

2023



Informe e-País: El comercio electrónico en Colombia

Noviembre 2023

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bogotá

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



30 de noviembre de 2023
Bogotá

Este estudio ha sido realizado por
Candela Álvarez Díaz

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bogotá

<http://colombia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-016-3

El **Informe e-País Colombia 2022** ofrece una panorámica del estado actual del sector e-commerce en el país. Para su elaboración, se han utilizado datos e informes de distintas fuentes oficiales y profesionales del ámbito público-privado. Su contenido incluye una serie de datos sociodemográficos de Colombia, cifras de conectividad en el país y de su población digital, análisis de oferta y demanda digitales, tendencias, perspectivas e información de utilidad sobre el sector.

Colombia tiene una población de alrededor de 52 millones de personas, y en diciembre de 2022, presentó unos **40,11 millones de usuarios** de Internet, con un **aumento del 5,7%** respecto al año anterior¹. Aunque es un mercado grande, la conectividad es **desigual** y se espera un crecimiento del 3,5% hasta 2027. El acceso a Internet móvil está en alza y es la principal forma de conexión. En 2023, los accesos fijos ascendieron a 9,03 millones, aumentando en más de 300 mil comparado con el año anterior².

El comercio electrónico en Colombia está creciendo rápidamente y es el **cuarto más grande** en América Latina. En 2022, generó ingresos cercanos a los 11.400 millones de USD, impulsado por las compras móviles que alcanzaron los 6.700 millones de USD. Se espera que esta cifra se duplique para el 2026 debido al crecimiento de las conexiones móviles³.

El acceso a Internet es asequible pero desigual, siendo notable la brecha entre áreas urbanas y rurales. El **59,5% de los hogares tenía conexión** en 2022, siendo el 67,5% en áreas urbanas y solo el 32,2% en áreas rurales. Claro lidera en accesos fijos con 3,35 millones, seguido por UNE EPM, Movistar y ETB. Las tecnologías más usadas son cable y fibra óptica, con incrementos en la velocidad de descarga. Bogotá encabeza los accesos fijos por habitante, seguido por Antioquia y Risaralda. Regiones como Meta, San Andrés, Casanare y Cundinamarca muestran avances en acceso a Internet⁴.

Durante el 2020, la **digitalización en Colombia se aceleró notablemente**, evidenciada por un aumento del 38,8% en el tráfico de Internet al inicio de la pandemia⁵. El país progresa en políticas para la transformación digital, destacándose en América Latina por la implementación eficiente de Inteligencia Artificial en servicios públicos. **La Política Nacional para la Transformación Digital e Inteligencia Artificial** y el avance en el Gobierno Digital reflejan mejoras en entidades públicas y ministerios clave como Educación, Salud y Tecnologías de la Información. Para fomentar el comercio electrónico, se aprobó la Política Nacional de Comercio Electrónico en el 2020, buscando impulsar la seguridad en las transacciones, mejorar la cadena de valor y capacitar a empresas y emprendedores. Esta política requerirá una inversión de 88.339 millones de COP hasta el 2025⁶.

¹ <https://www.crcom.gov.co/es/noticias/comunicado-prensa/en-2022-colombia-alcanzo-cerca-50-millones-conexiones-internet>

² https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-238235_archivo_pdf.pdf

³ Ídem

⁴ <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>

⁵ <https://www.fundaciontelefonica.co/noticias/tendencias-tecnologicas-en-colombia-para-este-2022/>

⁶ https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-238235_archivo_pdf.pdf

En el 2022, el **e-commerce** representó el **3,6% del PIB** en Colombia, con más de 39 millones de usuarios digitales, abarcando alrededor del 75,7% de la población. Las ventas en línea crecieron un 12,4% en enero de 2023 y un 24,1% en el primer trimestre respecto al año anterior. En cuanto al comercio electrónico **B2C**, en julio de 2023, [Mercado Libre](#) lidera el *e-commerce* en Colombia con 41,7 millones de visitas, seguido por Amazon y Éxito. El comercio electrónico creció un 38,4% en el 2022, generando ventas de 55,2 billones de COP. Con relación al **B2B**, el 70% del mercado está dominado por PYMEs, y las principales categorías son tecnología, logística, manufactura y construcción. Empresas destacadas en el mercado B2B colombiano incluyen Grupo Nutresa, Avianca Carga, Argos y Ternium. En lo que respecta al comercio electrónico **C2C**, este tipo de intercambio entre consumidores está en crecimiento en Colombia. MercadoLibre lidera este sector con 42 millones de compradores, abarcando diversas categorías. Además, [Interrapidísimo](#) lanzó [Alcarrito](#), un Marketplace con comisión del 0% para vendedores y envíos a nivel nacional con pago al recibir. Por último, el *e-commerce* **B2G**, aunque sigue siendo pequeño en Colombia, plataformas como [Colombia Compra Eficiente](#) impulsan políticas y herramientas para optimizar la contratación pública, gestionando el Sistema Electrónico para la Contratación Pública (SECOP) como punto oficial de información para entidades que contratan con recursos públicos.

Los consumidores colombianos prefieren **adquirir tecnología, moda, belleza y cuidado personal** en mercados electrónicos. Buscan precios accesibles, descuentos y una experiencia de compra conveniente con envíos gratuitos o de bajo coste y devoluciones sencillas. Mayoritariamente realizan transacciones desde dispositivos móviles, utilizando tarjeta de crédito y cada vez más optan por tiendas internacionales (el 20% de las compras en línea en 2022 fueron en tiendas extranjeras).

