

Seminario Virtual sobre Medición de la Economía y Comercio Digital en Latinoamérica y el Caribe

Datos de tráfico en plataformas para medir el comercio electrónico doméstico y transfronterizo

Bernardo Díaz de Astarloa

Universidad de Buenos Aires and UN-ECLAC

10 de noviembre de 2022



Introducción: el LAC Marketplace Explorer

- Esfuerzo conjunto de recolección y análisis de datos:
 - International Trade Centre (James Howe y equipo)
 - Centre for Market Insights, Amsterdam University of Applied Sciences (Jesse Weltevreden y equipo)
 - CEPAL (Nanno Mulder, Georgina Núñez, Valeria Jordan, y equipo; Estefanía Lotitto)

- Antecedente: African Marketplace Explorer

<https://ecomconnect.org/page/african-marketplace-explorer>

Africa Marketplace Explorer



The Landscape of Business-to-Consumer Online Marketplaces for Physical Goods in Africa

Criterios y definiciones

- “Marketplace” o “plataforma”: un sitio web que **facilita el comercio** entre **múltiples compradores y vendedores**:
 - Transaccionales (Mercado Libre, Amazon)
 - No-transaccionales y clasificados (OLX)
 - No tiene en cuenta tiendas online de una sola marca o empresa (Nike.com)
- Bienes o bienes+servicios (**excluye plataformas de servicios exclusivamente**)
- Plataformas **B2C o C2C**
- Datos sobre **tráfico y características de las plataformas**:
 - Número de visitantes a nivel de URL
 - Tipos de productos ofrecidos
 - Alcance geográfico
 - País de origen de los visitantes

Criterios y definiciones

- Aspecto clave de los datos: **sólo se consideran plataformas “locales”**
- Una plataforma es “local” si tiene un “foco en el país”, i.e. apunta a un mercado específico:
 - Url o sitio específico para el país: [mercadolibre.com.ar](https://www.mercadolibre.com.ar), [amazon.com.mx](https://www.amazon.com.mx), brasil.craigslist.com
 - Subdominio específico para el país: cardealpage.com/chile, coches-usados.net/colombia
- Los sitios de plataformas globales sin un foco en un país puntual no se consideran:
 - Amazon.com
 - Aliexpress.com
 - Etsy.com
- Limitación: muchos usuarios en ALC compran de estos sitios globales
 - 53% de consumidores en Brasil eligen AliExpress como la marca en la que más confían (Statista)
 - Amazon global es el 6to. sitio más visitado en Perú (Euromonitor)

Recolección de datos

- La base de datos final es una combinación de datos privados y datos disponibles de manera gratuita
- Proceso en dos etapas:
 - 1. Mapeo e identificación de plataformas**
 - Datos del [CMI Global Marketplace Outlook](#)
 - Datos de plataformas de ALC de [insight2impact](#)
 - Inspección manual para chequear plataformas relevantes ausentes
 - 2. Datos de tráfico y características de las plataformas**
 - Datos de tráfico de [Similarweb](#): estimaciones de tráfico total a partir de datos en tiempo real de paneles de consumidores
 - Recolección manual de características de las plataformas por el [CMI](#)
 - Fecha de registro de los URLs de [simplywhois.com](#) y [domaintools.com](#)

