



# AICEP

Agência para o Investimento  
e Comércio Externo de Portugal

## Perfil de Mercado E-commerce

### Colômbia

Com uma população de cerca 52 milhões de habitantes, jovem e predisposta ao consumo *online*, a Colômbia é um dos mercados mais interessantes da América Latina. Além disso, existem outras razões para as empresas portuguesas exportarem, via comércio eletrónico, para este mercado:

- Mercado em crescimento e de elevado dinamismo
- Contexto legal e regulamentar favorável ao *e-commerce* local e transfronteiriço
- Incentivo para a transição digital no comércio por parte do governo, através da “Política Nacional de Comércio Eletrónico”

O *e-commerce* inclui a venda direta ao consumidor (B2C) e transações entre empresas (B2B). Este último está também a crescer, representando uma parte considerável do comércio eletrónico colombiano. Alguns dos principais *players* B2B na Colômbia incluem: Mercado Libre, Alkosto e Falabella. Porém, a análise efetuada recai apenas na vertente B2C, dada a sua maior relevância junto do consumidor final.

(09/2024)



**AICEP**

Agência para o Investimento  
e Comércio Externo de Portugal

# Perfil de Mercado E-commerce

## Conteúdo

1.	Posicionamento do País no e-Commerce Global . . . . .	3
2.	Maturidade Digital . . . . .	3
3.	Indicadores de Compras Online . . . . .	3
4.	Perfil do Consumidor e-Commerce . . . . .	5
5.	Logística e Distribuição . . . . .	6
6.	Marketplaces e Retalhistas Online. . . . .	6
7.	Meios de Pagamento . . . . .	7
8.	Quadro Legal e Regulamentar. . . . .	7
9.	Recomendações para Exportar Online . . . . .	10





## 1. Posicionamento do País no e-Commerce Global

Prevê-se que, em 2028, as compras de *e-commerce* dos colombianos ultrapassem os 11,6 mil milhões de USD, o que representa um crescimento médio anual de 9,9% desde 2024. Este ritmo de crescimento é inferior à média de crescimento mundial (10,8%), bem como à da América do Sul (12,3%). Em 2023, o volume de negócios de *e-commerce* foi de 7 280 milhões de USD, o que tornou a Colômbia no 33º maior mercado mundial, no 5º maior da América do Sul e 6º da América Latina. Esta evolução global encerra, porém, dinâmicas próprias em termos setoriais.

(09/2024)

### 1.1. Top Países

Posição	Mercado	Compras e-commerce (milhões de USD)
1	China	1 225 000
2	Estados Unidos América	1 066 000
3	Japão	151 000
4	Reino Unido	118 300
5	Alemanha	89 710
33	Colômbia	7 280

Fonte(s): Statista, maio 2024. Dados referentes a 2023

## 2. Maturidade Digital

A Colômbia tem um ambiente digital satisfatório e com potencial para o comércio eletrónico. Em 2023 a taxa de penetração da internet foi superior em 2,8 pp da média mundial (69,3%) e a dos *smartphones* em 14,7 pp da média mundial (51,2%). Espera-se que, em 2028, a taxa de penetração da internet atinja 81,1% e a dos *smartphones* 90,5%.

- **62 / 64 - Digitalização** Fonte(s): IMD World Competitiveness Ranking, 2023
- **37,6 milhões - Utilizadores de internet** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **72,1 % - Taxa de penetração de internet** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **65,9 % - Taxa de penetração de smartphones** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023

(09/2024)

## 3. Indicadores de Compras Online

A Colômbia representa um mercado *e-commerce* em desenvolvimento e de elevado potencial. Os indicadores refletem a expectativa de crescimento, com o aumento das receitas globais e do gasto médio por comprador (porém, este último, sem ultrapassar o valor alcançado em contexto pandémico). Prevê-se que a percentagem de consumidores *online* deverá atingir os 62,4% em 2028, acima da média mundial (47,4%) e de Portugal (38,5%), mas inferior à média da América do Sul (68,1%).

