

Destacados



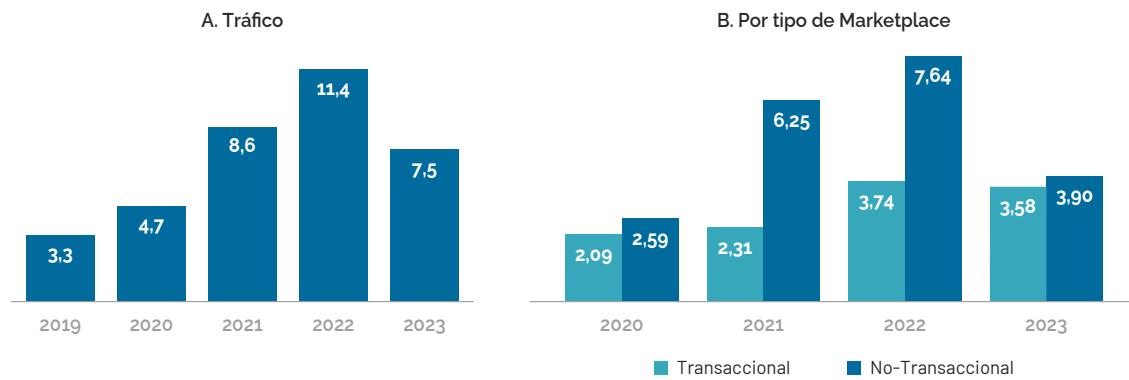
1. Tráfico de Visitas en Marketplace

El tráfico en marketplaces en 2023 alcanzó a 7,48 millones de visitas, una disminución de un 34,3 por ciento respecto al año anterior ([Figura 1.A](#)). La disminución en las visitas se registró tanto en los sitios transaccionales como en los no transaccionales, que decrecieron en un 4,3 por ciento y un 48,9 por ciento interanual respectivamente ([Figura 1.B](#)). La mayor parte de la actividad en los marketplaces en Nicaragua sigue orientada a los mercados globales, que representan alrededor del 80 por ciento del tráfico total.

El impacto de Nicaragua en el tráfico regional general es menor y representa una contribución del 0,03 por ciento ([Figura 3](#)). En 2023, el porcentaje de visitas transfronterizas a sitios dirigidos al país como porcentaje del total de visitas fue del 50,3 por ciento ([Figura 2](#)).

Figura 1

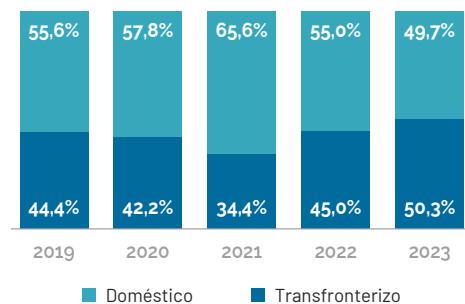
Evolución del tráfico en Marketplace, Nicaragua, 2019-2023
(millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 2

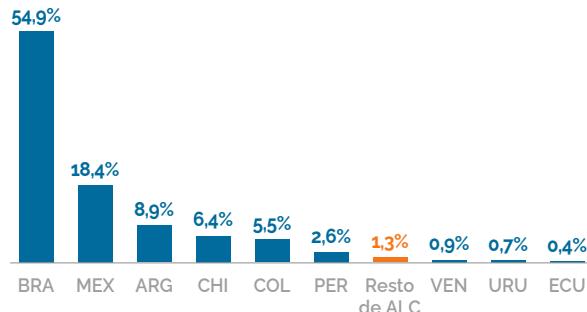
Distribución del tráfico de los mercados entre mercados por origen del tráfico de visitantes, Nicaragua, 2019-2023 (millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 3

Distribución del tráfico en Marketplaces entre países, ALC, 2023



Fuente: LACME.

