



**airred**

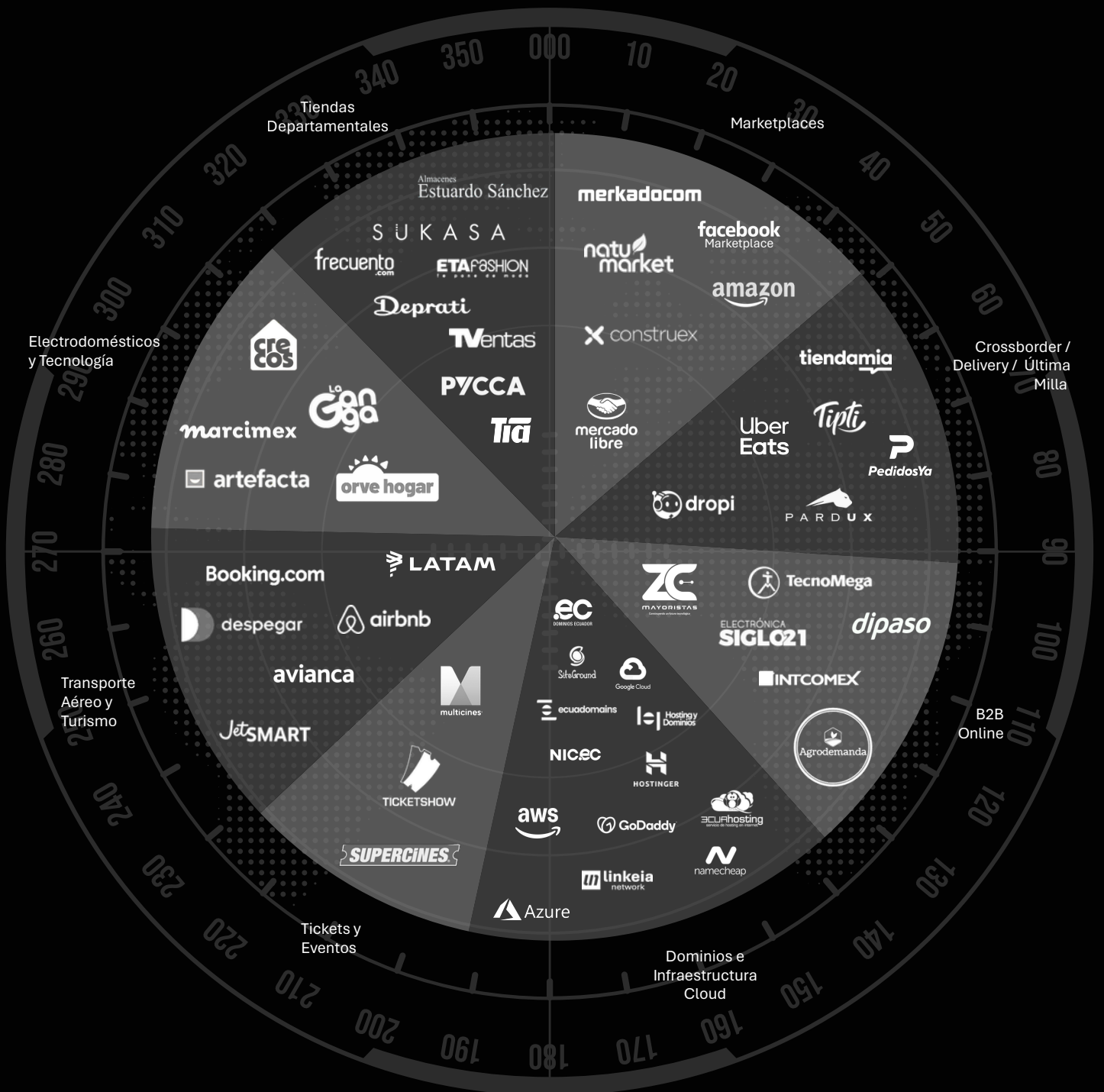


**RADAR**  
**ECOMMERCE**  
**2026**

La Radiografía  
del Nuevo ADN  
Comercial



El nuevo Radar Ecommerce 2026 de ENRED presenta una radiografía actualizada de las empresas, plataformas y servicios que hoy sostienen la economía transaccional del país. Más allá de las ventas online, el ecommerce ecuatoriano evolucionó hacia un ecosistema integrado donde pagos digitales, logística inteligente, marketplaces, infraestructura tecnológica y experiencias omnicanal operan como una sola cadena de valor.



