

ESTUDIO CANCES · SERPION

TIENDAS **ONLINE** EN COLOMBIA 2026

14.559 tiendas analizadas una por una: velocidad real en celular, fichas de producto, pagos, confianza, medición e inteligencia artificial.

36,8%

aprueba la velocidad real en celular

30,8%

le muestra el precio de sus productos a Google

1,8%

tiene reseñas que Google puede leer

00 RESUMEN EJECUTIVO

EL COMERCIO ELECTRÓNICO COLOMBIANO EN UNA PÁGINA

Revisamos 230.171 sitios que visitan los colombianos y confirmamos 14.559 tiendas online que venden en línea. De 10.891 revisamos además una página de producto, como la vería Google y como la vería un comprador.

36,8%

apueba Core Web Vitals en celular

30,8%

le dice a Google el precio de sus productos

1,8%

tiene reseñas que Google puede mostrar con estrellas

55,6%

tiene botón de WhatsApp

33,3%

no mide nada de lo que pasa en su tienda

16,1%

ofrece crédito con Addi o Sistecrédito

Cinco hallazgos

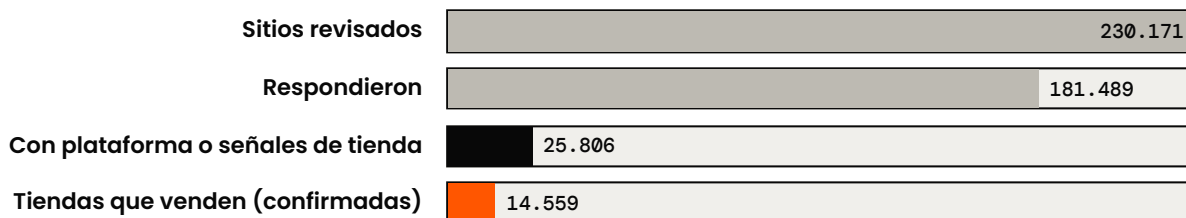
- 1** **WooCommerce domina, pero se queda atrás.** Mueve el 68,4% de las tiendas, y solo 27,3% aprueba la velocidad en celular. En Shopify aprueba 64,4% y en Tiendanube 90,1%.
- 2** **Google no ve el catálogo.** Solo 30,8% de las fichas de producto le entrega el precio a Google y 34,5% la disponibilidad. Sin eso no hay precio ni estrellas en los resultados ni en Google Shopping gratuito.
- 3** **Las reseñas casi no existen.** 1,8% tiene reseñas legibles por Google y solo 6,9% usa alguna aplicación de reseñas.
- 4** **WhatsApp sí, email no.** 55,6% tiene botón de WhatsApp, pero apenas 8,2% usa una herramienta de email marketing para recuperar carritos o volver a vender.
- 5** **Se vende sin explicar las reglas.** 22,1% no muestra términos, política de datos, PQRS ni NIT en la portada ni en la ficha de producto. El derecho de retracto aparece en 3,5%.

01 LA MUESTRA

CÓMO ENCONTRAMOS 14.559 TIENDAS

Partimos de la lista de Google con todos los sitios que visitan los usuarios de Chrome en Colombia: incluye tiendas en .com, .store o .shop, no solo en .co. Visitamos cada sitio, nos quedamos con los colombianos y confirmamos que de verdad venden: carrito, precios, botón de compra o datos de producto.

Del listado a la muestra



Se descartaron 10.076 sitios que tienen una plataforma de tienda instalada pero no venden nada, y 1.171 de gobierno y educación.