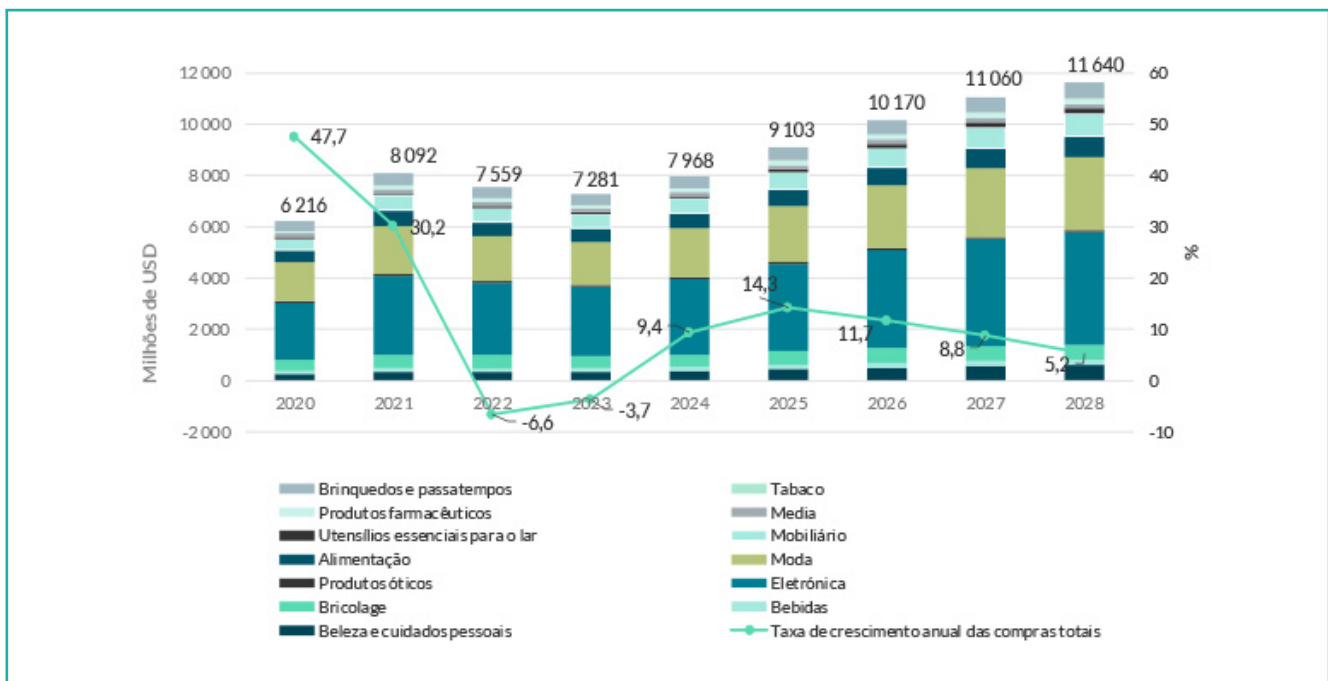
- **19,7 milhões - Compradores online** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **52,5 % - Compradores online no total da população** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023

(09/2024)



### 3.1. Compras em e-Commerce

As compras *online* dos colombianos deverão continuar a crescer, mas a um ritmo menos acelerado a partir de 2025. Comparativamente, o crescimento médio anual de 2024-2028 (9,9%), deverá ser superior em 3,5 pp ao registado no período 2020-2024. De 2024 a 2028 perspetiva-se que seja a categoria Beleza e cuidados pessoais a registar o maior crescimento médio anual (12,1%). Por outro lado, a compra *online* de Produtos óticos registará o menor crescimento médio anual (0,9%).



