

Destacados



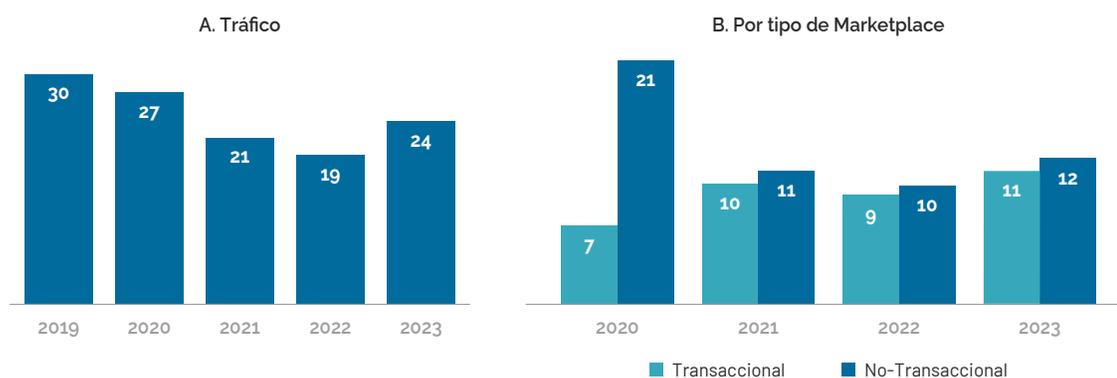
1. Tráfico de Visitas en Marketplace

El tráfico en marketplaces ascendió a 23,5 millones de visitas en 2023, un aumento del 23 por ciento respecto al año anterior (Figura 1.A). El aumento fue prácticamente el mismo en términos porcentuales tanto en sitios transaccionales como no transaccionales en alrededor de 23 por ciento interanual de crecimiento (Figura 1.B). La mayor parte de la actividad de los marketplaces en Guatemala sigue concentrada en los mercados globales, que representan alrededor del 65 por ciento del tráfico total.

El impacto de Guatemala en el tráfico regional general es menor y representa una contribución del 0,1 por ciento (Figura 3). En 2023, el porcentaje de visitas transfronterizas a sitios dirigidos al país como porcentaje del total de visitas fue del 18,2 por ciento (Figura 2).

Figura 1

Evolución del tráfico en Marketplaces, Guatemala, 2019-2023
(millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 2

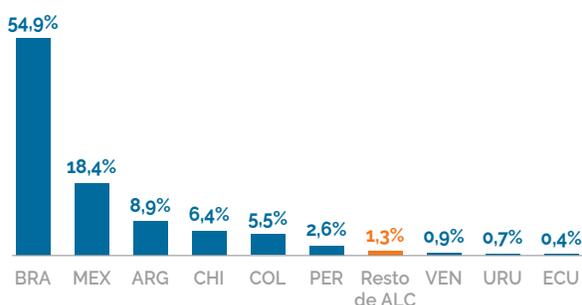
Distribución del tráfico de sitios web por origen del tráfico de visitantes, Guatemala, 2019-2023 (millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 3

Distribución del tráfico en Marketplaces entre países, ALC, 2023



Fuente: LACME.

2. Panorama del Sector

En 2023, había 37 marketplaces B2C activos de bienes en Guatemala. Los 10 más visitados concentraron el 90,1 por ciento del tráfico total (Tabla 1). eBay fue el mercado más popular, con el 37,8 por ciento del tráfico total, seguido de Mercado Libre, con el 11,9 por ciento. El tráfico desde Guatemala a mercados globales extranjeros ascendió a 57,3 millones, un 2,8 por ciento más que en 2022. El sitio global más visitado fue Amazon, con un 44,7 por ciento del tráfico total en los mercados globales (Figura 5.B).

Los mercados de más rápido crecimiento en 2023 fueron Anuto.net, un sitio de anuncios clasificados en tiempo real de alcance global; Clasificados.com, igualmente un sitio de anuncios generales; Pedidos Ya, Marketplace de alcance global orientado preferentemente al delivery de comidas a domicilio, aunque en los últimos años se ha ampliado a otros tipos de servicios; Clasificadoscrd y Cladoo, ambos sitios de anuncios clasificados.