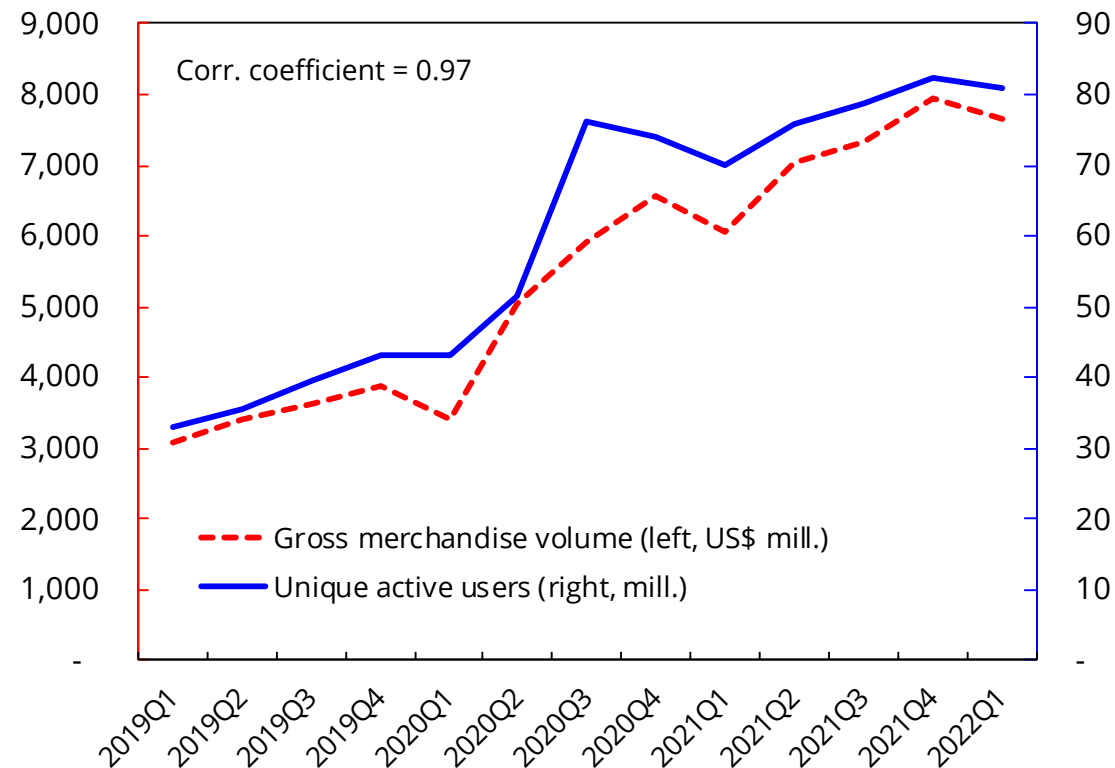
Los datos

- Datos de **893 plataformas B2C o C2C** de la región de ALC, activos a agosto de 2022
- Estas plataformas representan **2,876 sitios web (URLs)**
- Datos de tráfico diario desde **enero 2019 a diciembre de 2021**

Los datos

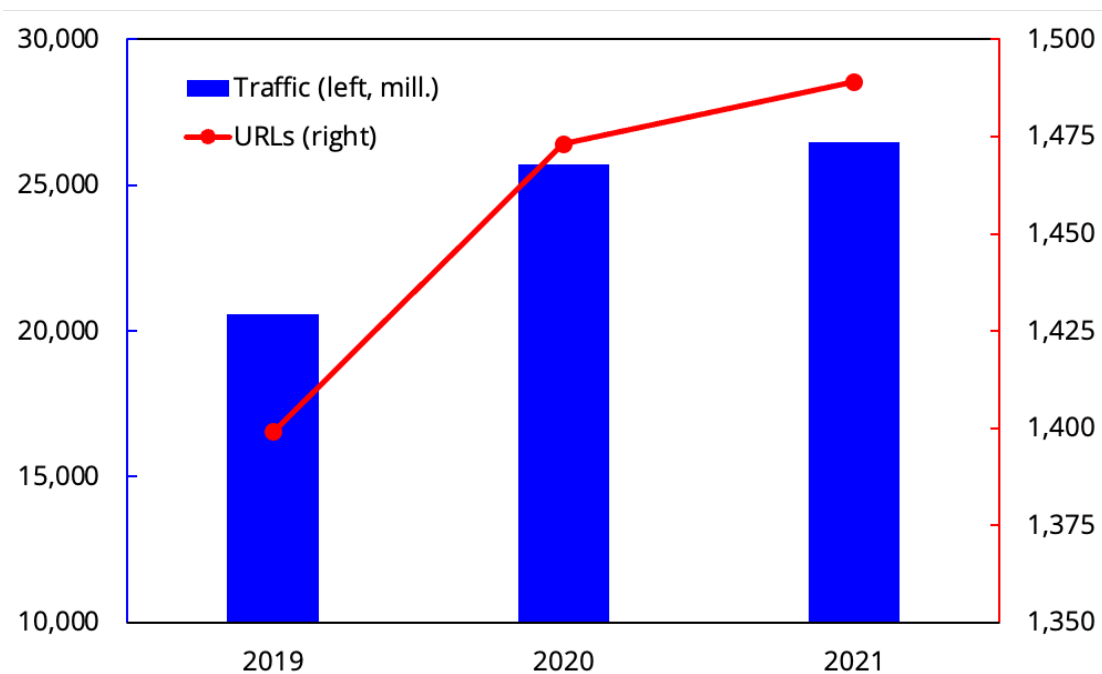
- Potencial preocupación: tráfico vs. ventas