Fonte(s): Statista, maio 2024

(09/2024)

### 3.2. Gasto Médio por Comprador e-Commerce

Prevê-se que o gasto médio *online* dos colombianos atinja os 374 USD em 2024, devendo verificar um crescimento médio anual de 3,5% até 2028. Trata-se de um valor consideravelmente inferior às previsões de consumo para a China (1 553 USD), à média mundial (1 620 USD) e às previsões para Portugal (1 684 USD), no mesmo ano. Naturalmente, a distribuição do valor por categoria de produtos difere conforme o e-mercado em causa.



# AICEP

Agência para o Investimento  
e Comércio Externo de Portugal

## Perfil de Mercado E-commerce



Fonte(s): Statista, maio 2024

(09/2024)

### 4. Perfil do Consumidor e-Commerce

Os e-consumidores colombianos utilizam o *smartphone* (45,5%) e o computador (54,5%) para fazer compras *online*. Concentram-se, principalmente, entre os 18 e os 44 anos (77,0%) e nos dos escalões de rendimento médio e alto (68,0%). As mulheres compram ligeiramente menos do que os homens (49,0% vs 51,0%).

Além disso, o consumidor colombiano:

- Gosta de *marketplaces* e valoriza a diversidade da oferta
- Planeia e informa-se antes de efetuar compras *online*, através dos motores de busca, redes sociais e das *reviews* de produtos ou serviços
- Aprecia o contacto físico com os produtos e valoriza as experiências omnicanal
- Ainda é bastante influenciável pelos meios de marketing tradicional (sobretudo a televisão)
- Está completamente adaptado ao *click & collect* e este é o seu método preferido para receber compras digitais
- Prefere envios rápidos e seguros, estando disposto a pagar mais por isso
- Utiliza as redes sociais e em especial o WhatsApp para realizar compras (*social commerce*) e para contactar diretamente com as empresas
- Está mais predisposto ao consumo *online* em épocas como o Natal, Black Friday e Cyber Monday

Fonte(s): Statista, ICEX, EcommerceDB, DataReporta

(09/2024)



## 5. Logística e Distribuição

As infraestruturas e os serviços de logística da Colômbia caracterizam-se por:

- Apresentarem um desempenho logístico satisfatório e em progresso
- Beneficiarem de serviços postais razoáveis, sobretudo ao nível da confiabilidade, alcance e resiliência
- Terem como principais operadores logísticos para o *e-commerce* a Coordinadora (29%), Servientrega (23%), Envía (10%), Inter Rapidísimo (6%), TCC, DHL e Deprisa
- **66 / 139 - Desempenho Logístico Internacional** Fonte(s): World Bank, 2023. Dados referentes a 2022
- **55 / 172 - Desenvolvimento Postal** Fonte(s): Universal Postal Union, 2023. Dados referentes a 2022

(09/2024)

## 6. Marketplaces e Retalhistas Online

Principais *marketplaces* e retalhistas de *e-commerce* em termos de vendas líquidas (2023):

