

COLOMBIA EN EL MERCADO DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Posición competitiva de Colombia
en el contexto regional

Análisis comparativo 2025–2026

HALLAZGOS CLAVE



USD 178.205 millones

en ingresos por comercio
electrónico en América Latina en 2025.



Brasil y México concentran
el **68 %** del mercado regional.



Colombia ocupa el sexto lugar
regional y crecerá **11,3 %**
en 2026.



BENCHMARK REGIONAL
2025–2026

Fuente:
Statista Market Insights, 2025.



Ministerio TIC



Observatorio de
Comercio Electrónico
Ministerio TIC

COLOMBIA EN EL MERCADO DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Posición competitiva de Colombia
en el contexto regional



Benchmark Regional 2025-2026



El comercio electrónico se ha consolidado como uno de los principales componentes de la economía digital en América Latina, impulsando transformaciones en los modelos de negocio, los hábitos de consumo y la competitividad de los mercados. Su crecimiento sostenido ha incrementado la importancia de realizar análisis comparativos que permitan comprender las dinámicas de desarrollo de los distintos países y evaluar su posicionamiento dentro del ecosistema digital regional.

En este contexto, el presente documento analiza la posición de Colombia en el mercado de comercio electrónico latinoamericano a partir de una comparación regional de los ingresos generados por este sector durante 2025 y de las perspectivas de crecimiento proyectadas para 2026. Mediante un ejercicio de benchmarking internacional, se examinan la estructura del mercado regional, los niveles de concentración de los ingresos, las diferencias de escala entre los principales países y la ubicación relativa de Colombia frente a las economías líderes de la región.

El presente análisis forma parte de los estudios desarrollados por el Observatorio de Comercio Electrónico para monitorear la evolución del ecosistema digital y generar insumos para la toma de decisiones públicas y privadas. Para garantizar la comparabilidad entre los países analizados, el estudio utiliza información publicada por Statista, plataforma internacional especializada en estadísticas de mercado e inteligencia económica, cuyas

estimaciones y proyecciones permiten construir una visión homogénea del desempeño del comercio electrónico en América Latina.

Los resultados permiten identificar las principales características de la estructura regional del comercio electrónico, dimensionar las brechas existentes entre los mercados líderes y emergentes, y evaluar el posicionamiento competitivo de Colombia dentro del contexto latinoamericano. De esta manera, el documento busca aportar evidencia para la comprensión de las oportunidades y desafíos que enfrenta el país en el proceso de consolidación de su economía digital y fortalecimiento de su ecosistema de comercio electrónico.



CONSIDERACIÓN METODOLÓGICA



Con el fin de garantizar la comparabilidad entre los países analizados, este estudio utiliza exclusivamente información de Statista.



Las cifras para Colombia pueden diferir de las publicadas por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE) debido a diferencias en la metodología, cobertura y fuentes utilizadas.



Por tanto, los resultados deben interpretarse como un ejercicio de benchmarking regional y no como una medición oficial del mercado colombiano.

Resumen ejecutivo

El comercio electrónico continúa consolidándose como uno de los principales motores de la economía digital en América Latina. De acuerdo con las estimaciones de mercado para 2025, los ingresos regionales alcanzaron USD 178.205 millones, reflejando la creciente adopción de canales digitales por parte de consumidores y empresas, así como el fortalecimiento de los ecosistemas tecnológicos, logísticos y financieros que soportan esta actividad.

El análisis evidencia una elevada concentración del mercado regional. Brasil y México se consolidan como los principales actores del comercio electrónico latinoamericano, al concentrar conjuntamente el 68 % de los ingresos regionales. Brasil lidera ampliamente la región con ingresos estimados en USD 77.872 millones, seguido por México con USD 44.012 millones. Esta estructura refleja importantes diferencias de escala entre los países y confirma el predominio de un número reducido de mercados dentro del ecosistema digital latinoamericano.

En este contexto, Colombia mantiene una posición relevante al ubicarse como el sexto mercado de comercio electrónico de América Latina, con ingresos estimados por USD 5.778 millones durante 2025. El país se sitúa por detrás de Brasil, México, Argentina, Chile y Perú, pero supera a la mayoría de las economías de Centroamérica y el Caribe, consolidándose como uno de los mercados digitales más importantes de la región.

Las perspectivas para 2026 muestran que el comercio electrónico continuará expandiéndose en América Latina. Para Colombia se proyectan ingresos por USD 6.431 millones, equivalentes a una tasa de crecimiento del 11,3 %, superior a la estimada para Brasil y comparable con la de México. Este desempeño ubica al país entre los mercados de mayor dinamismo de la región y evidencia el potencial de crecimiento que aún mantiene el ecosistema nacional de comercio electrónico.

No obstante, el análisis también muestra que el principal desafío para Colombia no consiste únicamente en sostener altas tasas de crecimiento, sino en acelerar la ampliación de la escala de su mercado. Las brechas existentes frente a Brasil y México continúan siendo significativas y responden a factores estructurales relacionados con la adopción digital, la inclusión financiera, la infraestructura logística, la conectividad y la confianza en los canales digitales.

Los resultados sugieren que Colombia cuenta con condiciones favorables para fortalecer progresivamente su posición competitiva dentro del comercio electrónico latinoamericano. Sin embargo, aprovechar este potencial requerirá continuar impulsando estrategias orientadas al fortalecimiento de los habilitadores de la economía digital, promoviendo un entorno que facilite la innovación, la transformación digital empresarial y la incorporación de más hogares y empresas al comercio electrónico. De esta manera, el crecimiento observado podrá traducirse en ganancias sostenidas de competitividad y en una mayor participación del país dentro del mercado regional.



HALLAZGOS CLAVE DEL COMERCIO ELECTRÓNICO LATINOAMERICANO Y LA POSICIÓN DE COLOMBIA

Panorama regional y principales conclusiones del análisis 2025–2026.



USD 178.205 millones

Comercio electrónico de América Latina (2025)



68 %

Brasil y México concentran los ingresos regionales



6.º lugar

Posición de Colombia en América Latina



11,3 %

Crecimiento proyectado para 2026



Posición competitiva favorable

Frente a mercados de tamaño similar



Colombia combina una **posición relevante** en el mercado regional con una de las **mayores tasas de crecimiento** entre las principales economías digitales de América Latina.

Ingresos del comercio electrónico en América Latina: estructura y concentración del mercado regional (2025)



PARTICIPACIÓN DE LOS PRINCIPALES PAÍSES

País	Ingresos (millones de USD)	Participación sobre el total
1. Brasil	77.872	43,7%
2. México	44.012	24,7%
3. Argentina	18.211	10,2%
4. Chile	10.504	5,9%
5. Perú	6.581	3,7%
6. Colombia	5.778	3,2%
Resto de países (17)	15.353	8,6%

HALLAZGOS CLAVE

	1. Alta concentración regional Brasil, México y Argentina concentran el 78,6% del mercado. Los seis principales países reúnen el 91,4% del total.
	2. Liderazgo de Brasil Brasil genera 1,8 veces los ingresos de México y 13,5 veces los de Colombia. Representa el 43,7% del total regional.
	3. Colombia ocupa el sexto lugar Participa con el 3,2% del mercado regional, detrás de Perú por una diferencia cercana a USD 803 millones.
	4. Brecha entre mercados Existe una marcada diferencia entre los mercados consolidados (líderes) y los intermedios y emergentes de la región.

Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026

Panorama general

Los ingresos del comercio electrónico en América Latina alcanzaron USD 178.205 millones en 2025. No obstante, la distribución de estos ingresos entre los países de la región evidencia una marcada concentración en un número reducido de mercados, lo que configura una estructura regional caracterizada por importantes diferencias de escala y participación.