Usuarios activos y volume bruto de ventas, Mercado Libre, 2019-Q1 – 2022-Q1



Resultados: evolución del tráfico en plataformas

Evolución del tráfico en plataformas y número de sitios web, ALC, 2019-2021

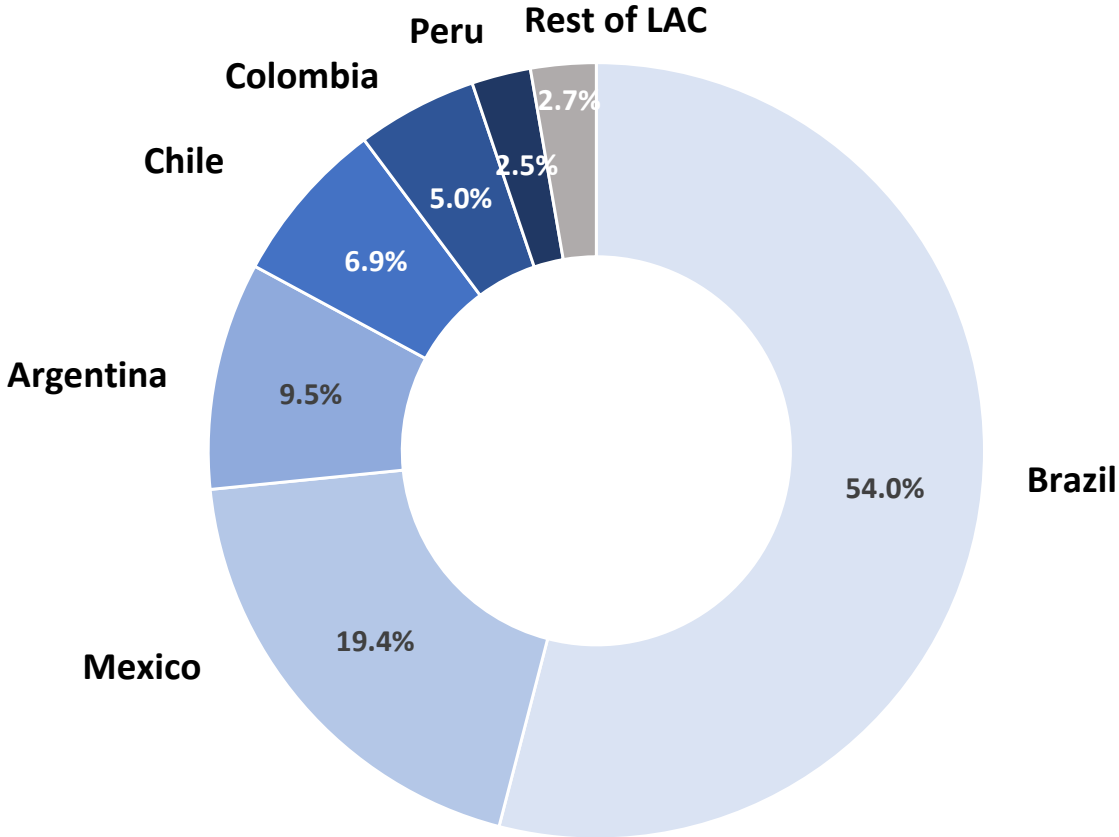


El tráfico total en ALC aumentó 25% durante 2020. El número de sitios web con tráfico positivo aumentó 6.5%.