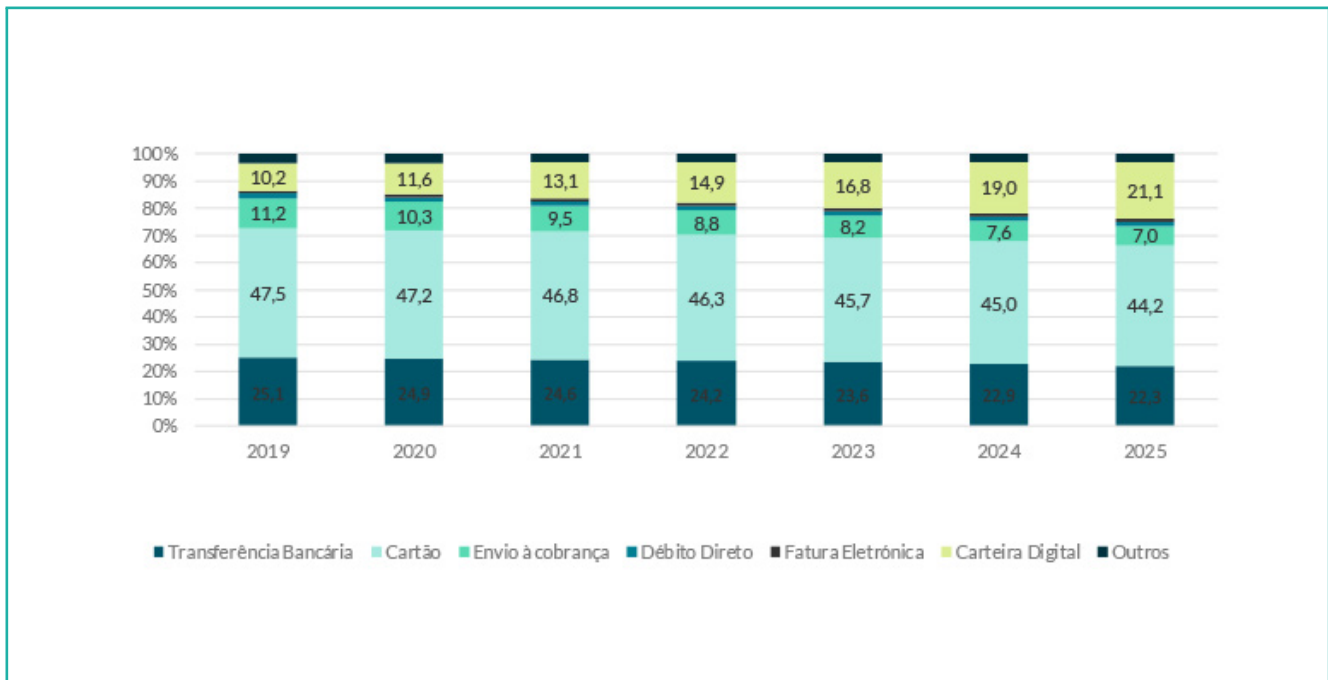
- Os cinco primeiros são: alkosto.com (140 milhões de USD), exito.com (139 milhões de USD), amazon.com (85 milhões de USD), homecenter.com.co (83 milhões) e falabella.com.co (72 milhões)
- Os cinco principais *players* representam, em conjunto, 39% do total de receitas no país dos 100 maiores *marketplaces* e retalhistas *online*
- Dos vinte principais *players*, um dos que mais cresceu (2022-2023) foi a shein.com (40,2%)

Fonte(s): EcommerceDB

(09/2024)



## 7. Meios de Pagamento



Fonte(s): Statista, junho 2022

- Os pagamentos através de Cartão são predominantes, seguidos pela Transferência Bancária, sendo que ambos os métodos revelam uma tendência de decrescimento
- O Envio à Cobrança tem caído em desuso, passando de representar 11,2 % em 2019, para, prevê-se, 7% em 2025
- Os consumidores confiam cada vez mais nas carteiras digitais e estas poderão vir a ser utilizadas em mais de um quinto dos pagamentos em 2025
- Outros métodos de pagamento utilizados localmente incluem: Paypal, Nequi, MercadoPago, ePayco, Wompi, PayZen e ADDI (um *Buy Now, Pay Later*)

Fonte(s): ICEX, Tiendanube

(09/2024)

## 8. Quadro Legal e Regulamentar

### 8.1. Introdução

O comércio internacional *online B2C* acarreta algumas dificuldades extra, para além das já complexas regras do comércio internacional que se aplicam/usam em qualquer negócio *B2B* o (*INCOTERMS*), formalidades alfandegárias, regulamentação dos produtos, etc).

Devido ao relacionamento direto com o consumidor final, é aconselhável conhecer as regras (caso existam) que protegem o consumidor e regulam as vendas à distância do mercado de destino (algumas podem ter natureza imperativa, como, por exemplo, as relativas à privacidade e proteção de dados).