La distribución de los ingresos por comercio electrónico en América Latina durante 2025 evidenció diferencias significativas entre los mercados de la región. Mientras algunas economías alcanzaron niveles de facturación considerablemente superiores, otros países registraron participaciones más moderadas, reflejando distintos grados de desarrollo y

adopción del comercio electrónico. Estas variaciones permiten identificar la heterogeneidad del mercado regional y constituyen la base para el análisis comparativo presentado en las siguientes secciones.

Este comportamiento pone de manifiesto que el desarrollo del e-commerce responde tanto al tamaño de las economías como al grado de madurez de sus ecosistemas digitales.

El mercado latinoamericano presenta una elevada concentración

El análisis de Pareto evidencia una marcada concentración del comercio electrónico en América Latina durante **2025**, donde un reducido número de países concentró la mayor parte de los ingresos generados en la región. **Brasil** se consolidó como el principal mercado, con ingresos estimados en **USD 77.175 millones**, seguido por **México**, con **USD 43.992 millones**.

Gráfica 2.

CONCENTRACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN AMÉRICA LATINA (2025)

Participación de los ingresos sobre el total regional



Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026



En conjunto, estas dos economías representaron el **68%** de los ingresos regionales, Esta estructura responde, entre otros factores, al tamaño de sus mercados internos, la mayor adopción del comercio electrónico, el desarrollo de la infraestructura logística y de pagos digitales, así como a la consolidación de ecosistemas digitales más maduros.

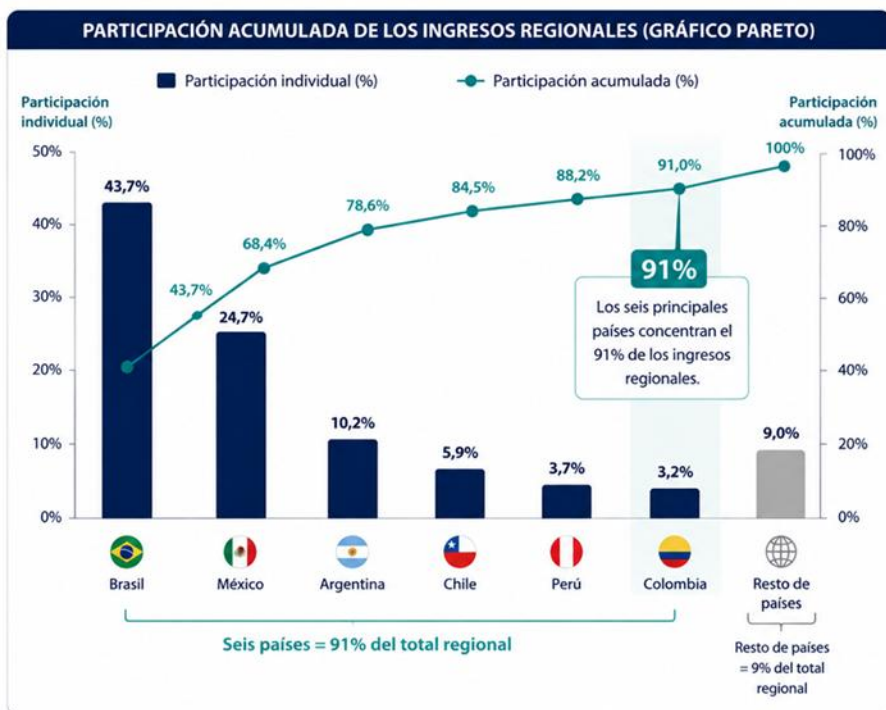
Al incorporar **Argentina (USD 18.211 millones)**, **Chile (USD 10.504 millones)**, **Perú (USD 6.581 millones)** y **Colombia**, la participación acumulada alcanzó el **91%** de los ingresos regionales, mientras que el **9%** restante se distribuyó entre los demás países de la región. Este comportamiento confirma que la actividad del comercio electrónico latinoamericano se concentra estructuralmente en un grupo reducido de mercados, los cuales reúnen las

condiciones económicas, tecnológicas y logísticas que favorecen una mayor escala de operación y un mayor nivel de desarrollo del comercio digital.

Gráfica 3.

CONCENTRACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN AMÉRICA LATINA (2025)

Participación de los ingresos sobre el total regional



Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026



En consecuencia, la estructura regional refleja un mercado altamente concentrado, en el que la mayor parte del valor económico generado por el comercio electrónico se encuentra en pocas economías, mientras que los mercados de menor tamaño mantienen una participación relativamente limitada en el total regional.

Colombia mantiene una posición relevante en el contexto regional

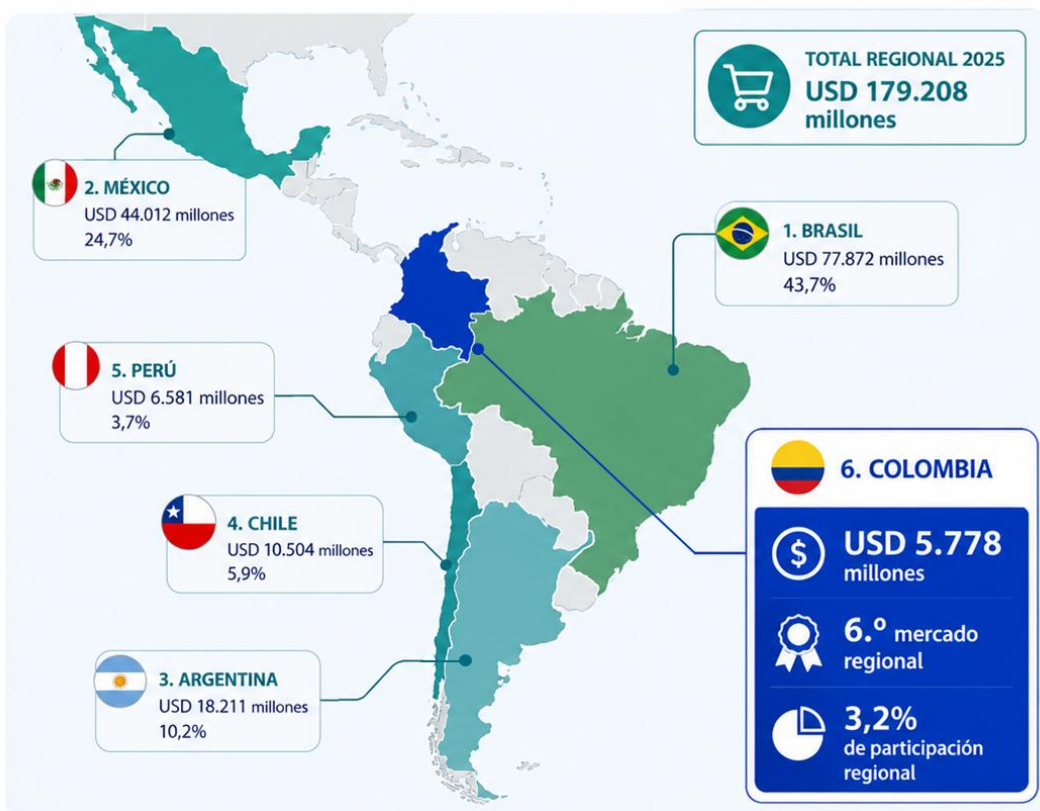
En 2025, Colombia registró ingresos estimados por **USD 5.778 millones**, consolidándose como el **sexto mercado de comercio electrónico de América Latina**. En la clasificación regional, el país se ubicó por detrás de Brasil, México, Argentina, Chile y Perú, y por delante de Ecuador, República Dominicana, Costa Rica, Uruguay y Panamá.



Gráfica 4.