## El Despertar del Ecosistema Digital

Ecuador finalmente dejó atrás la etapa experimental del comercio electrónico. La interoperabilidad financiera, la expansión de las billeteras digitales y la consolidación de los pagos en tiempo real permitieron que comprar, pagar, reservar servicios o solicitar delivery desde el celular sea parte natural de la vida cotidiana. Con una penetración de smartphones cercana al 80%, el móvil se convirtió en el principal punto de conexión entre los ciudadanos y la economía digital formal.

La transformación más importante no es únicamente tecnológica, sino cultural. El consumidor ecuatoriano perdió el miedo a las transacciones online y comenzó a priorizar velocidad, conveniencia, disponibilidad y experiencia de usuario. Esto obligó a las empresas a evolucionar rápidamente hacia modelos más ágiles, automatizados y centrados en datos.

En conversación con ENRED, Leonardo Ottati, Presidente de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE), asegura que el mercado ya alcanzó una etapa de consolidación operativa. La meta proyectada para 2025 de USD \$6.000 millones fue ampliamente superada y el comercio electrónico ecuatoriano cerró el año por encima de los USD \$7.000 millones.

Según Ottati, “la adopción digital del lado de la demanda ha sido extraordinaria. No existirían estos volúmenes sin una experiencia de usuario sólida y consistente”. Sin embargo, el gran desafío ahora ya no es el consumidor, sino la velocidad con la que las empresas logren digitalizar su oferta y modernizar sus procesos internos.

### Retail Omnicanal: La Transformación del Consumo Digital

Dentro del nuevo radar, el retail continúa ocupando una posición dominante, aunque con operaciones mucho más sofisticadas que hace apenas algunos años. Marcas como De Prati, ETAFASHION, Sukasa, Pycca, Estuardo Sánchez, Tventas, Tía y Frecuento.com representan la evolución del comercio tradicional hacia esquemas omnicanal donde ecommerce, crédito digital, apps móviles y experiencia personalizada conviven dentro de un mismo ecosistema.

En la categoría de electrodomésticos y tecnología, empresas como Marcimex, Artefacta, Créditos Económicos, La Ganga y Orve Hogar consolidaron modelos donde la experiencia digital ya no es opcional. El consumidor espera financiamiento inmediato, entregas rápidas, seguimiento en tiempo real y procesos completamente digitalizados.

### La Era de los Marketplaces

Uno de los cambios más visibles del Radar Ecommerce 2026 es el protagonismo de los marketplaces. Estas plataformas dejaron de ser simples vitrinas digitales para convertirse en verdaderos centros de transacción y distribución. Mercado Libre mantiene el liderazgo regional gracias a su capacidad logística y volumen de tráfico, mientras que Amazon continúa siendo el gran referente internacional en experiencia de usuario y catálogo global.

Al mismo tiempo, plataformas como Facebook Marketplace, Tiendamia, Merkadocom, Construx y Natu Market reflejan cómo el mercado ecuatoriano comenzó a especializarse. Ya no existe un único modelo de ecommerce; hoy conviven marketplaces masivos, plataformas de nicho, comercio social y operaciones cross-border orientadas a diferentes perfiles de consumidores.

## **La Logística y la Última Milla, la nueva batalla por la experiencia**

El crecimiento de la logística y última milla también ocupa un espacio central dentro del nuevo radar. Empresas como Uber Eats, Tipti, PedidosYa, Dropi y Pardux representan una nueva generación de operadores enfocados en velocidad, trazabilidad y experiencia postventa. El consumidor actual ya no evalúa únicamente el precio del producto; también mide la calidad del cumplimiento, la precisión de la entrega y la capacidad de resolver problemas en tiempo real.

La logística se transformó en uno de los factores más importantes de diferenciación competitiva. Los estándares de same day delivery y next day delivery dejaron de ser una ventaja exclusiva de gigantes globales y comenzaron a integrarse en las expectativas normales del mercado ecuatoriano.