2. Panorama del Sector

En 2023, había 26 marketplaces B2C activos de bienes en Nicaragua. Los 10 marketplaces más visitados concentraron el 97,4 por ciento del tráfico total (Tabla 1). Wanuncios fue el marketplace más visitado, con el 38,2 por ciento del tráfico total, seguido de cerca por eBay, con el 30,9 por ciento. El tráfico desde Nicaragua a mercados globales extranjeros ascendió a 17,8 millones, un 16,6 por ciento más que en 2022. El sitio global más visitado fue Amazon, con un 39,4 por ciento del tráfico total en los marketplaces globales (Figura 5.B).

Los marketplaces de más rápido crecimiento en 2023 fueron Vive Nicaragua; un sitio de anuncios clasificados de automóviles, Compra y venta Nicaragua; un sitio de anuncios, NetiQ; un sitio de cupones de descuentos, InfoAnuncios; un sitio de anuncios y clasificados; y eBay, plataforma de compras y venta multiporductos y servicios en línea (Figura 4).

Tabla 1

Marketplaces líderes en Nicaragua, 2023

Marketplace	Tráfico (mill. visitas)	Tráfico total (%)	Crecimiento anual (%)
Wanuncios	2,9	38,2	-53,9
eBay	2,3	30,9	31,5
PedidosYa	1,0	13,7	17,5
Mercado Libre Classifieds	0,3	4,5	-43,8
Craigslist	0,3	3,4	-22,5
Ubuy	0,2	3,2	-62,6
InfoAnuncios	0,1	1,6	204,5
Vive Nicaragua	0,1	0,8	2037,3
Tuugo	0,1	0,8	-31,8
JulaJups	0,05	0,6	11,3
Top-10	7,3	97,6	-34,1

Fuente: LACME.

Tabla 2

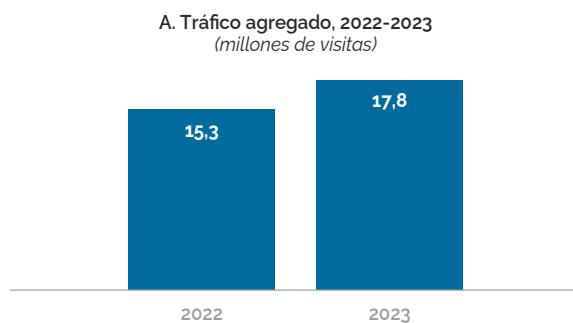
Indicadores seleccionados del entorno del comercio electrónico, Nicaragua, 2020-2023

Indicador	2020	2021	2022	2023
Abonados activos a banda ancha móvil (por 100 hab.)	49,7	55,2	64	-
Población que utiliza Internet (%)	54,9	54,8	61,1	-
Comercio electrónico transfronterizo (% de ventas en línea)	-	-	-	-
Titulares con Tarjeta de Crédito (% de adultos)	-	2,89	-	-
Índice de restricción del comercio digital	0,234	0,243	0,25	0,259
Índice Integrado de Desarrollo Postal	-	-	7,8	-

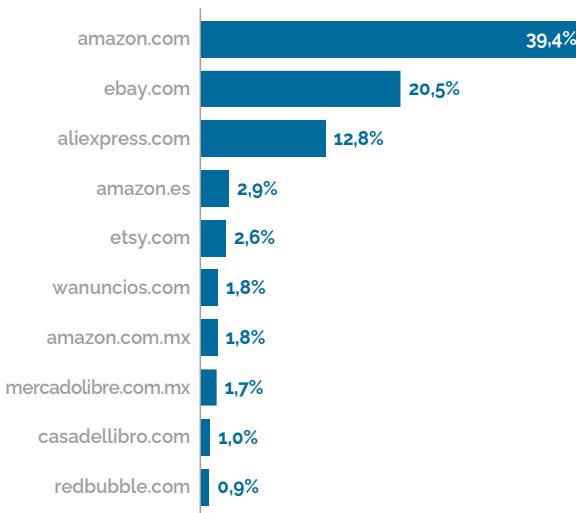
Fuente: OCDE, CEPAL, Banco Mundial, Ebanx, UPU, Proyecto DTI, ITU.