COMERCIO ELECTRÓNICO EN AMÉRICA LATINA (2025)

Ingresos en millones de dólares y participación sobre el total regional



Fuente: Elaboración del Observatorio E-commerce de MinTIC con datos de Statista, 2026

La permanencia de Colombia dentro de este grupo de mercados líderes responde al crecimiento sostenido del comercio electrónico en los últimos años, impulsado por una mayor adopción de canales digitales, el fortalecimiento de la infraestructura tecnológica y logística, y una creciente integración del comercio electrónico en las dinámicas de consumo de hogares y empresas.

Persisten diferencias de escala entre los principales mercados regionales

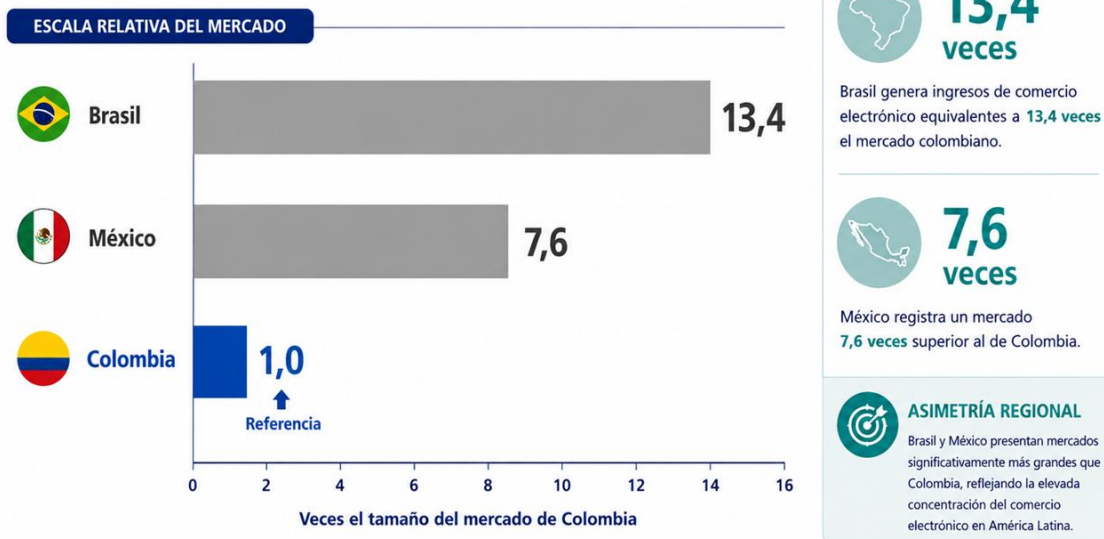
La distribución de los ingresos por comercio electrónico en América Latina durante **2025** evidencia importantes diferencias de escala entre los principales mercados de la región.



Gráfica 5.

BRECHA DE ESCALA FRENTE A LOS PRINCIPALES MERCADOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO DE AMÉRICA LATINA (2025)

Mercado indexado tomando a Colombia como referencia (Colombia = 1).



Nota: La escala está indexada con Colombia = 1. Los valores indican cuántas veces es mayor el tamaño del mercado de comercio electrónico de Brasil y México respecto al colombiano, con base en los ingresos estimados para 2025.

Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026

En términos relativos, el mercado brasileño fue aproximadamente **13,4 veces** mayor que el colombiano, mientras que el mercado mexicano registró un tamaño cercano a **7,6 veces** el de Colombia, lo que evidencia la existencia de una estructura regional caracterizada por marcadas asimetrías en el desarrollo de los mercados digitales.

La mayor dimensión de los mercados de Brasil y México responde a factores estructurales como el tamaño de sus economías y de su población, la consolidación de ecosistemas digitales más maduros, mayores niveles de adopción del comercio electrónico por parte de hogares y empresas, una infraestructura logística más desarrollada y una mayor penetración de los medios de pago electrónicos y de la inclusión financiera.

Si bien Colombia integra el grupo de los principales mercados de comercio electrónico de América Latina, la comparación con las economías líderes pone de manifiesto el potencial existente para continuar fortaleciendo la transformación digital, ampliar la base de usuarios

y empresas que participan en el comercio electrónico y consolidar las condiciones que favorezcan un mayor crecimiento del mercado nacional.

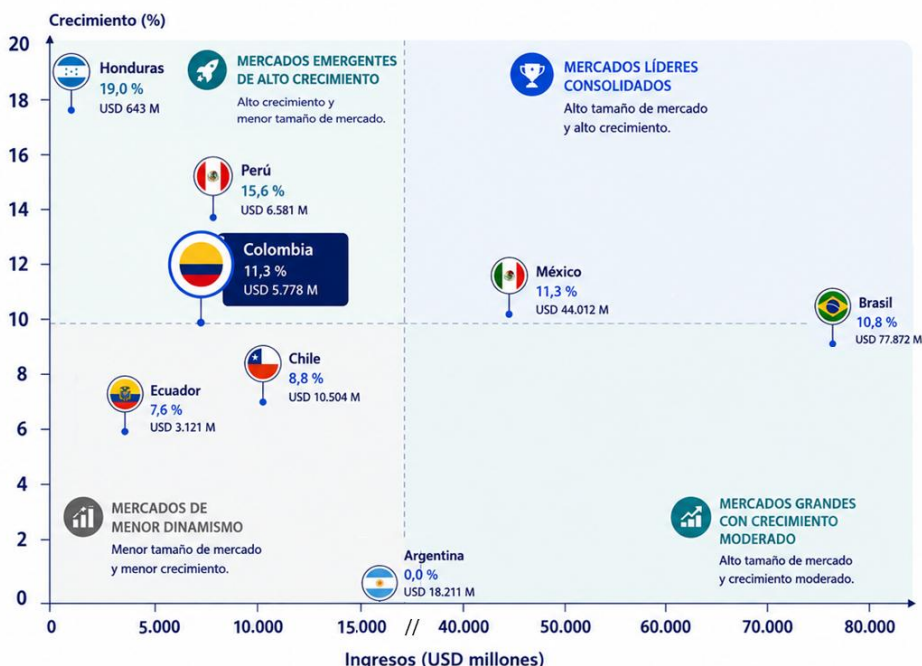
Colombia combina una posición relevante en tamaño de mercado con una dinámica de crecimiento favorable

Si bien Colombia ocupó el **sexto lugar** entre los mercados de comercio electrónico de América Latina por nivel de ingresos en **2025**, su desempeño también se caracterizó por una dinámica de crecimiento superior a la observada en varios de los principales mercados de la región. De acuerdo con las proyecciones para **2026**, Colombia registraría un crecimiento del **11,3%**, igualando la tasa estimada para México y superando las proyectadas para Brasil (**10,8%**) y Chile. Únicamente Honduras (**19,0%**) y Perú (**15,6%**) presentarían tasas de expansión más elevadas entre los países analizados.

Gráfica 6.

TAMAÑO Y DINAMISMO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN AMÉRICA LATINA

Ingresos estimados en 2025 (eje X) y crecimiento proyectado para 2026 (eje Y).




Colombia


6.º mercado
de América Latina


USD 5.778
millones (2025)


11,3 %
de crecimiento proyectado (2026)


 Combina una base de mercado relevante con una de las mayores tasas de expansión entre las principales economías digitales de la región.

CLAVES DEL ANÁLISIS

- ✓ Brasil y México lideran por tamaño de mercado, con crecimientos sólidos.
- ✓ Colombia destaca por su combinación de escala relevante y alto dinamismo.
- ✓ Perú y Honduras muestran alto crecimiento desde bases más pequeñas.
- ✓ Chile presenta un crecimiento moderado con un mercado de tamaño importante.