Casi todo el aumento ocurrió **en el margen intensivo**: más tráfico en sitios existentes.

Resultados: distribución del tráfico en plataformas

Distribución del tráfico en plataformas, ALC, 2021

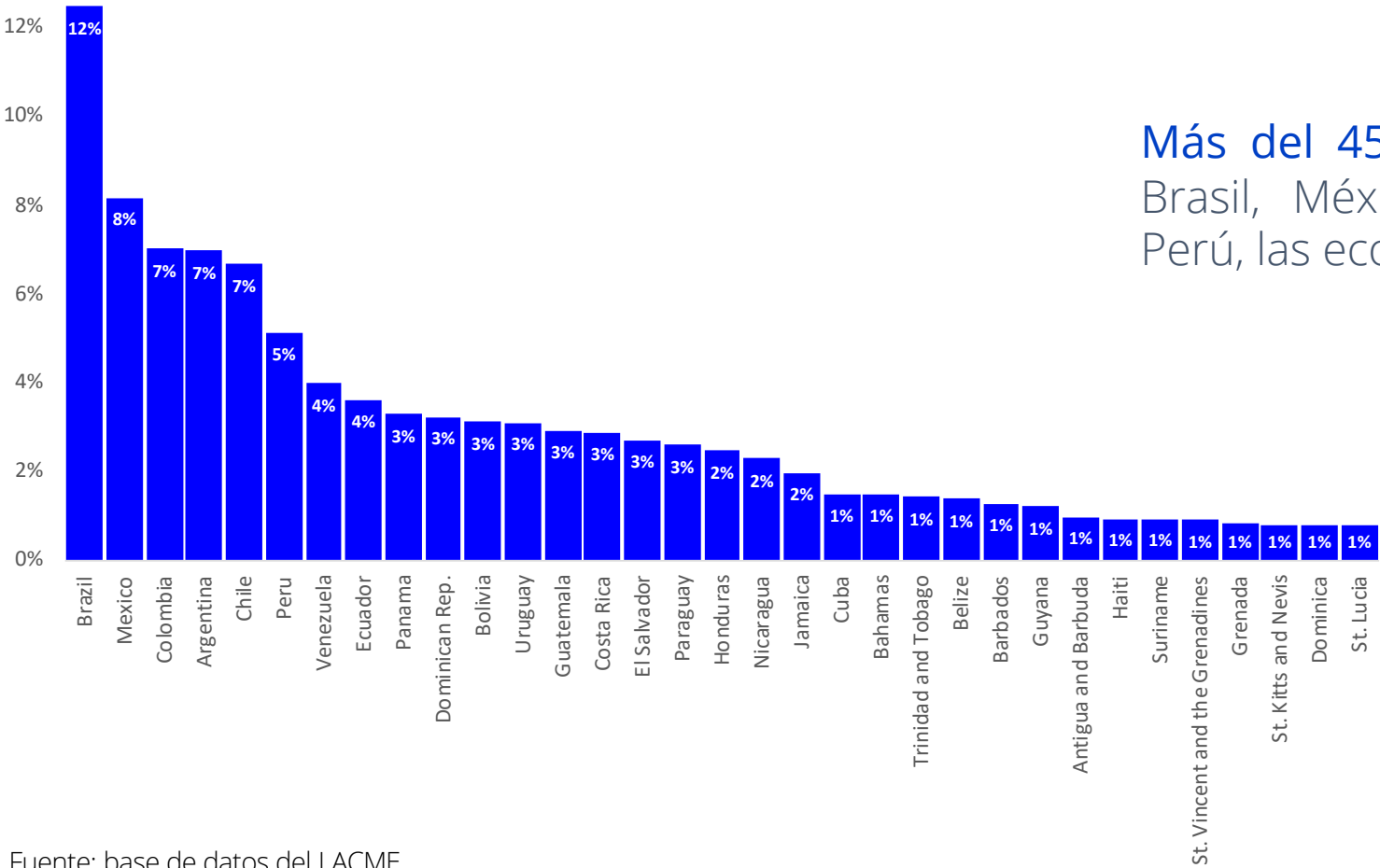


97% de todo el tráfico está concentrado en Brasil, México, Argentina, Chile, Colombia, y Perú.