(12/2025)

## 8.2. E-Commerce na Colômbia

Quem vende à distância *B2C* para um país terceiro ou crie uma loja *online* nesse mesmo mercado deve acautelar-se e procurar conhecer o respetivo enquadramento legal.

A nível nacional, de acordo com a *Global Cyberlaw Tracker* da UNCTAD (*The case of Colombia*), o comércio eletrónico na Colômbia encontra-se devidamente regulado ao nível da proteção do consumidor, cibercrime, transações eletrónicas, privacidade e proteção de dados.

(12/2025)

## 8.3. Normas e-commerce

Na Colômbia, em termos do comércio eletrónico, são de particular importância as leis do *Estatuto do Consumidor*, da *Proteção de Dados Pessoais* e o *Decreto Único Regulamentar do Setor do Comércio, Indústria e Turismo*, que regula as vendas à distância, a assinatura eletrónica e o reembolso do pagamento solicitado pelo consumidor em caso de não receção ou defeito do produto.

Existem, no entanto, outros diplomas que podem ser consultados no *site* do *Observatorio eCommerce* do *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC)*, que também disponibiliza um conjunto de FAQs sobre o comércio eletrónico intitulado "*ABC del e-Commerce*".

Por outro lado, o Governo da Colômbia, através da *Superintendencia da Industria y Comercio (SIC)*, disponibiliza alguma informação sobre compras *online*, designadamente um *Guía* sobre a proteção dos consumidores no comércio eletrónico, lançado em 2022, com os direitos e deveres dos consumidores.

A implementação de uma Loja *Online* na Colômbia obriga, desde logo, à semelhança da vertente física, ao cumprimento de certas obrigações, como o registo junto das autoridades locais para cumprimento das necessárias obrigações administrativas.

Em termos da própria plataforma de vendas *online*, deverá ser assegurado o cumprimento de um conjunto de obrigações, como a disponibilização aos clientes de informações sobre a entidade vendedora, política comercial e produtos.

Fontes de informação disponíveis na *Internet*:

- *La guía definitiva para crear una tienda online exitosa en Colombia (2025, Cangrejo Digital)*
- *Guía para crear tu tienda online en Colombia (2024, Marketing4eCommerce)*

(12/2025)

## 8.4. Entidades responsáveis

As entidades públicas que mais se destacam no âmbito do comércio *online* e matérias relacionadas são a *Superintendencia da Industria y Comercio*, que, entre outras matérias, tutela a proteção do consumidor e dos dados pessoais, e o *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones* com o seu *Observatório e-Commerce*.

A entidade responsável pela administração/registo do *Top Level Domain ".CO"* é o *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (IANA ccTLD database)*, que em 2025 contratou o *Consortio Equipo PuntoCo* para a operacionalização do registo do domínio ".co" por 10 anos (*Dominios Restringidos*).

(12/2025)



## 8.5. Importação de produtos online

Tal como acontece no comércio *offline*, é o mercado de destino que estabelece as formalidades e os direitos aduaneiros ou outros impostos/taxas aplicadas à importação do produto.

No que se refere à Colômbia, é possível obter essa informação no *site* [Access2Markets \(A2M\)](#), selecionando o produto a exportar ([VIDEO](#)).

Nos procedimentos e formalidades, para além da documentação exigida para a importação do produto, é ainda disponibilizada informação sobre as regras colombianas de rotulagem/embalagem e o sistema de qualidade aplicado nos produtos industriais (normas técnicas ou *standards*).

Podem, no entanto, existir algumas especificidades, nomeadamente no comércio *B2C*/envios expresso, que não são referidas no *A2M*. Com efeito, nos envios expresso (*express shipments*), muito utilizados no comércio *B2C*, não são cobrados direitos aduaneiros quando o **valor FOB** da mercadoria for igual ou inferior a 200 USD por declaração aduaneira ([Global Express Association](#)).