Fuente: Elaboración del Observatorio E-commerce de MinTIC con datos de Statista, 2026

Nota metodológica: El eje X presenta una discontinuidad entre USD 15.000 y USD 40.000 millones para facilitar la visualización de los países analizados.

La Figura presenta una matriz de posicionamiento que relaciona el tamaño del mercado de comercio electrónico, medido por los ingresos de 2025 (eje X), con la tasa de crecimiento proyectada para 2026 (eje Y), permitiendo identificar diferencias significativas en el nivel de desarrollo y el dinamismo de las principales economías digitales de América Latina.

Los resultados evidencian una marcada concentración del mercado regional en Brasil y México, que registran ingresos estimados de USD 77.872 millones y USD 44.012 millones, respectivamente. Ambos países combinan una elevada escala de mercado con tasas de crecimiento superiores al 10 %, consolidándose como los principales motores del comercio electrónico latinoamericano. No obstante, sus tasas de expansión son inferiores a las observadas en mercados emergentes de menor tamaño, lo que refleja un mayor grado de madurez del sector.

Colombia ocupa una posición competitiva destacada al ubicarse como el sexto mercado de la región, con ingresos de USD 5.778 millones y una tasa de crecimiento proyectada del 11,3 %, equivalente a la de México y superior a la de Brasil. Esta combinación de escala relevante y elevado dinamismo sitúa al país entre las economías con mejores perspectivas de expansión, evidenciando un mercado que continúa en proceso de consolidación y con amplio potencial de crecimiento.

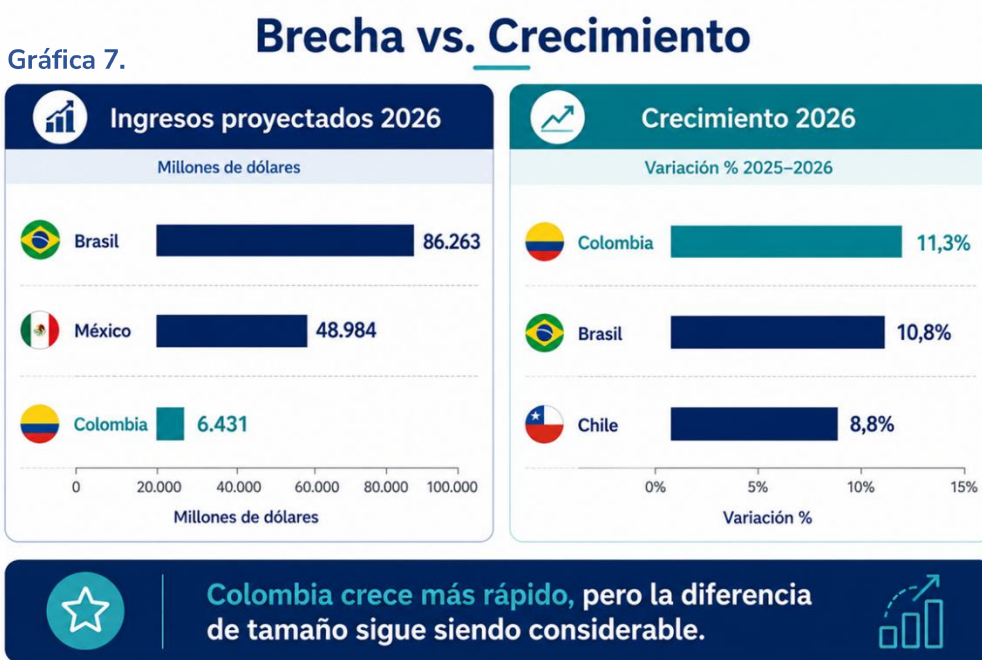
Por su parte, Perú y Honduras presentan las mayores tasas de crecimiento proyectadas (15,6 % y 19,0 %, respectivamente), aunque sustentadas en mercados de menor dimensión. Este comportamiento es característico de economías con una menor penetración del comercio electrónico, donde aún existen importantes oportunidades de expansión derivadas de la incorporación de nuevos consumidores y empresas a los canales digitales.

En contraste, Chile registra un crecimiento moderado (8,8 %) pese a contar con un mercado de tamaño considerable, mientras que Argentina constituye el caso más atípico del análisis



al proyectar un crecimiento prácticamente nulo (0,0 %) a pesar de ser el tercer mercado de mayor tamaño de la región. Esta situación sugiere un escenario de estancamiento asociado a factores macroeconómicos que limitan el desempeño del comercio electrónico.

Desde una perspectiva estratégica, este desempeño sugiere que Colombia se encuentra en una fase de expansión más dinámica que algunos de los mercados regionales de mayor tamaño. Sin embargo, el crecimiento proyectado, aunque favorable, no sería suficiente para modificar sustancialmente la estructura regional del comercio electrónico en el corto plazo. Las diferencias de escala frente a Brasil y México continúan siendo amplias, por lo que el principal desafío para Colombia no consiste únicamente en mantener altas tasas de crecimiento, sino en acelerar la ampliación de su mercado para reducir progresivamente estas brechas.



Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026

Asimismo, las proyecciones indican que Perú crecería a una tasa superior (15,6%), lo que permitiría a ese país conservar la ventaja que actualmente mantiene sobre Colombia en términos de ingresos. En consecuencia, de mantenerse las tendencias previstas, Colombia



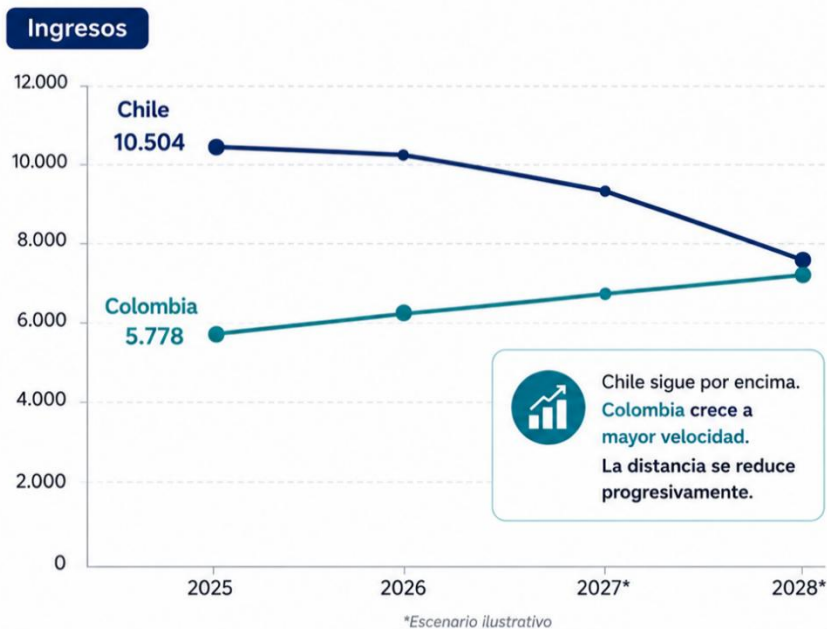
conservaría su sexta posición regional durante 2026, sin registrar cambios significativos en el ranking latinoamericano.

La comparación con Chile también aporta elementos relevantes para el análisis. Aunque el mercado chileno continúa siendo considerablemente mayor que el colombiano, presenta una dinámica de crecimiento más moderada. Esto sugiere que Colombia podría reducir gradualmente la distancia relativa frente a este mercado en los próximos años, siempre que logre sostener ritmos de expansión superiores de manera consistente.

Gráfica 8.

Posible convergencia entre los mercados de comercio electrónico de Chile y Colombia

Proyección de ingresos del comercio electrónico
(millones de USD)



Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026

INSIGHT CLAVE



Si Colombia mantiene tasas de crecimiento superiores a las de Chile durante varios años, la **brecha relativa podría disminuir gradualmente**.