Figura 5

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

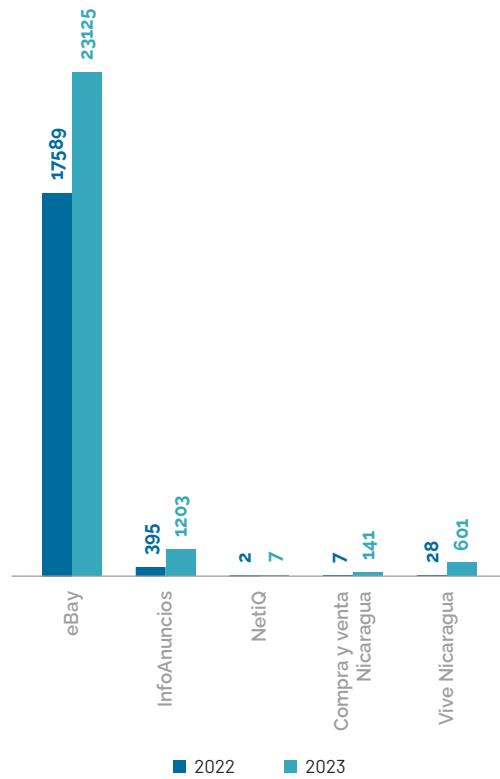


B. Marketplaces líderes
(% del tráfico total, 2023)



Fuente: LACME.

Figura 4

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


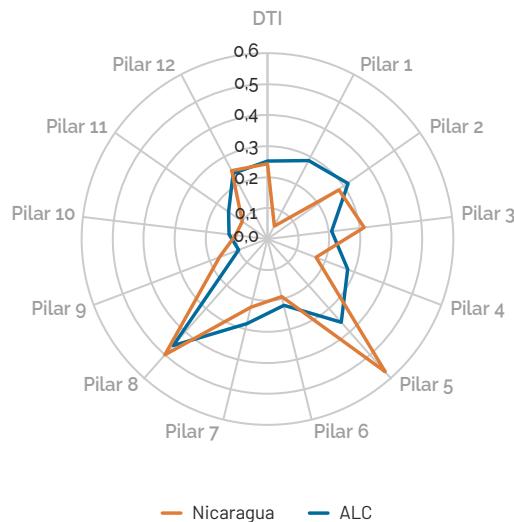
Nota: Los marketplaces están ordenados en orden decreciente de tasas porcentuales de crecimiento anual.
Fuente: LACME.

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 Nicaragua, 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 - puntuajes de pilares, Nicaragua y ALC


Tabla 3

RDTI - puntuaciones de los pilares

	ALC	Nicaragua
índice DTI	0,25	0,24
Pilar 1: Aranceles y defensa comercial	0,29	0,05
Pilar 2: Contratación pública	0,32	0,28
Pilar 3: Inversión Extranjera Directa	0,21	0,31
Pilar 4: Derechos de propiedad intelectual (DPI)	0,28	0,17
Pilar 5: Infraestructura de telecomunicaciones y competencia	0,36	0,57
Pilar 6: Políticas de datos transfronterizas	0,22	0,19
Pilar 7: Políticas de datos nacionales	0,28	0,23
Pilar 8: Responsabilidad del intermediario	0,46	0,50
Pilar 9: Acceso al contenido	0,10	0,17
Pilar 10: Restricciones comerciales cuantitativas	0,13	0,10
Pilar 11: Normas técnicas	0,15	0,10
Pilar 12: Ventas y transacciones en línea	0,24	0,25

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

Nicaragua

- [Comercio electrónico para todos los perfiles de países](#)
 - [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](#)