Con qué dominio venden

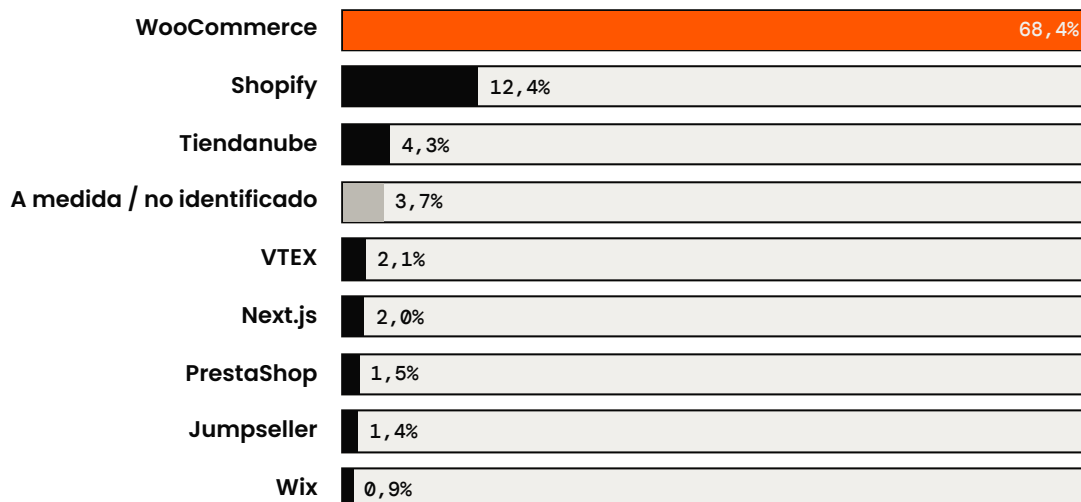
DOMINIO	TIENDAS	% DE LAS TIENDAS
.com	8.654	59,4%
.com.co	3.429	23,6%
.co	1.728	11,9%
Otros (.org, .shop, .store, .net...)	748	5,1%

El 59,4% de las tiendas colombianas usa .com: un estudio que solo mire .co se pierde la mayoría del comercio electrónico del país.

02 PLATAFORMAS

CON QUÉ VENDEN LAS TIENDAS COLOMBIANAS

Participación por plataforma



Cada plataforma, frente a frente

PLATAFORMA	TIENDAS	APRUEBA VEL.	PRECIO P/ GOOGLE	SIN MEDICIÓN	WHATSAPP
WooCommerce	9.955	27,3%	21,8%	32,8%	55,5%
Shopify	1.810	64,4%	84,6%	40,9%	33,2%
Tiendanube	630	90,1%	99,5%	22,2%	84,8%
A medida / no identificado	534	40,9%	45,9%	27,5%	61,2%
VTEX	302	5,0%	85,7%	1,7%	53,6%
Next.js	288	26,4%	66,7%	67,7%	81,6%
PrestaShop	212	43,9%	—	34,4%	74,1%
Jumpseller	206	66,2%	—	17,0%	92,7%
Wix	133	63,2%	—	72,9%	45,9%
Magento	126	26,1%	14,0%	6,3%	60,3%

— : menos de 30 fichas de producto revisadas en esa plataforma.

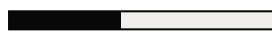
03 VELOCIDAD

MENOS DE 4 DE CADA 10 TIENDAS CARGAN BIEN EN CELULAR

Datos reales de usuarios de Chrome en su celular (últimos 28 días). Para aprobar hay que pasar las tres métricas de Google a la vez. La que más falla es la carga del contenido principal: fotos pesadas y temas recargados.

