

Destacados

 <p>El tráfico total en Marketplaces alcanzó los 2.017 millones de visitas en 2023, un 8,8 por ciento menos que en 2022, continuando la contracción mostrada en 2021.</p>	 <p>Mercado Libre domina el sector de marketplaces, concentrando el 79,8 por ciento del tráfico total.</p>
 <p>Tanto el tráfico en los marketplaces transaccionales como en los no transaccionales cayeron.</p>	 <p>Los datos de la industria indican que las ventas del comercio electrónico B2C y C2C cayeron un 7,5 por ciento en términos reales en 2022.</p>

1. Tráfico de Visitas en Marketplace

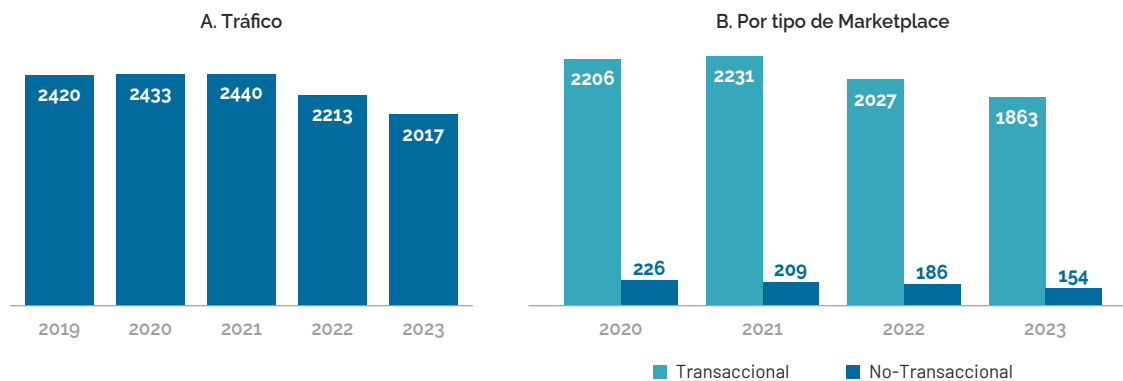
El tráfico en marketplace ascendió a 2.017 millones de visitas en 2023, una disminución del 8,8 por ciento respecto al año anterior, continuando con la contracción sufrida en 2022 (Figura 1.A). La disminución se observó tanto en los sitios transaccionales como en los no transaccionales, que disminuyeron un 17,0 y un 8,1 por ciento interanual, respectivamente (Figura 1.B).

Según la Cámara Argentina de Comercio Electrónico, las ventas totales del comercio electrónico B2C y C2C fueron de US\$ 26.520 millones¹, un 24 por ciento más que en 2022. La mayor parte de la actividad de los marketplaces en Argentina sigue concentrada en los marketplaces intracontinentales, que representan alrededor del 85 por ciento del tráfico total.

Argentina es el tercer país más grande de ALC en términos de tráfico de marketplace, con una participación del 8,9 por ciento, después de Brasil y México (Figura 3). En 2023, el porcentaje de visitas transfronterizas a sitios dirigidos a Argentina como porcentaje del total de visitas fue del 3,7 por ciento. (Figura 2).

Figura 1

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

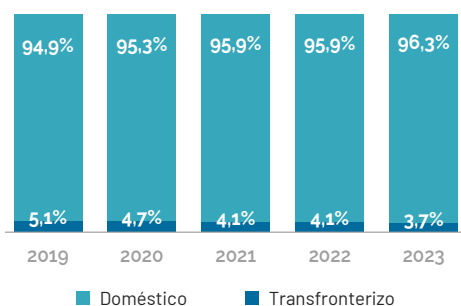


Fuente: LACME.

¹ Las ventas fueron de AR\$ 7.829 miles de millones de pesos (un 175% respecto de 2022) y el tipo de cambio nominal oficial promedio durante 2023 fue de 295,2 AR\$/US\$.