Con relación a los **contenidos digitales**, en Colombia hay una alta penetración de servicios de TV por suscripción (57%) y aplicaciones audiovisuales en los televisores (36% con aplicaciones de pago). Netflix lidera con un 80% de presencia en hogares colombianos, seguido por Disney Plus con el 25% de suscriptores. Youtube es el principal servicio de *streaming* con 30,4 millones de usuarios en 2022. En cuanto al ecosistema de startups en Colombia creció a 1,327 empresas en 2022 con una inversión de 1,000 millones de dólares. Durante la pandemia, las PYMES incursionaron en ventas online a través de plataformas como Rappi y *Marketplaces* de minoristas como Falabella. Tiendas de descuento se asociaron con aplicaciones de transporte. Empresas como Redflexion de España y VexSoluciones de Perú ofrecen servicios para *Marketplaces* en Colombia⁷.

En lo que refiere a los pasos que ha de seguir una empresa española para exportar de forma online a Colombia:

1. **Registro de marca:** la [Superintendencia de Industria y Comercio](#) maneja patentes. Los comercios necesitan plataformas online y documentos como factura, transporte, certificaciones, etc.

⁷ Datos E-Commerce Colombia, 2023. Americas Market Intelligence.

2. **Aspectos Legales:** Colombia tiene leyes para proteger datos, regulaciones en comercio electrónico y medidas para la protección del consumidor. Destaca la La Ley 527 de 1999.
3. **Fiscalidad:** las transacciones online tienen retenciones de impuestos, contribuyen significativamente al IVA y se conectan con Zonas Francas.
4. **Logística:** la infraestructura de transporte terrestre aún necesita mejoras, aunque se han invertido grandes sumas en proyectos. Hay empresas destacadas en entregas y almacenamiento.
5. **Entrega y Devoluciones:** los tiempos de entrega varían en Colombia; hay empresas que permiten seguimiento de envíos y devoluciones sin costo para clientes.
6. **Preferencias de Envío:** los colombianos prefieren tiempos de entrega cortos y en su mayoría no están dispuestos a pagar por envíos costosos. La desconfianza y la preferencia por tocar los productos son razones comunes para no comprar en línea.

Colombia experimentó un notable **aumento en la bancarización** post-COVID, impulsado por un aumento en la confianza de los consumidores en las compras en línea, con un bajo nivel de fraude digital (0.48%). Esto generó un incremento significativo en las compras y pagos en línea durante 2020. En cuanto a los métodos de pago, las tarjetas de crédito/débito lideran desde 2022, seguidas de cerca por los débitos bancarios. Aunque el efectivo sigue siendo utilizado (6%), se observa un cambio hacia métodos digitales. Las **pasarelas de pago** tuvieron un auge durante la pandemia, con empresas como PayU y PSE registrando un gran número de transacciones. Otras pasarelas como PayPal, Mercado Pago, ePayco y Openpay tienen presencia en el país⁸.

La **publicidad digital** en Colombia creció un 16% en 2022, alcanzando 6 mil millones de pesos colombianos. Aunque sigue en ascenso, los medios tradicionales como periódicos mantienen su relevancia. Empresas como Betplay, Alkosto y Claro lideran en inversión publicitaria. En redes sociales, las búsquedas de productos predominan entre personas de 18 a 34 años⁹.

En lo relativo a las **barreras de entrada** al país, la desconfianza de los consumidores en dar datos personales y bancarios, la baja bancarización, deficiencias logísticas y de seguridad, y el limitado uso tecnológico son algunos de ellos. Además, hay retos en la formación de emprendedores, la infraestructura TIC y la adopción de servicios digitales.

Por otro lado, es conveniente estimar **la demanda potencial del mercado electrónico** en Colombia. Las ventas en línea han disparado sus cifras, alcanzando 15,1 billones de COP en el primer trimestre de 2023, un incremento del 83,2% respecto al mismo período en 2021. Con más de 39 millones de usuarios digitales (75,7% de la población en 2022) y 41,8 millones de usuarios en redes sociales en enero de 2022.

⁸ <https://ccce.org.co/wp-content/uploads/2017/06/1Q-INFORME-TRIMESTRAL-DEL-COMERCIO-CCCE-1.pdf>

⁹ <https://www.adlatina.com/digital/la-industria-de-la-publicidad-digital-en-colombia-crecio-un-117-por-ciento-en-el-primer-trimestre-de-2023>



En Colombia, son varias las marcas españolas que tienen presencia online a través de sus plataformas de venta, como Bershka, Zara, Mango, y otras. Aunque algunas marcas españolas se comercializan en *marketplaces* como [Jumbo](#), esta práctica no es muy común en la actualidad.

Como **conclusión**, el comercio electrónico en Colombia, desencadenado por la pandemia en 2020, sigue en ascenso. Se anticipan tendencias como experiencias de compra digital mejoradas, omnicanalidad y ventas a través de redes sociales. La adopción de tecnologías como inteligencia artificial, realidad aumentada y virtual también se vislumbra.

A pesar de la caída en el último trimestre de 2022, las ventas en línea aumentaron un 24,1% en el primer trimestre de 2023, alcanzando los 15,1 billones de COP. El móvil domina las ventas, y se espera un crecimiento más marcado en los próximos años.

El país busca mejorar su infraestructura digital mediante una inversión significativa para conectar al 85% de su población. No obstante, enfrenta desafíos en velocidad y penetración de Internet, ubicándose en posiciones bajas a nivel regional y de la OCDE. A pesar de esto, se proyecta un crecimiento continuo del comercio electrónico en Colombia.

El país muestra una presencia digital significativa. En Colombia, el acceso a internet y dispositivos móviles es masivo, superando incluso la población total. Se emplean principalmente teléfonos móviles (94,8%) para conectarse. El comercio electrónico está en alza, siendo WhatsApp el canal preferido para compras en línea por el 57% de los hogares.

CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bogotá](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Colombia.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Colombia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones