

Destacados



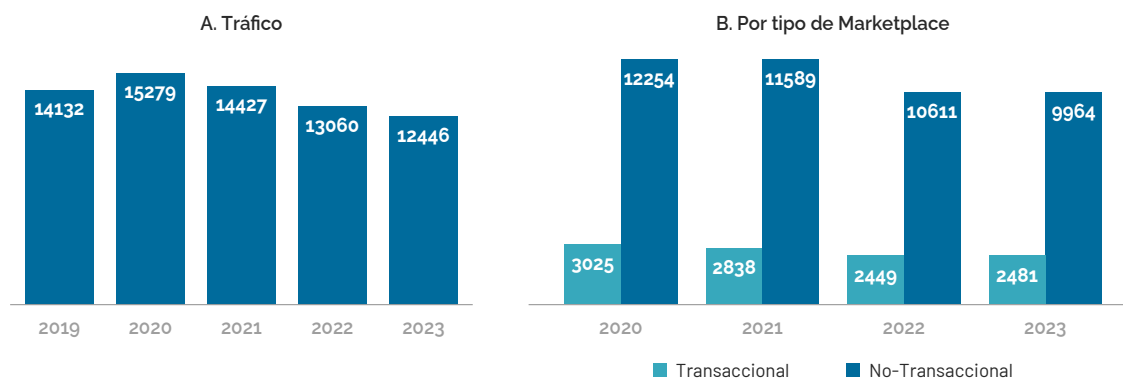
1. Tráfico de Visitas en Marketplace

El tráfico en Marketplace alcanzó a 12.446 millones de visitas en 2023, una disminución del 4,7 por ciento respecto al año anterior (Figura 1.A). La disminución estuvo determinada por una caída de 6,1% en los sitios transaccionales, en tanto, los sitios no transaccionales crecieron levemente en 1,3% (Figura 1.B). La mayor parte de la actividad en los Marketplace en Brasil se concentró en los marketplace globales que representaron alrededor del 39 por ciento del tráfico total.

Brasil es el mercado de comercio electrónico más grande en términos de tráfico en ALC, con una participación de casi el 55 por ciento, seguido por México y Argentina (Figura 3). En 2023, el porcentaje de visitas transfronterizas a sitios dirigidos al país como porcentaje del total de visitas fue del 1,4 por ciento (Figura 2).

Figura 1

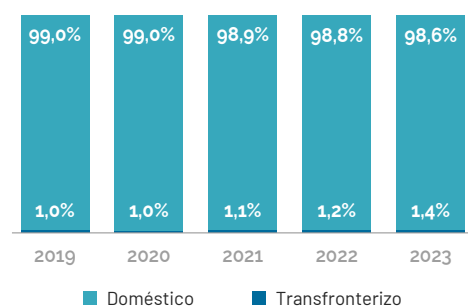
Evolución del tráfico en Marketplace, Brasil, 2019-2023
(millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 2

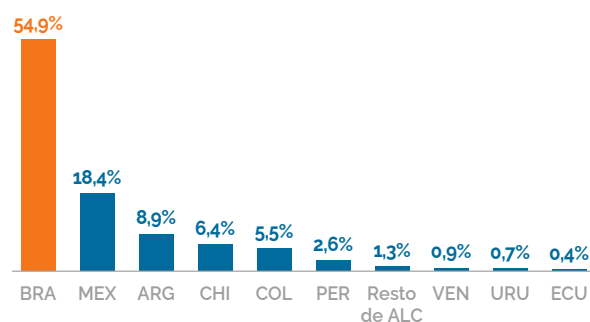
Distribución del tráfico de sitios web por origen del tráfico de visitantes, Brasil, 2019-2023 (millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 3

Distribución del tráfico en Marketplace entre países, ALC, 2023



Fuente: LACME.

2. Panorama del Sector

En 2023, había 284 mercados B2C activos para bienes en Brasil. Los 10 mercados más visitados concentraron el 72,5 por ciento del tráfico total (Tabla 1). Mercado Libre fue el mercado más popular, con el 23,6 por ciento del tráfico total, seguido de Amazon, con el 17,6 por ciento. El tráfico desde Brasil a mercados globales extranjeros ascendió a 972,8 millones, un 1,8 por ciento menos que en 2022. El sitio global más visitado fue Aliexpress, con el 65,8 por ciento del tráfico total en los mercados globales (Figura 5.B).

Los mercados de más rápido crecimiento en 2023 fueron Tem+ y Balcão RJ, ambos sitios de anuncios de clasificados generales (varios rubros); Biasi Leilões que se especializa en la venta de inmuebles de los principales bancos de Brasil; Rolo na Rede y Só Publicando, que igualmente están orientados a la publicación de anuncios clasificados (Figura 4).