Fuente: base de datos del LACME.

Resultados: distribución de sitios web por país

Distribución sitios web por país, ALC, 2022

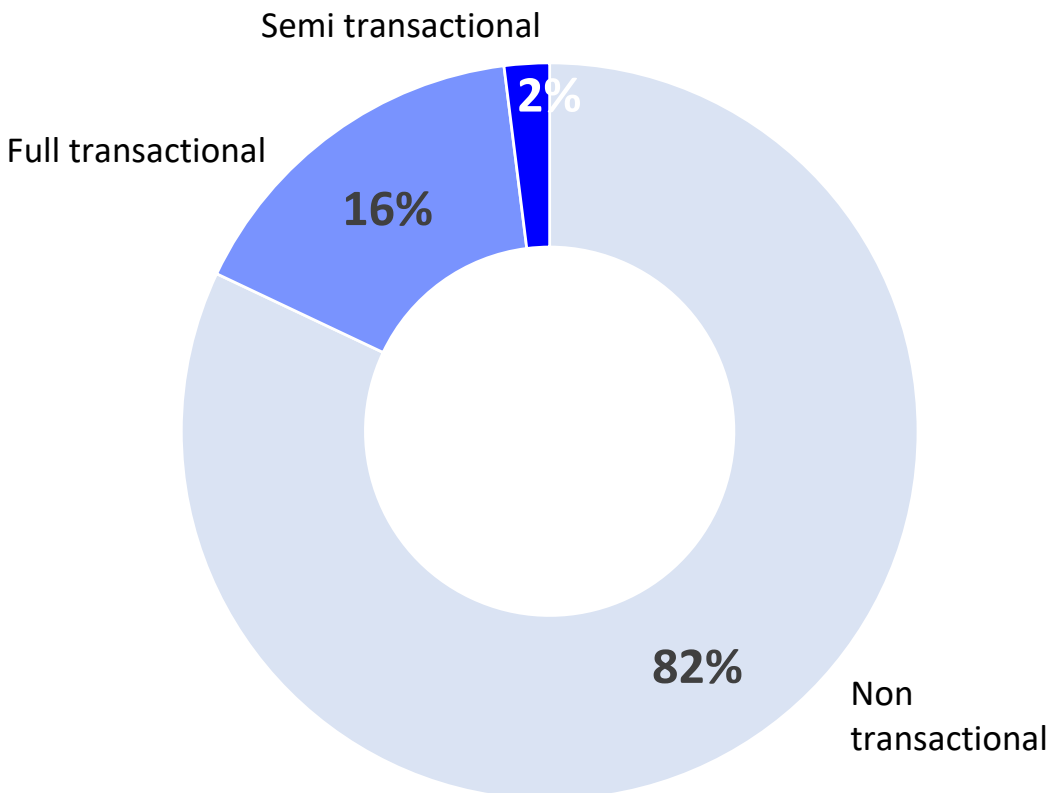


Más del 45% de los URLs se concentran en Brasil, México, Argentina, Colombia, Chile, y Perú, las economías más grandes de la región

Fuente: base de datos del LACME.

Resultados: distribución de sitios web por tipo

Distribución de URLs por tipo, ALC, 2022



Menos del 20% de los sitios web permite a los usuarios realizar compras directamente en el sitio

Fuente: base de datos del LACME.