## **La Industria que enseñó a Comprar Online**

Otro sector que mantiene una posición estratégica es el turismo y transporte aéreo. Las aerolíneas y plataformas de viajes continúan siendo uno de los principales generadores de confianza digital dentro del país. LATAM Airlines, Avianca y JetSMART lideran las transacciones online en transporte aéreo, mientras que Booking.com, Airbnb y Despegar dominan el segmento de reservas y hospedaje. La importancia de esta categoría va mucho más allá del volumen económico. Fue precisamente la compra de vuelos, hoteles y viajes lo que ayudó a romper la barrera psicológica del ecommerce en Ecuador, demostrando que el consumidor estaba dispuesto a realizar transacciones de alto valor de manera completamente digital.

## **El auge del comercio B2B Digital**

Sin embargo, uno de los fenómenos más relevantes del nuevo radar ocurre lejos del consumidor final. El comercio B2B vive actualmente uno de los procesos de digitalización más acelerados del país. Empresas como DIPASO, Agrodemanda, ZC Mayoristas, TecnoMega, Electrónica Siglo21 e Intcomex representan una nueva generación de plataformas enfocadas en automatizar abastecimiento, crédito empresarial y gestión de pedidos corporativos.

Este segmento, menos visible para el público general, probablemente será el motor de crecimiento más importante del ecommerce ecuatoriano durante los próximos años.

## **El Ecommerce también se construye en la nube**

La infraestructura tecnológica también ganó protagonismo dentro del ecosistema. La economía digital ecuatoriana depende cada vez más de plataformas cloud y servicios de hosting capaces de sostener operaciones críticas. AWS, Microsoft Azure, Google Cloud, Hostinger, GoDaddy, Namecheap, NIC.ec y SiteGround aparecen dentro del radar como piezas fundamentales de la nueva arquitectura digital empresarial.

La transformación digital dejó de ser únicamente una conversación sobre ventas online. Hoy implica disponibilidad operativa, escalabilidad, ciberseguridad, automatización y administración inteligente de datos.

## PayTech y Billeteras Digitales: El Corazón de la Economía Transaccional

El ecosistema fintech también continúa evolucionando rápidamente. Pasarelas como Kushki, Nuvei, PlaceToPay y Pagomedios se consolidan como habilitadores clave de la economía digital, mientras que billeteras como Deuna!, PayPhone, PeiGo y BIMO continúan ampliando la inclusión financiera y acelerando la adopción de pagos instantáneos.

En 2026, el pago ya no representa simplemente el cierre de una compra; se convirtió en una herramienta estratégica para mejorar conversión, fidelización y experiencia del usuario.

## Y sobre la IA en el Ecommerce

A medida que el ecosistema madura, la conversación comienza a girar hacia la inteligencia artificial y la cultura de datos. La próxima ventaja competitiva no dependerá únicamente de vender online, sino de la capacidad de las empresas para estructurar información, automatizar procesos, personalizar experiencias y optimizar decisiones en tiempo real.

La IA tendrá un impacto directo en logística predictiva, pricing dinámico, automatización comercial, atención al cliente y análisis de comportamiento. Pero el mercado ya entendió algo fundamental: la inteligencia artificial no funciona sin datos organizados ni cultura digital interna.

*El nuevo **RADAR ECOMMERCE ECUADOR 2026** confirma que el país ingresó oficialmente a una etapa de madurez digital. El ecommerce ecuatoriano ya no se define solamente por tiendas online, sino por una red integrada de marketplaces, fintechs, logística, cloud, automatización y plataformas especializadas que operan sobre una economía cada vez más conectada.*

*Las empresas que liderarán los próximos años serán aquellas capaces de integrar pagos ágiles, automatización, infraestructura escalable, inteligencia de datos y experiencia omnicanal dentro de una misma estrategia operativa.*

*En 2026, la confianza sigue siendo la moneda más importante del ecosistema digital ecuatoriano. Pero esa confianza ya no se construye únicamente con marketing: se construye con velocidad, cumplimiento, tecnología y experiencia.*

**AUTOR: CARLOS VITERI**  
**ESPECIALISTA DE COMERCIO ELECTRÓNICO**  
[www.carlosviteri.com](http://www.carlosviteri.com)

**EDITOR: FRANCISCO CÓRDOVA**  
**REVISTA ENRED**