Mayor dinamismo

Colombia presenta tasas de crecimiento más altas.



Convergencia progresiva

La distancia entre ambos mercados se reduce de forma sostenida.



Oportunidad estratégica

Impulsar la competitividad y mantener el ritmo de crecimiento será clave.

Para las empresas, este escenario refleja la existencia de oportunidades asociadas al crecimiento continuo de la demanda digital, la incorporación de nuevos consumidores y la ampliación de la oferta de bienes y servicios comercializados en línea. Para los responsables de política pública, los resultados evidencian la importancia de continuar fortaleciendo factores estructurales como la conectividad, la inclusión financiera, la logística y la confianza

digital, elementos que resultan determinantes para acelerar la adopción del comercio electrónico y aumentar la competitividad del ecosistema digital colombiano.

En este contexto, la posición de Colombia resulta especialmente relevante porque combina dos características poco frecuentes en la región: un mercado que ya se encuentra entre los principales de América Latina y, al mismo tiempo, una tasa de crecimiento superior a la observada en varias economías de mayor tamaño. Esta combinación configura un escenario favorable para continuar consolidando su participación dentro del comercio electrónico regional durante los próximos años.

El liderazgo estructural de Brasil

La distribución de los ingresos del comercio electrónico en América Latina durante **2025** evidencia un alto nivel de concentración en Brasil. Con ingresos estimados en **USD 77.872 millones**, el mercado brasileño supera en **USD 20.548 millones** la suma de los otros 21 mercados analizados de la región, que en conjunto alcanzan **USD 57.324 millones**.

Gráfica 9.

El liderazgo de Brasil supera al conjunto de los mercados regionales secundarios



Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026

Como se observa en la gráfica, el tamaño del mercado brasileño es superior al agregado de países como Argentina, Chile, Perú, Colombia, Ecuador, República Dominicana, Costa Rica,

Uruguay, Panamá, Bolivia, Paraguay, Cuba, El Salvador, Honduras, Guatemala, Nicaragua, Jamaica, Haití, Guyana, Suriname, y Belize. Este resultado confirma la posición de Brasil como el principal motor del comercio electrónico regional y pone de manifiesto la significativa distancia que aún lo separa de los demás mercados.

La magnitud de esta diferencia refleja factores como el tamaño de su población, la mayor penetración del comercio digital, el desarrollo de la infraestructura logística y la consolidación de plataformas de comercio electrónico y pagos digitales. En términos regionales, el liderazgo de Brasil constituye uno de los rasgos estructurales más relevantes del ecosistema latinoamericano de comercio electrónico, caracterizado por una elevada concentración de ingresos en un número reducido de mercados.

Gráfica 10.

EL LIDERAZGO DE BRASIL EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO LATINOAMERICANO

Factores que explican la posición predominante de Brasil dentro del mercado regional (2025).



El liderazgo de Brasil es el resultado de **ventajas estructurales acumuladas** y no únicamente de un mayor tamaño de mercado.

Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026

Colombia en el contexto regional

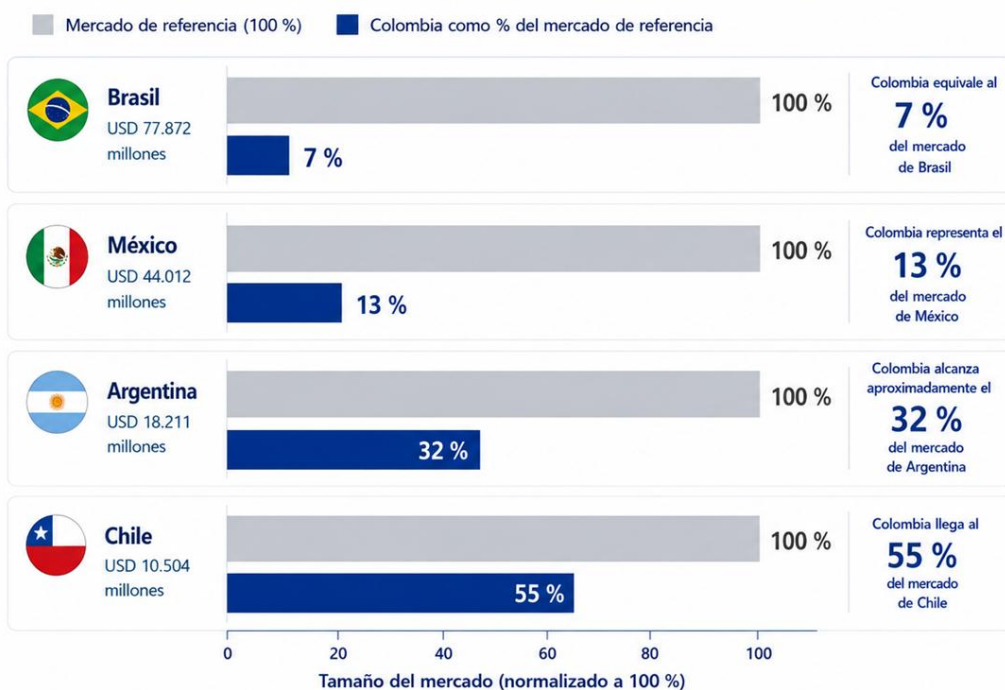
Colombia registró ingresos estimados por USD 5.778 millones en 2025, equivalentes al 3,2% del total regional. Esta cifra ubica al país en la sexta posición de América Latina, detrás de Brasil, México, Argentina, Chile y Perú.

Aunque Colombia forma parte del grupo de mercados con mayor participación regional, la brecha frente a las economías líderes continúa siendo significativa. Los ingresos del comercio electrónico en Colombia equivalen aproximadamente al 7% de los registrados en Brasil, al 13% de los observados en México, al 32% de los alcanzados en Argentina y al 55% de los generados en Chile,

Gráfica 10.

COMPARATIVO DEL TAMAÑO DEL MERCADO: COLOMBIA FRENTE A PRINCIPALES REFERENTES DE LA REGIÓN (2025)

Cada mercado de referencia = 100 %. La barra azul muestra el tamaño relativo de Colombia.



Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026


INSIGHT CLAVE


Brecha con los líderes

Colombia equivale al 7 % del mercado de Brasil y al 13 % del de México.


Mayor convergencia

Frente a Argentina alcanza aproximadamente el 32 % y frente a Chile llega al 55 %, evidenciando menor brecha relativa.


Posición relevante

Colombia se consolida como uno de los principales mercados de comercio electrónico de América Latina.


Mensaje central

La brecha con los líderes regionales sigue siendo considerable, aunque Colombia muestra una trayectoria de convergencia positiva, con mayor proximidad a los mercados de Argentina y Chile.

No obstante, el país supera ampliamente a la mayoría de las economías de Centroamérica y el Caribe, consolidándose como uno de los mercados más relevantes de la región en términos de generación de ingresos digitales.



Diferencias de escala entre los mercados latinoamericanos

La distribución de los ingresos permite identificar distintos niveles de desarrollo dentro del ecosistema regional:

Mercados líderes

Brasil (43,7%) y México (24,7%) conforman el núcleo principal del comercio electrónico latinoamericano. Juntos concentran el 68,4% de los ingresos regionales, consolidándose como los principales centros de actividad digital de la región.

Gráfica 11.

ESTRUCTURA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO LATINOAMERICANO SEGÚN ESCALA DE MERCADO (2025)

Participación de los ingresos sobre el total regional



Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026



Mercados de escala media-alta

Argentina (10,2%) y Chile (5,9%) integran un segundo grupo de países que, si bien mantienen una participación inferior a la de las economías líderes, logran una posición claramente diferenciada respecto del resto de mercados latinoamericanos. En conjunto

representan el 16,1% de los ingresos regionales y constituyen los principales referentes después de Brasil y México.