LCP ≤ 2,5 s

41,8%



Carga del contenido principal

INP ≤ 200 ms

84,6%



Respuesta al tocar

CLS ≤ 0,1

89,1%



Estabilidad visual

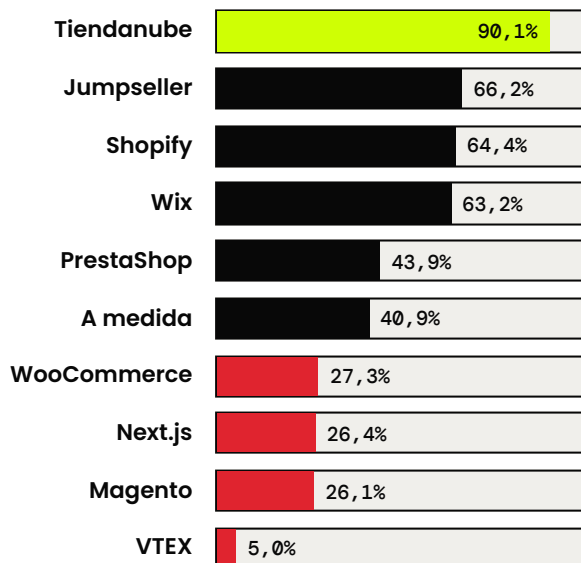
LAS TRES

36,8%



Aprueba Core Web Vitals

Aprueban, según la plataforma



LA PLATAFORMA DECIDE

90 vs 5

Tiendanube (90,1%) y Shopify (64,4%) vienen optimizadas de fábrica.

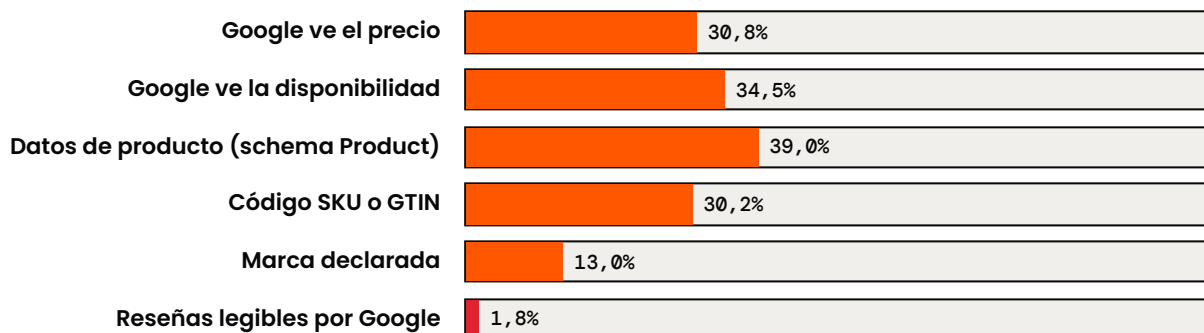
En WooCommerce (27,3%) y VTEX (5,0%) la velocidad depende del trabajo de optimización que haga cada tienda.

04 FICHA DE PRODUCTO

GOOGLE NO VE LA MITAD DEL CATÁLOGO

Revisamos una página de producto de 10.891 tiendas. Los datos estructurados (precio, disponibilidad, reseñas) son los que permiten que un producto salga en Google con precio y estrellas, y en las fichas gratuitas de Google Shopping.

