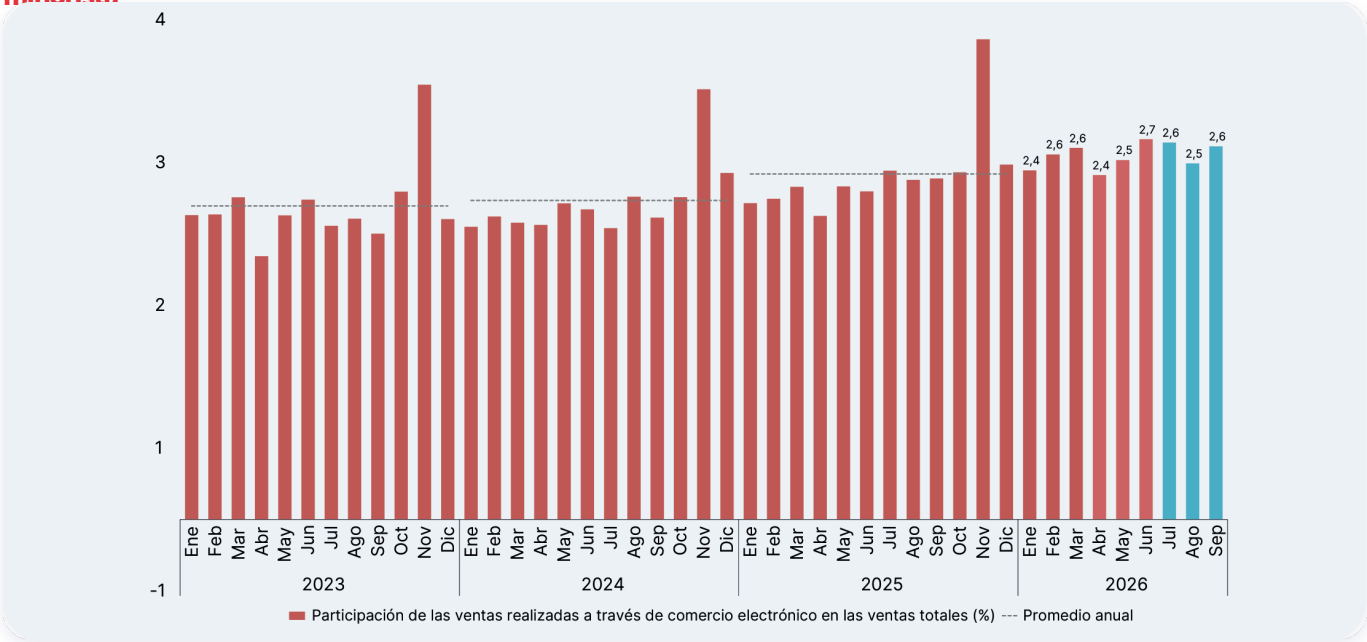
Fuente: Diseño CCCE con datos del DANE, Encuesta Mensual de Comercio (2026)

En cuanto a la variación de las ventas nominales según canal de comercialización, el eCommerce mantuvo un crecimiento anual superior al resto del comercio. En el tercer trimestre, las ventas digitales aumentaron entre 11,5 % y 16,9 %, frente al crecimiento de aproximadamente 6,3 % en promedio de las ventas totales y de 6,2 % de las ventas realizadas a través de canales diferentes al comercio electrónico. En consecuencia, el canal digital creció alrededor de 5,2 puntos porcentuales más que las ventas totales y 5,3 puntos porcentuales más que los canales no digitales (Figura 30).

No obstante, se observa una moderación frente a los meses anteriores. El crecimiento anual del eCommerce pasó de 26,4 % en junio a 14,7 % en julio y posteriormente a 11,5 % en agosto. El índice nominal de ventas realizadas a través de comercio electrónico se ubicó en 364,9 puntos en septiembre de 2026, por debajo de los 382,9 puntos registrados en julio. En contraste, el índice de ventas totales aumentó 1,2 % mensual y el correspondiente a canales diferentes al comercio electrónico creció 1,4 %.

3.2 Participación de las ventas minoristas en línea

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



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.

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

Durante el tercer trimestre de 2026, la participación del eCommerce se ubicó entre 2,5 % y 2,6 %, estos son niveles por encima de lo ocurrido durante los mismos meses de 2025 (2,3 % a 2,5 %).

Entre los factores que pudieron incidir en el comportamiento de este trimestre se encuentran:

La confianza del consumidor se mantuvo en terreno positivo (julio: 20,7; agosto: 15,5, septiembre: 15,7) y mejoró frente a 2025, con 15,4 puntos más en julio y 17,9 puntos más en agosto (5,3 y -2,4, respectivamente).