Mercados de escala intermedia

Perú (3,7%) y Colombia (3,2%) conforman un tercer nivel caracterizado por una participación más moderada dentro del contexto regional. Aunque presentan una distancia importante frente a los mercados líderes y de segundo nivel, superan a la mayoría de economías latinoamericanas y evidencian un potencial relevante para la expansión futura del comercio electrónico.

Mercados emergentes

Los demás países de la región presentan participaciones individuales inferiores al 3% de los ingresos regionales de comercio electrónico, configurando un grupo de menor escala relativa. Aunque su contribución agregada al mercado latinoamericano es limitada, estos países reflejan distintos grados de desarrollo digital y representan espacios potenciales para la expansión futura de la actividad comercial en línea.

Perspectivas del comercio electrónico en América Latina: proyecciones de ingresos para 2026

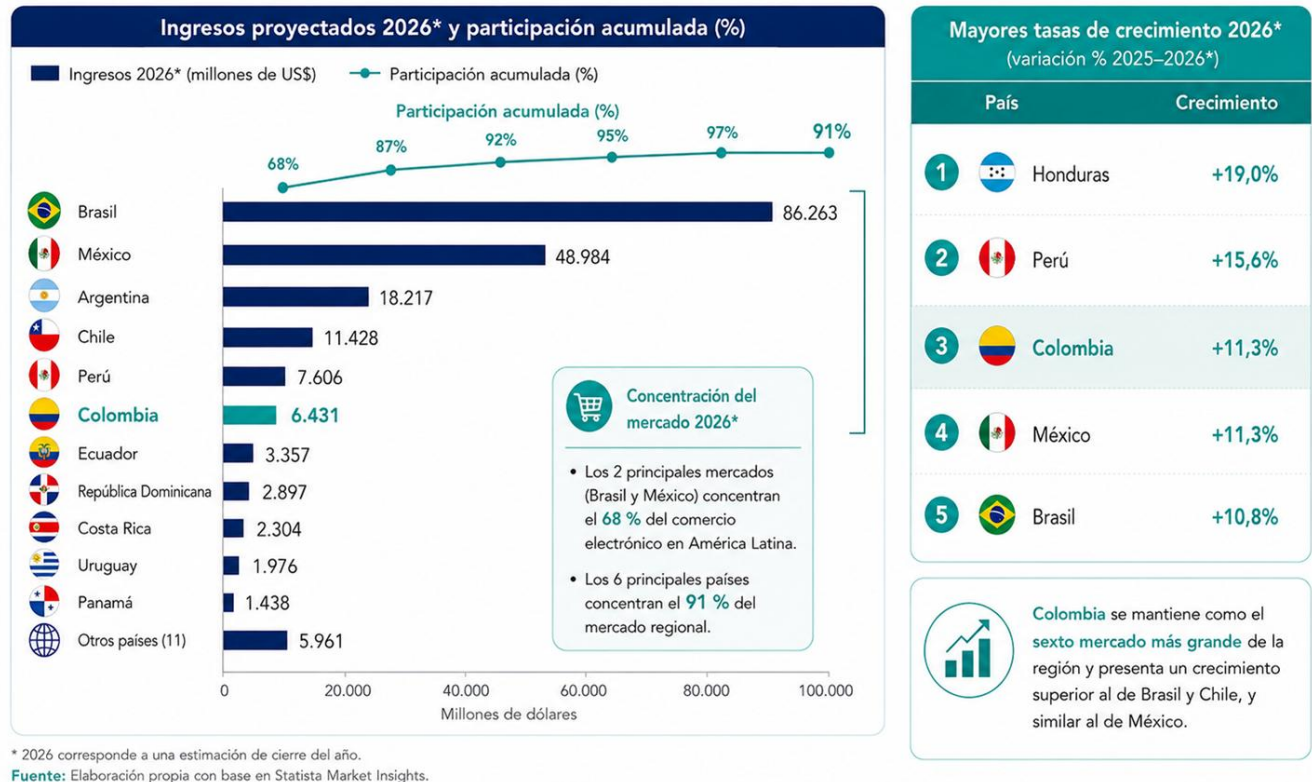
Proyecciones apuntan a la continuidad del crecimiento regional

Las proyecciones de **Statista** indican que el comercio electrónico en América Latina mantendría una trayectoria de crecimiento durante 2026, con incrementos en los ingresos estimados para todos los países analizados. Este comportamiento proyectado refleja la expectativa de que continúe la expansión de la economía digital en la región, impulsada por la mayor adopción de canales de venta en línea, el fortalecimiento de la infraestructura digital y la consolidación de los medios de pago electrónicos.



Gráfica 12. Ingresos del comercio electrónico en América Latina por país (2026*)

Millones de dólares estadounidenses



Esta concentración responde a factores estructurales que van más allá del tamaño poblacional. Ambos países cuentan con ecosistemas digitales consolidados, elevados niveles de inversión tecnológica, infraestructura logística de mayor escala y mercados financieros que facilitan la expansión de plataformas digitales.

La consecuencia es una configuración regional jerarquizada en la que los países compiten no solo por incrementar sus ingresos, sino también por mejorar su posición relativa dentro del sistema. En otras palabras, el crecimiento del comercio electrónico en América Latina no ocurre sobre una estructura plana, sino sobre una arquitectura donde las ventajas acumuladas tienden a reforzar el liderazgo de los mercados más desarrollados.

Desde esta perspectiva, el reto para los países de tamaño intermedio consiste en evitar que la concentración regional se convierta en una barrera permanente para la convergencia digital.



Colombia en el grupo de mercados emergentes de alto crecimiento

Dentro del contexto regional, Colombia se posiciona como uno de los mercados con mayor dinamismo proyectado para 2026. Para Colombia, Statista proyecta ingresos por **US\$6.431 millones** en 2026, frente a los **US\$5.778 millones** registrados en 2025. Esta variación representa un crecimiento estimado cercano al **11,3 %**, lo que sugiere la continuidad de la tendencia expansiva observada en los últimos años.

Su crecimiento estimado supera ampliamente el promedio de varias economías latinoamericanas y refleja el fortalecimiento progresivo de los canales digitales de comercio.

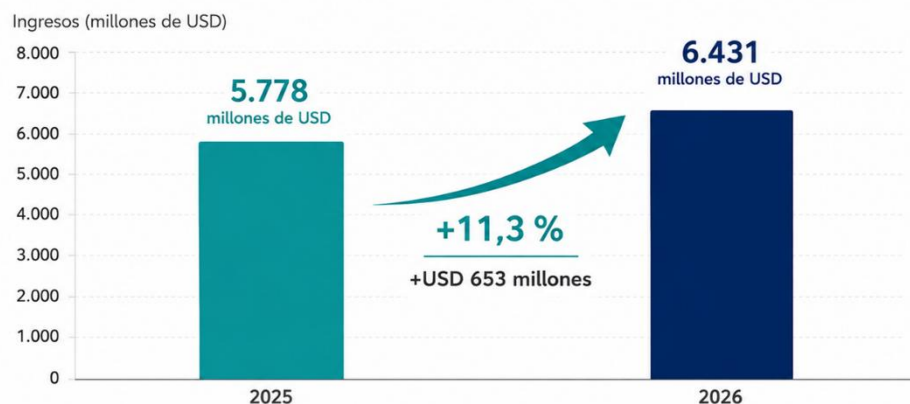
Gráfica 13.