Lo que Google puede leer de la ficha



Lo que ve el comprador



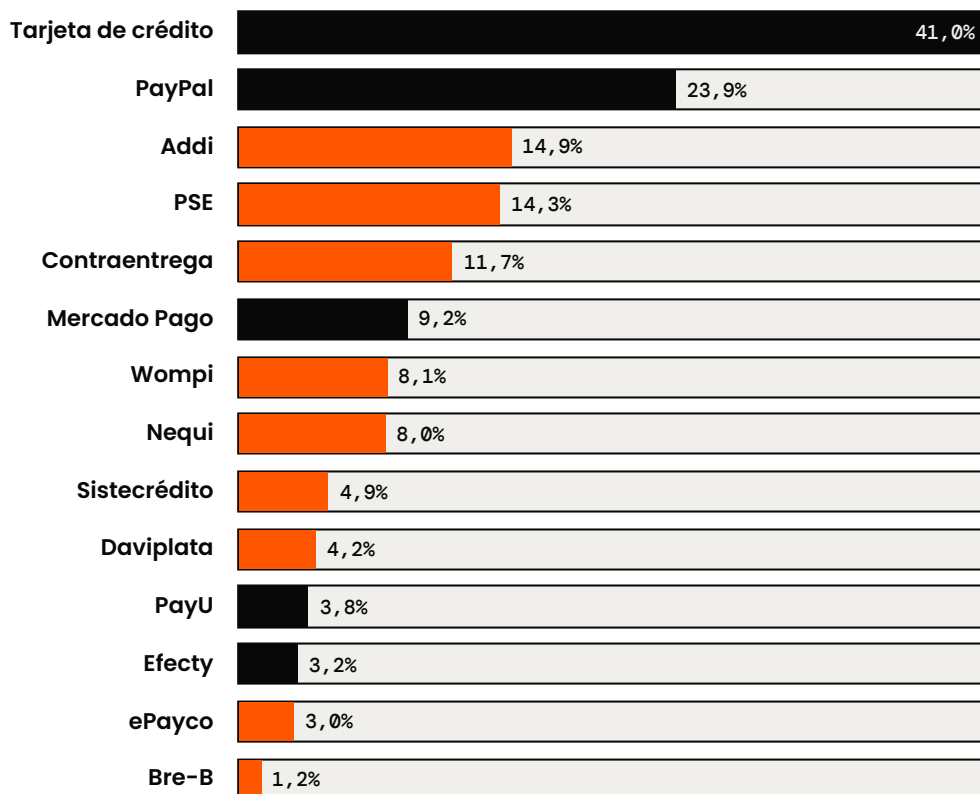
Además: 50,6% de las fichas no tiene meta descripción y 30,0% no tiene un H1 único. Mediana de 19 imágenes por ficha, con 23,1% sin texto alternativo. Cuando la moneda está declarada, en el 90,4% de los casos es COP.

05 PAGOS Y ENVÍO

CÓMO SE PAGA Y CÓMO SE PROMETE LA ENTREGA

Medios de pago que la tienda muestra en la portada o en la ficha de producto. La pasarela que aparece solo en el checkout puede no verse aquí, así que estas cifras son un piso.

Medios de pago visibles



En naranja, medios locales de Colombia.

16,1%

ofrece crédito inmediato (Addi o Sistecrédito)

17,0%

muestra PSE, Nequi o Daviplata

11,7%

ofrece pago contraentrega

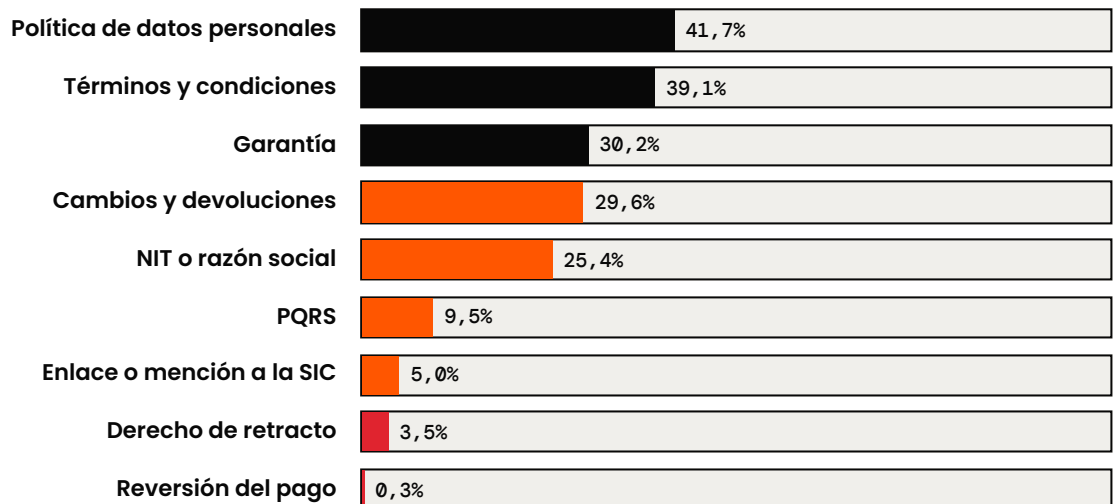
Envío: 24,1% promete envío gratis, 19,7% dice que despacha a todo el país y solo 6,7% dice cuánto tarda en llegar el pedido.