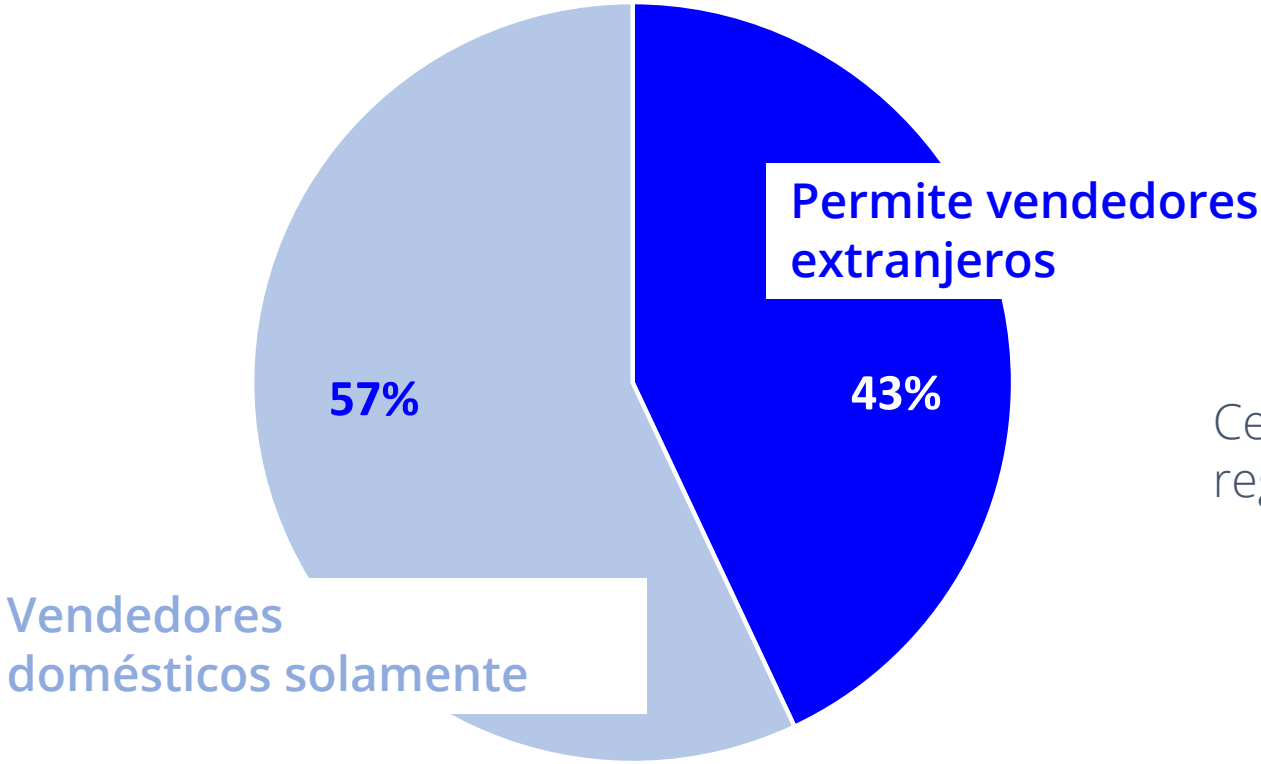
Resultados: principales plataformas en ALC

Plataformas más populares en ALC, 2021

Plataforma	Tráfico (mill.)	Participación (%)
Mercado Libre	8,597	32.5
Olx	1,629	6.2
Amazon	2,194	8.3
Americanas	1,503	5.7
Casas Bahia	960	3.6
Shopee	527	2.3
Falabella	497	2.0
Coppel	434	1.9
Walmart	321	1.6
Dafiti	276	1.2
Submarino	340	1.0
Sodimac	292	1.3
Total	17,570	67.6