Colombia: evolución proyectada de los ingresos por comercio electrónico (2025–2026)



INSIGHT

La proyección para 2026 anticipa un incremento de **USD 653 millones** en los ingresos del comercio electrónico colombiano, equivalente a un crecimiento anual del **11,3 %**, lo que confirma la continuidad de la expansión del mercado digital.



Fuente: Elaboración del Observatorio E-commerce con base en Statista Market Insights.

Sin embargo, el desempeño colombiano debe interpretarse con cautela. Aunque la tasa de crecimiento es elevada, el tamaño absoluto del mercado continúa siendo significativamente menor que el de los principales líderes regionales. Esta diferencia revela una característica fundamental del proceso de transformación digital: crecer rápidamente no necesariamente implica modificar la estructura competitiva regional.

La experiencia internacional muestra que los países que logran ascender de manera sostenida en los rankings digitales son aquellos que convierten el crecimiento coyuntural en ventajas estructurales. Esto supone desarrollar infraestructura logística eficiente, ampliar la inclusión financiera digital, fortalecer la confianza de consumidores y empresas, y generar entornos regulatorios que favorezcan la innovación y la competencia.

Desde esta perspectiva, Colombia se encuentra en una etapa de transición. El crecimiento actual demuestra potencial, pero el desafío consiste en transformar ese potencial en una posición competitiva más sólida dentro del ecosistema regional.

De materializarse las proyecciones de Statista, Colombia conservaría su posición como el **sexto mercado de comercio electrónico de América Latina**, respaldada por el fortalecimiento gradual del consumo digital y la creciente incorporación de empresas y consumidores al entorno de comercio electrónico.

El crecimiento como oportunidad de convergencia

Uno de los hallazgos más relevantes del análisis es que Colombia podría encontrarse en una ventana de oportunidad para reducir parcialmente la brecha frente a mercados regionales más consolidados.

Si el país lograra acelerar entre dos y tres puntos porcentuales adicionales su ritmo de crecimiento durante los próximos años, el impacto no sería únicamente cuantitativo. Una expansión de esta magnitud podría incrementar su participación relativa dentro del mercado regional y acercarlo a economías que actualmente ocupan posiciones superiores en términos de ingresos digitales.

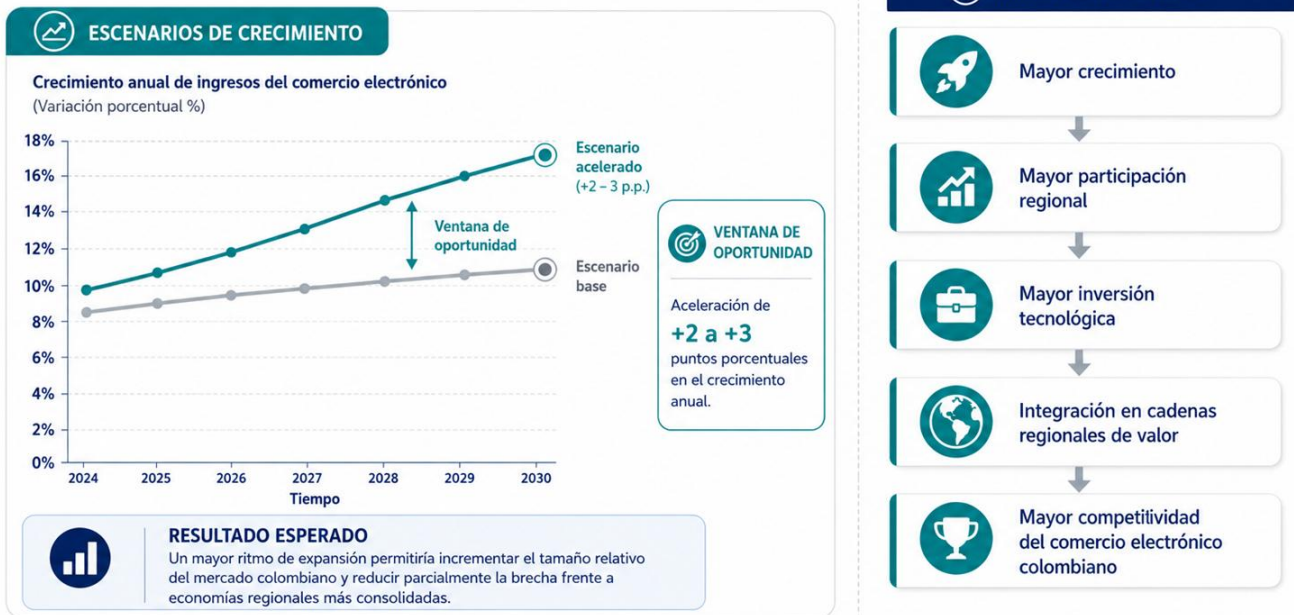
Este escenario tendría implicaciones importantes para la competitividad nacional. Un mayor peso dentro del comercio electrónico latinoamericano fortalecería el atractivo del mercado colombiano para la inversión tecnológica, favorecería la llegada de nuevos actores digitales



y ampliaría las posibilidades de integración en cadenas regionales de valor asociadas a la economía digital.

Gráfica 14. ESCENARIOS DE CRECIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO COLOMBIANO Y SUS IMPLICACIONES ESTRATÉGICAS

Una aceleración de entre 2 y 3 puntos porcentuales en el crecimiento anual ampliaría la posición competitiva de Colombia dentro del mercado latinoamericano.



Una aceleración sostenida del crecimiento no solo incrementaría los ingresos del comercio electrónico colombiano, sino que fortalecería su participación regional, atraería mayor inversión digital y consolidaría una posición más competitiva dentro del ecosistema latinoamericano.

Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026

No obstante, este resultado no puede darse por garantizado. La aceleración del crecimiento depende de factores estructurales que trascienden el comportamiento del consumo y requieren mejoras sostenidas en infraestructura, logística y servicios digitales.

Los escenarios que podrían redefinir el mapa regional

La posición de Colombia también depende de la evolución de otros mercados latinoamericanos. Por esta razón, el ranking regional debe entenderse como un sistema dinámico sujeto a múltiples trayectorias posibles.

Un primer escenario corresponde a la profundización de la concentración regional. Si Brasil y México continúan expandiendo sus ecosistemas digitales a un ritmo superior al promedio

latinoamericano, las brechas existentes podrían ampliarse y dificultar la convergencia de los países intermedios.

Un segundo escenario contempla una aceleración más equilibrada entre las economías emergentes de la región. En este caso, Colombia podría mejorar su posición relativa gracias a una combinación de crecimiento sostenido y reducción gradual de las diferencias estructurales.

Gráfica 15.



Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026

Finalmente, un escenario de transformación tecnológica acelerada —impulsado por inteligencia artificial, automatización logística y nuevos modelos de plataforma— podría alterar las posiciones actuales con mayor rapidez. Los países que adopten estas innovaciones de forma más eficiente podrían registrar avances significativos independientemente de su tamaño inicial.



Estos escenarios muestran que la posición competitiva de los países no está determinada exclusivamente por la dimensión de sus mercados, sino también por su capacidad de adaptación tecnológica e institucional.