El aumento de la inflación con respecto a los mismos meses de 2025 pudo limitar un mayor crecimiento del consumo, pues llevó a que la tasa de política monetaria del Banco de la República se mantuviera en 12 %.

El sismo del 10 de agosto de 2026, de magnitud 7,4, con epicentro en San José del Palmar (Chocó), llevó a habilitar centros de acopio que solicitaron agua potable, alimentos no perecederos y productos de higiene personal, entre otros bienes. Este contexto pudo generar compras adicionales para donaciones y ayuda humanitaria.

cámara colombiana de comercio electrónico

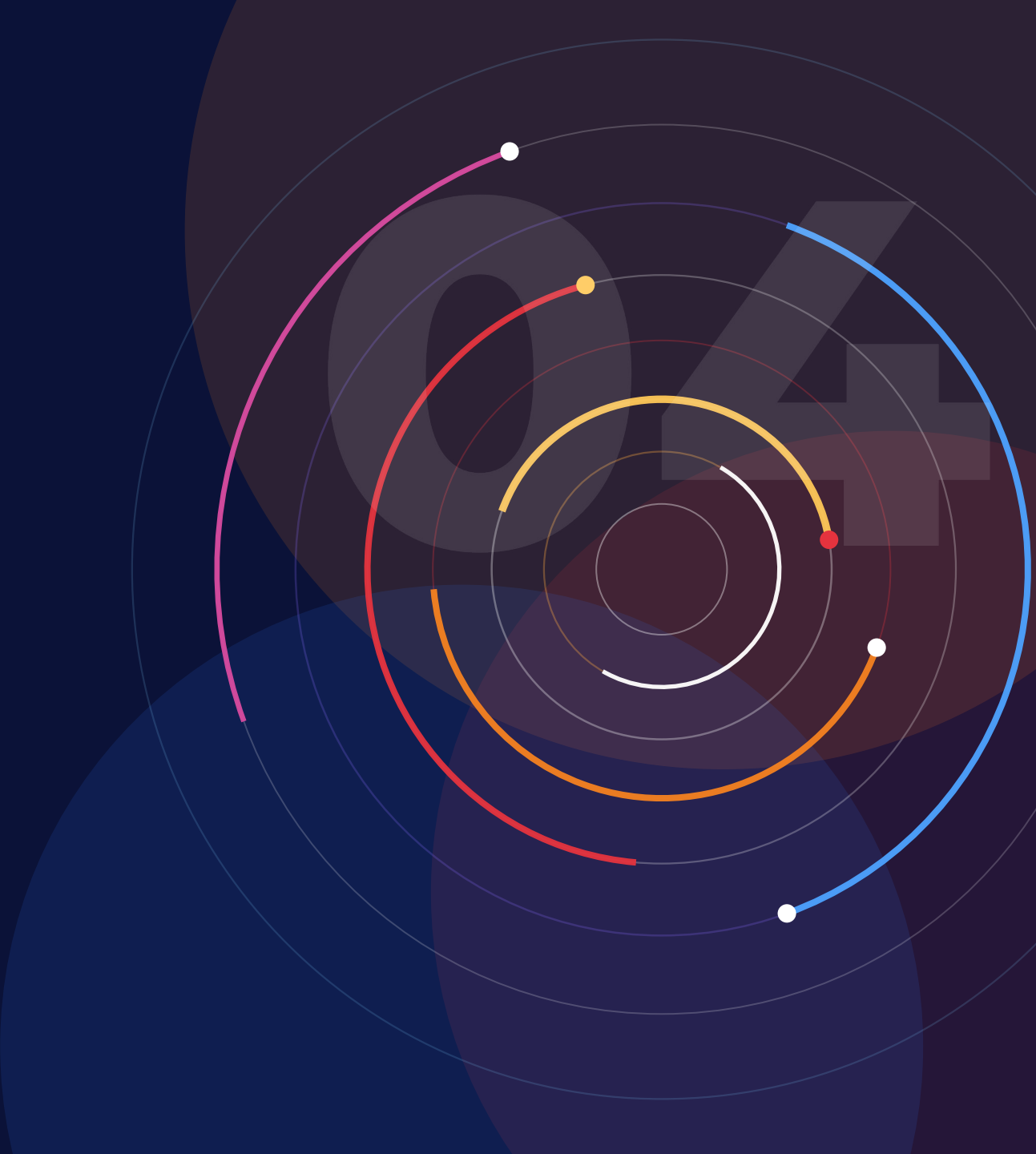
SECCIÓN 04

Tasa de conversión y porcentaje de rebote

By ICOMM

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

icomm



4.1 Tasa de conversión mensual

¿Quieres tener la versión más completa?

Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

4.2 Porcentaje de rebote

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

cámara colombiana de comercio electrónico

SECCIÓN 05

Prescriptiva

By CARVAJAL

Insights de consumo por categoría, en alianza con Carvajal Digital.



Prescriptiva | Carvajal D1G1T4L

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

afíliate con nosotros

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

¿Quieres tener la versión más completa?



Si deseas acceder a esta información

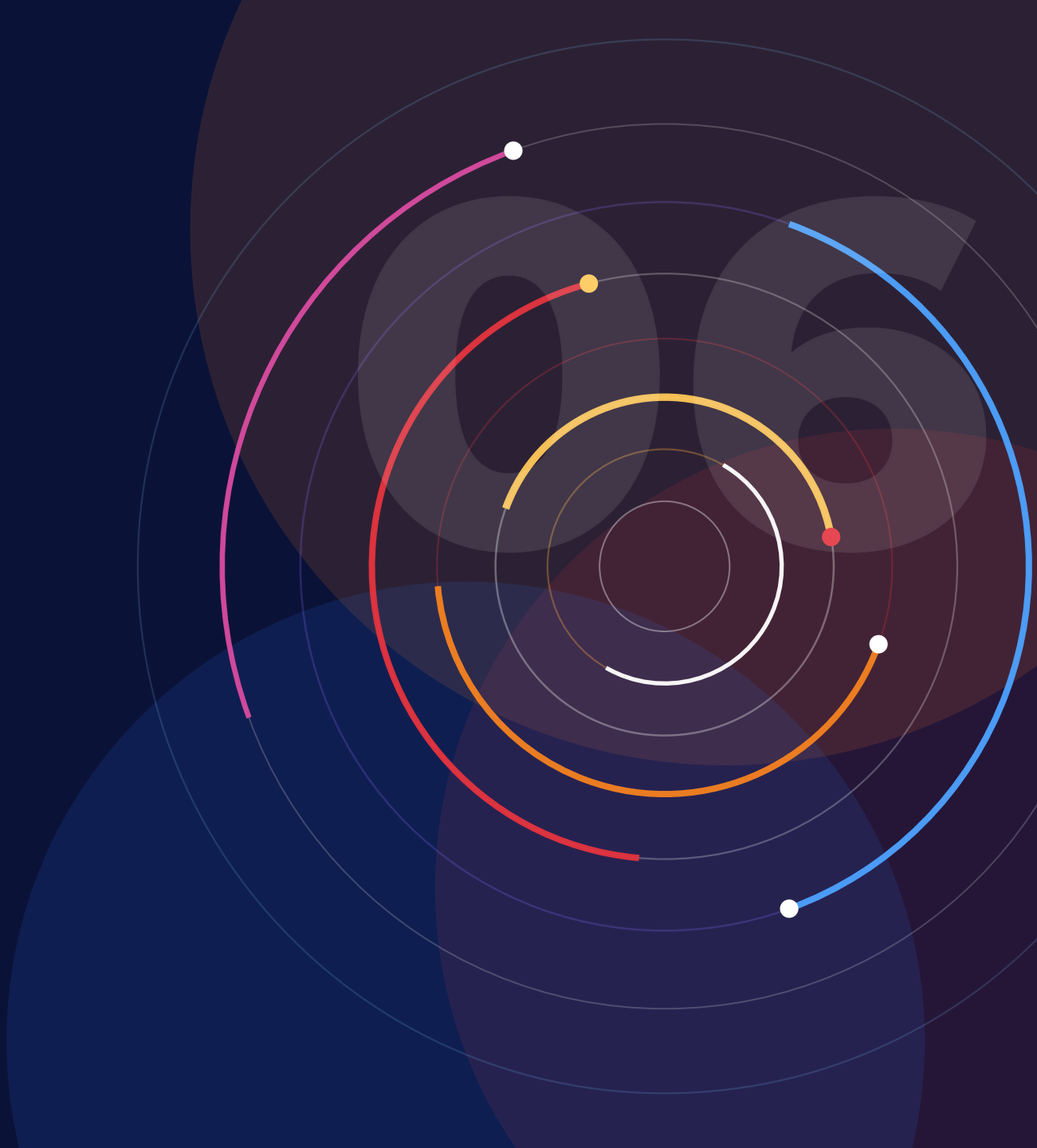
afíliate con nosotros

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

cámara colombiana de comercio electrónico

SECCIÓN 06

Referencias



Referencias

Fuentes de información del informe

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

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

3 ICOM (2026). Tasa de conversión y porcentaje de rebote.

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

5 Prescriptiva Carvajal.

cámara colombiana de comercio electrónico

COLOMBIA · BOGOTÁ D.C. · NOVIEMBRE DE 2026

Informe trimestral de comercio electrónico

2026-III

www.ccce.org.co