Figura 2

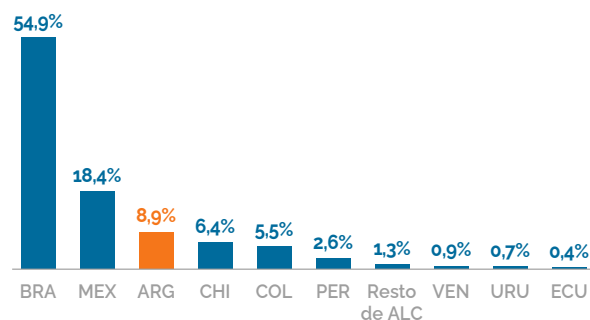
Distribución del tráfico de sitios web por origen del tráfico de visitantes, Argentina, 2019-2023 (millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 3

Distribución del tráfico de visitas a Marketplace entre países, ALC, 2023



Fuente: LACME.

2. Panorama del Sector

En 2023, había 124 marketplaces B2C activos de bienes en Argentina. Los 10 marketplaces más visitados concentraron el 91,6 por ciento del tráfico total (Tabla 1). Mercado Libre fue, con diferencia, el marketplace más popular, con el 79,8 por ciento del tráfico total, seguido de Fravega, con el 5,4 por ciento. El tráfico desde Argentina a marketplaces globales extranjeros ascendió a 262,8 millones, un 2,6 por ciento más que en 2022. El sitio global más visitado fue Amazon, con el 59,9 por ciento del tráfico total en los marketplaces globales (Figura 5.B).

Los Marketplace con mayor crecimiento en 2023 fueron Anunciar, sitio de avisos clasificados; Mas Autos, un marketplace especializado en la comercialización de automoviles, al igual que Roodos que le sigue en los sitios de mayor crecimiento; Clasificados Panorama (un sitio de anuncios clasificados) y Desertcart (sitio de subastas) (Figura 4).

Tabla 1

Marketplaces líderes en Argentina, 2023

Marketplace	Tráfico (mill. visitas)	Tráfico total (%)	Crecimiento anual (%)
Mercado Libre	1609	79,8	-7,1
Frávega	109	5,4	-5,5
PedidosYa	30	1,5	-16,1
Dafiti	24	1,2	-44,8
Locanto	16	0,8	-8,4
Día	15	0,8	9,2
Clasificados La Voz	11	0,6	6,7
Sodimac Homecenter	11	0,6	-15,9
Buscalibre	11	0,5	-3,0
Coppel	11	0,5	-10,9
Top-10	1848	91,6	-8,3

Fuente: LACME.

Tabla 2

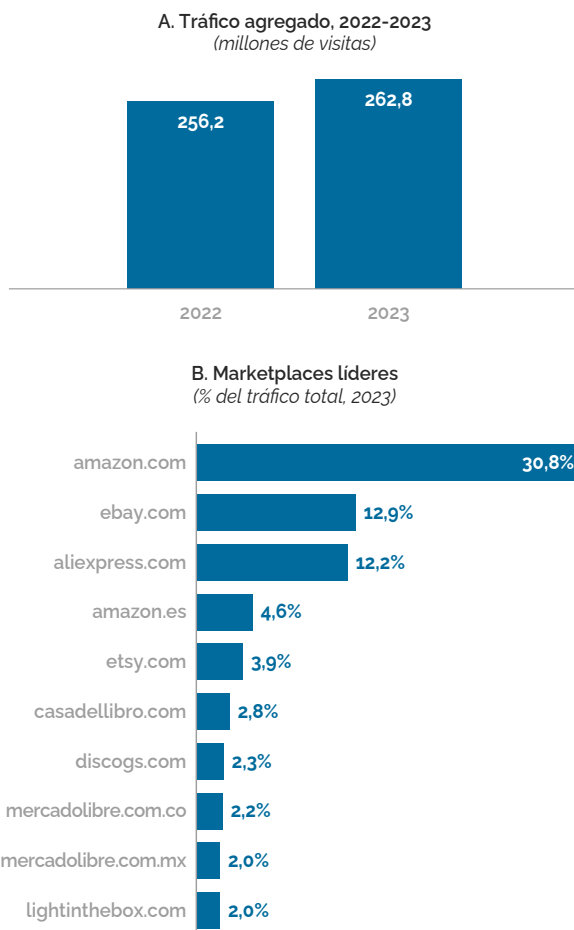
Indicadores seleccionados del entorno del comercio electrónico, Argentina, 2020-2023