06 CONFIANZA Y CONSUMIDOR

SE VENDE SIN MOSTRAR LAS REGLAS DEL JUEGO

Buscamos en la portada y en la ficha de producto los textos y enlaces que el comprador colombiano espera ver antes de pagar. No es una revisión legal: muchas tiendas tienen estas páginas, pero no las enlazan donde se decide la compra.

Tiendas que lo muestran



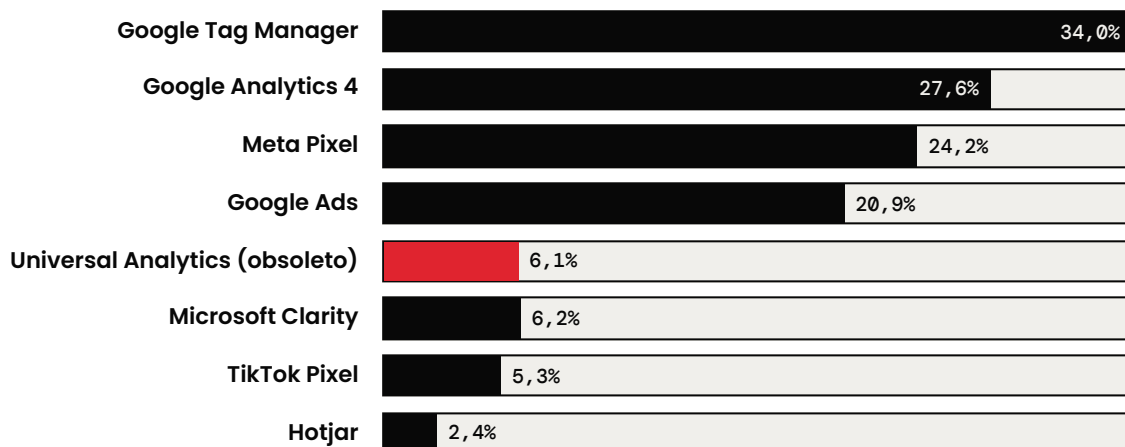
22,1%

de las tiendas no muestra ninguna de estas señales en la portada ni en la ficha de producto. Mostrar NIT, garantía, cambios y canales de PQRS es de lo más barato que una tienda puede hacer para subir la confianza y la conversión.

07 MEDICIÓN Y RETENCIÓN

SE PAUTA SIN MEDIR Y SE VENDE UNA SOLA VEZ

Herramientas detectadas



33,3%

no tiene ninguna herramienta de medición visible

17,9%

mide Meta y Google a la vez, base para comparar canales

8,2%

usa email marketing (Klaviyo, Mailchimp, Doppler, Perfit...)

Apps de reseñas: 6,9% (Judge.me 3,1%, reseñas de Google 2,5%). Chat en vivo: 2,4%. WhatsApp: 55,6%.

En Colombia la conversación de venta pasa por WhatsApp, pero casi nadie construye una base de clientes para volver a venderles.