Resultados: vendedores extranjeros

Alcance geográfico de los URLs, ALC, 2022

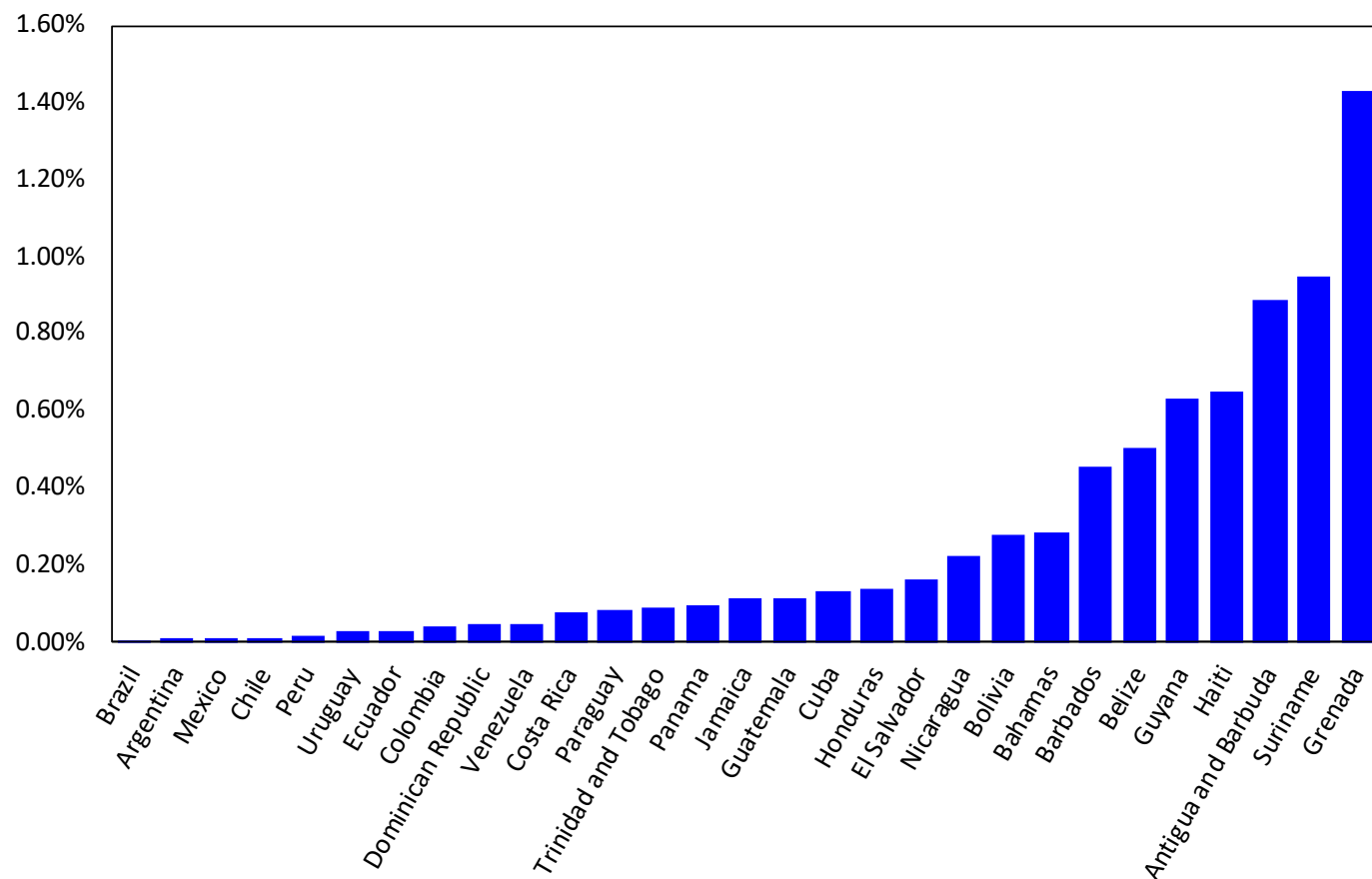


Cerca del 40% de los sitios web permite el registro de **vendedores extranjeros**.

Fuente: base de datos del LACME.

Resultados: tráfico transfronterizo

Participación del tráfico transfronterizo en el tráfico total, por país, ALC, 2021



El tráfico transfronterizo es muy bajo en general, y es más alto entre los países del Caribe.

La participación *promedio* de visitantes extranjeros por sitio web es bastante mayor, lo que sugiere que algunas plataformas pequeñas se especializan en comercio electrónico transfronterizo.

Gracias

bernardo.diazastarloo@economicas.uba.ar