Tabla 1

Marketplaces líderes en Guatemala, 2023

Marketplace	Tráfico (mill. visitas)	Tráfico total (%)	Crecimiento anual (%)
eBay	8,9	37,8	15,7
Mercado Libre Classifieds	2,8	11,9	32,6
Evisos	3	11,0	36,8
Wanuncios	1,9	8,1	37,4
PedidosYa	2	7,1	153,6
Anuncios	1	5,2	48,5
Locanto	1,0	4,1	54,4
Tuugo	0	1,7	-28,0
Desertcart	0	1,7	90,5
CarroCarros	0	1,5	99,1
Top-10	21,2	90,1	27,7

Fuente: LACME.

Tabla 2

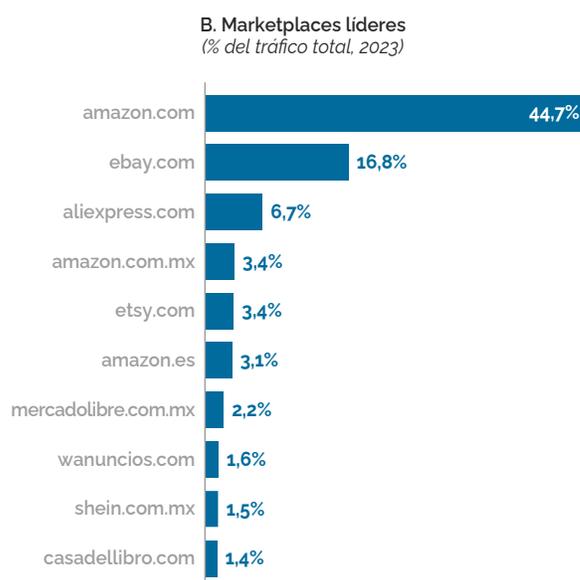
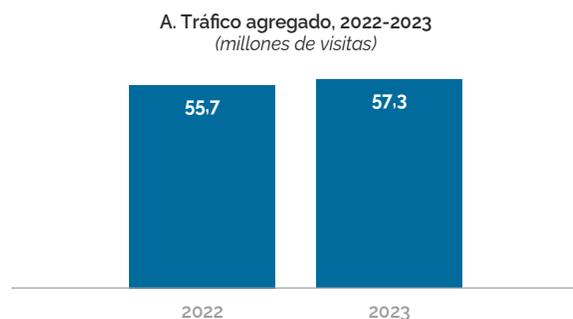
Indicadores seleccionados del entorno del comercio electrónico, Guatemala, 2020-2023

Indicador	2020	2021	2022	2023
Abonados activos a banda ancha móvil (por 100 hab.)	17,1	17,0	17,0	-
Población que utiliza Internet (%)	47,5	50,8	54,4	-
Comercio electrónico transfronterizo (% de ventas en línea)	-	10,0	16,0	-
Titulares con Tarjeta de Crédito (% de adultos)	-	-	-	-
Índice de restricción del comercio digital	0,210	0,210	0,210	0,215
Índice Integrado de Desarrollo Postal	-	-	0,4	-

Fuente: OCDE, CEPAL, Banco Mundial, Ebanx, UPU, Proyecto DTI, ITU.

Figura 5

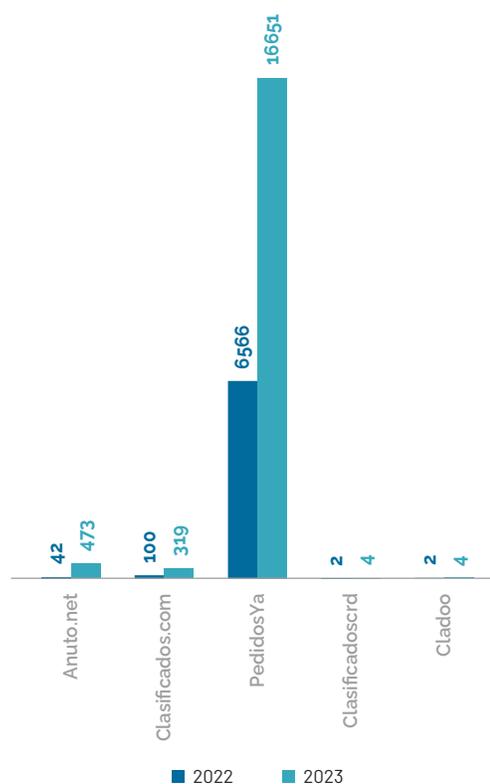
Tráfico desde Guatemala en mercados globales extranjeros que realizan envíos a Guatemala, 2022-2023



Fuente: LACME.

Figura 4

Tráfico en los Marketplace de más rápido crecimiento en Guatemala, 2022-2023 (miles de visitas)



Nota: Los marketplaces están ordenados en orden decreciente de tasas porcentuales de crecimiento anual.
Fuente: LACME.

3. Índice de integración comercial digital regional

Al analizar las políticas relevantes para la integración del comercio digital, el Índice Regional de Integración Comercial Digital (RDTII) muestra el desempeño de Guatemala en comparación con otros países de ALC. El análisis integra las puntuaciones de 12 pilares utilizando un método de promedio simple, donde cada pilar del DTII es el promedio ponderado de las puntuaciones a nivel de indicador. Las puntuaciones de los indicadores varían de "0" a "1" (donde 0 indica un mejor índice de integración) y se basan en un examen de las políticas y reglamentaciones existentes, incluidas las relativas a bienes de TIC, bienes intermedios e insumos; servicios de entrega digitales; inversión extranjera en sectores relevantes para el comercio digital; y uso de datos personales. El marco cubre dos componentes de las políticas comerciales digitales, a saber, restricciones y políticas habilitantes.

Figura 6

RDTI – puntajes de pilares, Guatemala y ALC

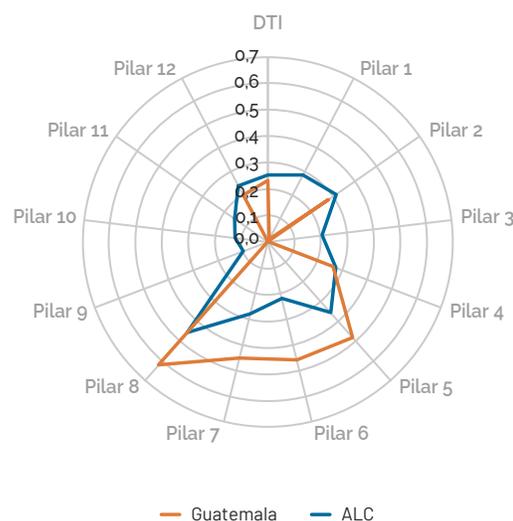


Tabla 3

RDTI – puntuaciones de los pilares

	ALC	Guatemala
índice DTI	0,25	0,23
Pilar 1: Aranceles y defensa comercial	0,29	0,01
Pilar 2: Contratación pública	0,32	0,28
Pilar 3: Inversión Extranjera Directa	0,21	0,00
Pilar 4: Derechos de propiedad intelectual (DPI)	0,28	0,26
Pilar 5: Infraestructura de telecomunicaciones y competencia	0,36	0,49
Pilar 6: Políticas de datos transfronterizas	0,22	0,46
Pilar 7: Políticas de datos nacionales	0,28	0,45
Pilar 8: Responsabilidad del intermediario	0,46	0,63
Pilar 9: Acceso al contenido	0,10	0,00
Pilar 10: Restricciones comerciales cuantitativas	0,13	0,00
Pilar 11: Normas técnicas	0,15	0,00
Pilar 12: Ventas y transacciones en línea	0,24	0,20

Fuente: Proyecto de Integración del Comercio Digital.

Acerca del Explorador de Marketplace de ALC

El **Explorador de Marketplace de América Latina y el Caribe** mapea y monitorea la actividad del comercio electrónico minorista de Marketplace en toda la región. Cubre el tráfico de visitantes y otras características principales de casi 900 Marketplaces, y más de 2900 sitios web de Marketplace. Fue desarrollado por el equipo de ecomConnect en el Centro de Comercio Internacional (CCI), la Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe (CEPAL-ONU) y la Center for Market Insights de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Amsterdam, con el apoyo del Forum for East Cooperación Asia-América Latina (FOCALAE).

Aprende más y explora los datos en:

[The Latin America and the Caribbean Marketplace Explorer \(LACME\).](#)

Recursos adicionales

Guatemala

- [Comercio electrónico para todos los países Perfil](#)
- [Guía comercial de países de la Administración de Comercio Internacional de EE. UU.](#)
- [Perfil del país del proyecto de integración del comercio digital](#)

América Latina y el Caribe

- [Agenda Digital para América Latina y el Caribe \(eLAC 2024\)](#)
- [eTrade para todas las noticias y recursos](#)
- [Perfiles de países del Centro de Comercio Internacional](#)