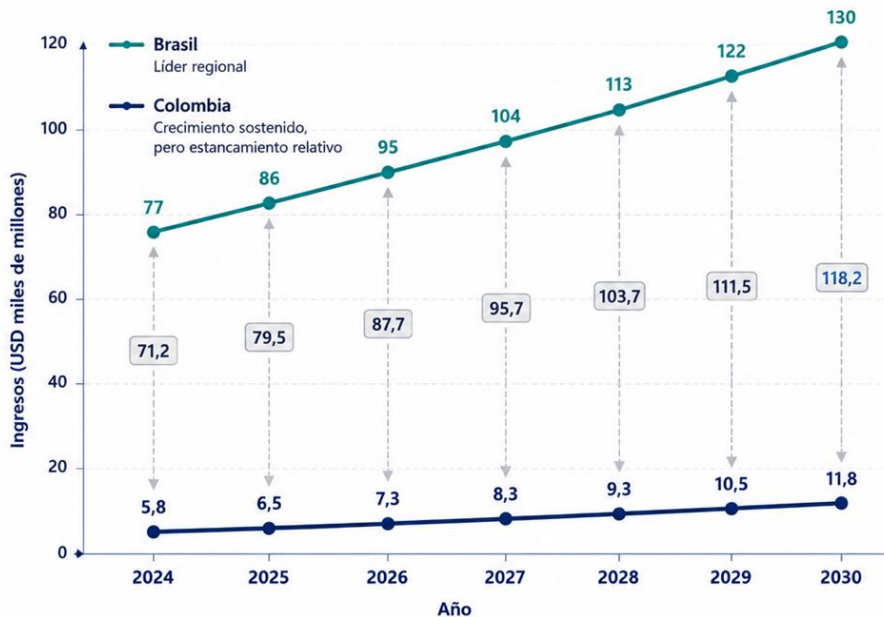
El riesgo de estancamiento relativo

Aunque las perspectivas de crecimiento para Colombia son positivas, existe un riesgo que merece especial atención: el estancamiento relativo. Este fenómeno ocurre cuando un país continúa creciendo en términos absolutos, pero lo hace a una velocidad insuficiente para mejorar su posición dentro del contexto regional. En consecuencia, el mercado aumenta de tamaño, pero la distancia frente a los competidores permanece prácticamente inalterada.

Gráfica 16.

TRAYECTORIAS COMPARATIVAS: COLOMBIA VS. BRASIL EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Ingresos del comercio electrónico (USD miles de millones)



Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026



Riesgo estratégico

Crecer no garantiza mejorar la competitividad regional. Si Colombia mantiene un ritmo de expansión similar al promedio de sus competidores, aumentará el tamaño de su mercado, pero **no su participación relativa** ni su **posición** en el ecosistema digital latinoamericano.



Desde una perspectiva estratégica, este riesgo resulta más relevante que una eventual desaceleración temporal. Un crecimiento sostenido pero insuficiente podría consolidar a

Colombia en una posición intermedia permanente, limitando sus posibilidades de convertirse en uno de los principales referentes digitales de América Latina.

La experiencia regional indica que superar esta situación requiere intervenciones orientadas a fortalecer la productividad digital y no únicamente a expandir la demanda.

Consideraciones para la política pública

Los resultados del análisis sugieren que las políticas orientadas al comercio electrónico deben evolucionar desde enfoques centrados exclusivamente en la adopción digital hacia estrategias integrales de competitividad.

Gráfica 17.

Orientaciones estratégicas para fortalecer la competitividad del comercio electrónico



Fuente: Elaboración propia con datos de Statista, 2026

Las prioridades incluyen el fortalecimiento de la infraestructura logística, la expansión de los sistemas de pago digitales, la reducción de barreras regulatorias para la innovación y la promoción de entornos competitivos que faciliten el crecimiento de nuevos actores.

Más que impulsar el crecimiento por sí mismo, el objetivo debe ser crear las condiciones que permitan transformar el dinamismo actual en ventajas estructurales duraderas.

Consideraciones para la interpretación de las cifras

Las estimaciones para 2026 deben interpretarse como un escenario prospectivo elaborado por **Statista**, basado en modelos de proyección de mercado. En consecuencia, estos valores no corresponden a resultados observados, sino a expectativas de evolución del comercio electrónico bajo las condiciones económicas y tecnológicas consideradas al momento de la estimación.

Implicaciones estratégicas

Posicionamiento competitivo de Colombia en el contexto regional

Los resultados del presente análisis muestran que el comercio electrónico latinoamericano continuará caracterizándose por una elevada concentración geográfica, donde Brasil y México seguirán desempeñando un papel predominante como principales mercados de la región. En este contexto, Colombia consolida una posición competitiva al mantenerse como el sexto mercado latinoamericano y registrar una dinámica de crecimiento superior a la observada en varias economías de mayor tamaño.

Desafíos estructurales para el escalamiento del mercado

No obstante, la evidencia también indica que el principal desafío para el país no consiste únicamente en mantener tasas elevadas de crecimiento, sino en acelerar el proceso de ampliación de la escala del mercado. Las diferencias de tamaño respecto a las economías líderes responden a factores estructurales relacionados con la adopción digital, la

productividad empresarial, la inclusión financiera, la infraestructura logística, la conectividad y la confianza de consumidores y empresas en los canales digitales. En consecuencia, cerrar estas brechas requerirá una estrategia de largo plazo que articule inversiones públicas y privadas orientadas al fortalecimiento del ecosistema digital.

Implicaciones para el sector empresarial

Para el sector empresarial, el escenario proyectado representa una oportunidad para profundizar la transformación digital, ampliar la oferta de bienes y servicios comercializados en línea, fortalecer las capacidades de analítica de datos, mejorar la experiencia del consumidor e incrementar la internacionalización de las empresas mediante canales digitales. Al mismo tiempo, la mayor competencia regional exigirá mayores niveles de innovación, eficiencia logística y diferenciación comercial para consolidar ventajas competitivas sostenibles.

Implicaciones para la política pública

Desde la perspectiva de la política pública, los resultados respaldan la necesidad de continuar impulsando iniciativas que favorezcan la expansión del comercio electrónico mediante el fortalecimiento de la infraestructura digital, la interoperabilidad de los sistemas de pago, la inclusión financiera, la modernización logística, el desarrollo de competencias digitales y el fortalecimiento de los marcos de confianza, seguridad y protección al consumidor. Estos factores constituyen habilitadores fundamentales para incrementar la participación de hogares y empresas en la economía digital.

Perspectivas estratégicas de largo plazo

En términos prospectivos, el posicionamiento de Colombia evidencia que el país dispone de condiciones favorables para incrementar progresivamente su participación dentro del mercado regional. Sin embargo, aprovechar este potencial dependerá de la capacidad del ecosistema nacional para sostener tasas de crecimiento superiores a las de los mercados

más maduros durante varios años consecutivos. De lograrse este objetivo, Colombia no solo consolidaría su liderazgo entre los mercados de escala intermedia de América Latina, sino que también reduciría gradualmente la brecha frente a las economías que actualmente conforman el segundo nivel regional, fortaleciendo su competitividad dentro de la economía digital latinoamericana.

Conclusiones

El comercio electrónico latinoamericano continúa caracterizándose por una elevada concentración en pocos mercados líderes, aunque varios países muestran trayectorias de crecimiento que podrían modificar parcialmente esta configuración en los próximos años. Colombia destaca por su dinamismo y por las oportunidades que ofrece para fortalecer su presencia dentro de la economía digital regional. Sin embargo, el crecimiento proyectado no garantiza por sí solo una mejora sustancial en su posición competitiva.

La verdadera cuestión estratégica no es si el comercio electrónico colombiano seguirá creciendo, sino si ese crecimiento será suficiente para reducir brechas estructurales y consolidar una posición de mayor relevancia dentro del ecosistema digital latinoamericano. En este sentido, el futuro del país dependerá menos de la expansión del mercado en sí misma y más de la capacidad para convertir esa expansión en una transformación estructural de su competitividad digital.

Si Colombia mantiene el crecimiento proyectado, consolidará su posición regional. Sin embargo, solo una aceleración sostenida de los habilitadores digitales permitirá al país avanzar hacia el grupo de mercados latinoamericanos de segunda escala y evitar un escenario de estancamiento relativo.