Por outro lado, segundo o *site* da *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales*, os envios expresso por via postal ou *courrier* [devidamente autorizados](#) ([procedimento de autorização](#)), de valor FOB igual ou inferior a 2000 USD e de peso igual ou inferior a 50kg, também beneficiam de um procedimento aduaneiro específico, a *Modalidad de Tráfico Postal y Envíos Urgentes*. De acordo com este regime, aos bens abrangidos de valor superior a 200 USD é aplicada um direito aduaneiro de 10% e uma taxa de IVA de 19% ([Guía](#)). No entanto, é proibida a importação das mercadorias referidas no [artigo 15.º](#) do *Acuerdo de la Unión Postal Universal*.

Aquando da receção das encomendas expresso por via postal, os compradores colombianos podem efetuar o pagamento do IVA e outros impostos por via de um [procedimento online](#) facultado pelos serviços postais nacionais.

Por sua vez, o *Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)* publicou em 2023 um [Guía](#) com orientações para a importação de medicamentos, cosméticos e produtos alimentares através da modalidade de tráfico postal e envios urgentes.

Independentemente do valor da importação ou o tipo de destinatário (*B2B* ou *B2C*) é, de referir ainda que pode haver isenção/redução de direitos aduaneiros em virtude da aplicação do [Acordo Comercial UE-Colômbia-Peru-Ecuador](#).

Para que possa ser aplicada a isenção/redução dos direitos aduaneiros é necessário que as mercadorias sejam consideradas comunitárias de acordo com as [regras de origem](#) definidas no Acordo e no desalfandegamento seja apresentada uma das seguintes provas de origem:

- Certificado de Circulação de Mercadorias EUR. 1, emitido pelas alfândegas portuguesa
- Declaração de origem na fatura, emitida por qualquer exportador nas remessas ocasionais de valor igual ou inferior a 6 000 euros ou por um Exportador Autorizado nos demais casos

O estatuto de Exportador Autorizado deve ser solicitado junto da Direção de Serviços de Tributação Aduaneira da [AT](#), através de [formulário próprio](#) enviado via *E-Balcão* no Portal das Finanças, escolhendo as opções: BREXIT | Aduaneira | Origens.

Na Colômbia, tratando-se de uma importação, para além da eventual cobrança de direitos aduaneiros pode haver lugar à liquidação do IVA, por regra, à taxa normal de **19%**, e, nalguns casos, a tributação especial sobre o consumo.

(12/2025)

## 8.6. Propriedade industrial (marca, patente e design)

O registo efetuado em Portugal apenas produz efeitos em território nacional.

É possível alargar a proteção legal a outros países através de registo internacional (procedimentos: [marcas](#); [patentes](#); [design](#)) ou efetuar o registo diretamente no mercado pretendido, junto do [organismo](#) responsável pela proteção da propriedade industrial, que no caso da Colômbia é a [Superintendencia de Industria y Comercio](#).

(12/2025)



# AICEP

Agência para o Investimento  
e Comércio Externo de Portugal

## Perfil de Mercado E-commerce

### 9. Recomendações para Exportar Online

Para exportar *online* com sucesso para a Colômbia importa:

- Ponderar a entrada no mercado através de *marketplaces* (Amazon, Mercado Livre ou Falabella)
- Criar um *website* acessível ao mercado, com página de *e-commerce* e informação disponibilizada em espanhol
- Ter uma estratégia de promoção (marketing) que inclua tanto meios digitais como meios mais tradicionais
- Utilizar o WhatsApp como ferramenta de comunicação direta e para *social commerce*
- Apostar em estratégias omnicanal, facilitando o processo de trocas/ devoluções
- Fornecer sempre a possibilidade de *click & collect* (com parceiros locais) e as opções de pagamento locais

(09/2024)