Indicador	2020	2021	2022	2023
Abonados activos a banda ancha móvil (por 100 hab.)	68,9	72,9	76,0	-
Población que utiliza Internet (%)	85,5	87,2	88,4	-
Comercio electrónico transfronterizo (% de ventas en línea)	-	2	3	-
Titulares con Tarjeta de Crédito (% de adultos)	-	28,89	-	-
Índice de restricción del comercio digital	0,403	0,398	0,396	0,396
Índice Integrado de Desarrollo Postal	27,93	28,41	29,97	-

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

Figura 5

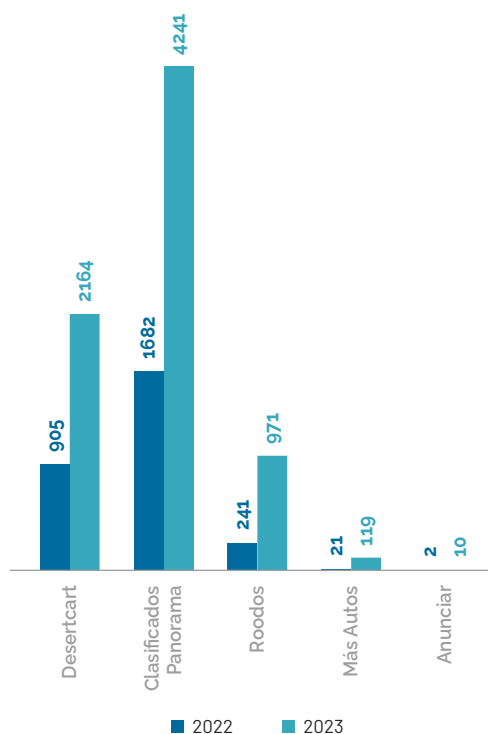
Tráfico desde Argentina en marketplaces globales extranjeros que realizan envíos a Argentina, 2022-2023



Fuente: LACME.

Figura 4

Tráfico en marketplaces de más rápido crecimiento en Argentina, 2022-2023 (millones 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 Argentina 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, Argentina y ALC

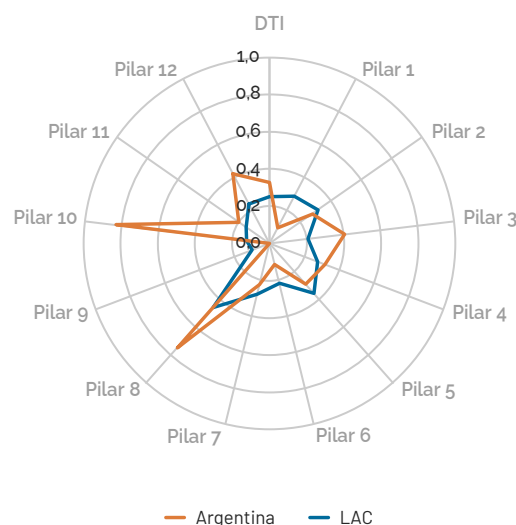


Tabla 3

RDTI – puntuaciones de los pilares

	ALC	Argentina
índice DTI	0,25	0,33
Pilar 1: Aranceles y defensa comercial	0,29	0,10
Pilar 2: Contratación pública	0,32	0,28
Pilar 3: Inversión Extranjera Directa	0,21	0,41
Pilar 4: Derechos de propiedad intelectual (DPI)	0,28	0,32
Pilar 5: Infraestructura de telecomunicaciones y competencia	0,36	0,29
Pilar 6: Políticas de datos transfronterizas	0,22	0,12
Pilar 7: Políticas de datos nacionales	0,28	0,23
Pilar 8: Responsabilidad del intermediario	0,46	0,75
Pilar 9: Acceso al contenido	0,10	0,00
Pilar 10: Restricciones comerciales cuantitativas	0,13	0,83
Pilar 11: Normas técnicas	0,15	0,20
Pilar 12: Ventas y transacciones en línea	0,24	0,43

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

Argentina

- [Comercio electrónico para todos los países Perfil](#)
- [Cámara Argentina de Comercio Electrónico](#)
- [Guía Comercial del País de Administración del Comercio Internacional](#)
- [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](#)