08 SEO E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

LO BÁSICO Y LO QUE VIENE

34,3%

de las portadas no tiene meta descripción

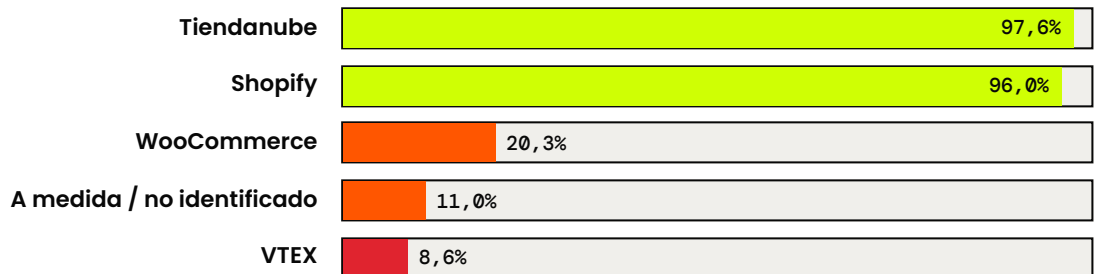
11,6%

no tiene sitemap

34,5%

ya publica llms.txt para buscadores con IA

llms.txt según la plataforma



Shopify y Tiendanube generan el llms.txt de forma automática; en WooCommerce depende de que alguien lo active.

Casi ninguna tienda bloquea a los robots de IA (1,6%): el comercio electrónico quiere aparecer en ChatGPT, Perplexity y Gemini.

09 QUÉ HACER

DIEZ PUNTOS PARA VENDER MÁS ESTA TEMPORADA

Ordenados de mayor a menor impacto. Marque los que ya cumple su tienda.

☐ **01**

Mida su velocidad real en celular y comprima fotos: la carga del contenido principal es lo que más falla.

☐ **02**

Agregue datos de producto (schema Product): con precio, moneda COP y disponibilidad en cada ficha.

☐ **03**

Active reseñas de clientes y márkelas para Google: hoy casi nadie lo hace y son estrellas en los resultados.

☐ **04**

Conecte su catálogo a Google Merchant Center: para salir gratis en Google Shopping.

☐ **05**

Instale GA4 y el píxel de Meta: y verifique que registran cada compra.

☐ **06**

Diga cuánto tarda el envío y cuánto cuesta: antes del checkout.

☐ **07**

Muestre los medios de pago locales: PSE, Nequi, contraentrega, y el crédito si lo ofrece.

☐ **08**

Enlace en el pie de página: términos, datos personales, cambios y devoluciones, garantía, PQRS y NIT.

☐ **09**

Capture correos o WhatsApp de sus compradores: y vuelva a venderles.

☐ **10**

Escriba una meta descripción y un H1 únicos: para cada producto y categoría.

10 METODOLOGÍA

CÓMO SE HIZO

Universo. Todos los sitios que visitan los usuarios de Chrome en Colombia (Chrome UX Report por país, septiembre de 2026), más los dominios colombianos del top mundial y sitios grandes agregados a mano. Se excluyen sitios de otros países y marcas globales.

Tienda confirmada. Plataforma de comercio electrónico o señales de tienda en la portada, y además evidencia de venta: carrito, precios, botón de compra o datos de producto. Se excluyen gobierno, educación y fuerzas militares.

Ficha de producto. Una por tienda, tomada del catálogo público, del sitemap de productos o de los enlaces de la portada.

Pagos, envío y cumplimiento. Se detectan por texto, logos y scripts visibles en la portada y la ficha. No es una revisión legal; las cifras son un piso.

Velocidad. Core Web Vitals de usuarios reales en celular, percentil 75, últimos 28 días (CrUX).

Límites. Lo que se carga solo dentro del checkout o vía Tag Manager puede no verse. Los sitios que bloquean rastreadores quedan por fuera. No se publican porcentajes de grupos con menos de 30 tiendas.

Fecha. Rastreo del 16 de octubre de 2026.

HECHO CON SERPION

¿CÓMO ESTÁ SU TIENDA FRENTE A ESTAS CIFRAS?

Le hacemos el diagnóstico con Serpion: velocidad, fichas de producto, medición, Google Shopping y visibilidad en IA.

WhatsApp +57 305 737 5870

cances.co/agendar

Sobre Cances. Cances SAS (NIT 901035107-9) es una agencia de marketing digital, web e inteligencia artificial con sede en Bogotá, activa desde 2016. Serpion es su plataforma de inteligencia SEO y de visibilidad en buscadores con IA para comercio electrónico en Latinoamérica. Premio Interlat 2021 • Mención Especial eCommerce Day Colombia 2026.