Tabla 1

Principales mercados en Brasil, 2023

| Marketplace | Tráfico (mill. visitas) | Tráfico total (%) | Crecimiento anual (%) |
|---------------|-------------------------|-------------------|-----------------------|
| Mercado Libre | 2934 | 23,6 | 1,4 |
| Amazon | 2188 | 17,58 | 28,7 |
| OLX | 1118 | 9,0 | 2,1 |
| Shopee | 919 | 7,4 | -11,4 |
| Casas Bahia | 574 | 4,61 | -3,7 |
| Americanas | 478 | 3,84 | -57,4 |
| Carsales.com | 233 | 1,87 | 16,4 |
| Droga Raia | 215 | 1,72 | 7,3 |
| KaBuM | 186 | 1,49 | 7,2 |
| Carrefour | 185 | 1,49 | 19,0 |
| Top-10 | 9030 | 72,6 | -1,8 |

Fuente: LACME.

Tabla 2

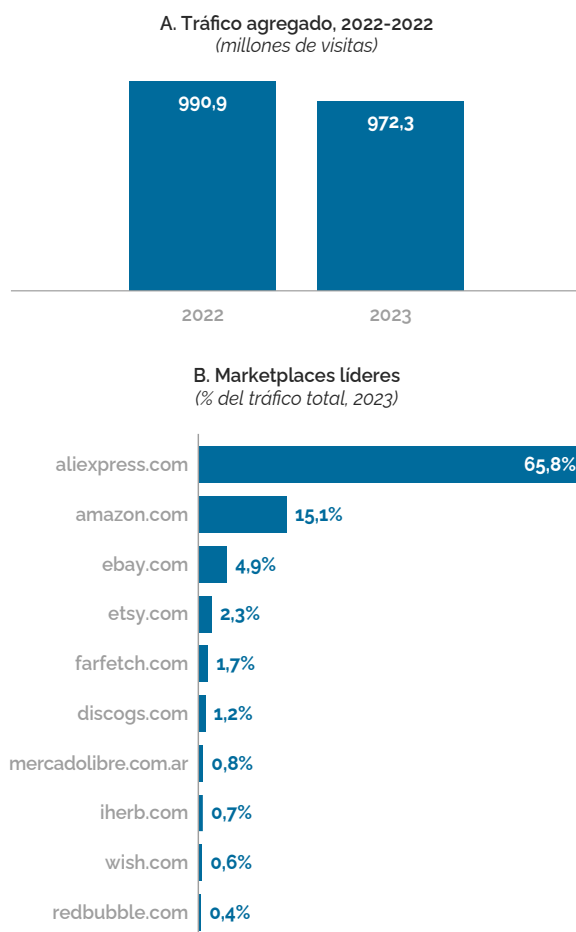
Indicadores seleccionados del entorno del comercio electrónico, Brasil, 2020-2023

| Indicador | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|-------|-------|-------|-------|
| Abonados activos a banda ancha móvil (por 100 hab.) | 89,5 | 95,9 | 93,1 | - |
| Población que utiliza Internet (%) | 81,3 | 80,7 | 80,5 | - |
| Comercio electrónico transfronterizo (% de ventas en línea) | 7 | 6 | 6 | - |
| Titulares con Tarjeta de Crédito (% de adultos) | - | 40,43 | - | - |
| Índice de restricción del comercio digital | 0,389 | 0,401 | 0,405 | 0,405 |
| Índice Integrado de Desarrollo Postal | 53,16 | 47,63 | 49,02 | - |

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

Figura 5

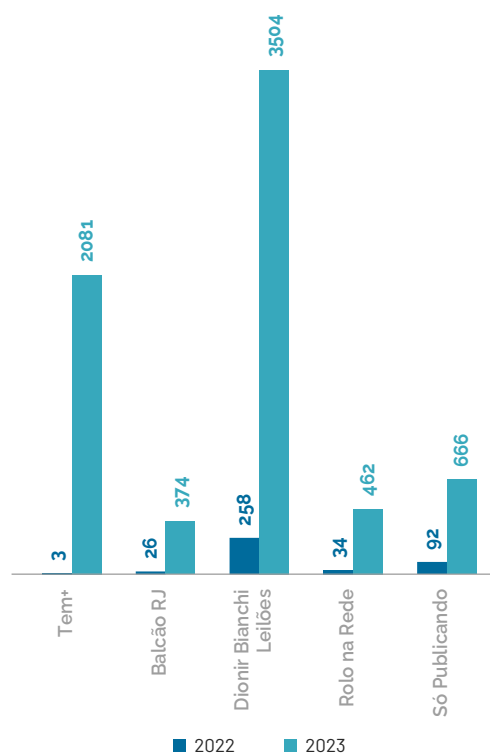
Tráfico desde Brasil en mercados globales extranjeros que realizan envíos a Brasil, 2022-2023



Fuente: LACME.

Figura 4

Tráfico en los Marketplace de más rápido crecimiento en Brasil, 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 Brasil 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, Brasil y ALC

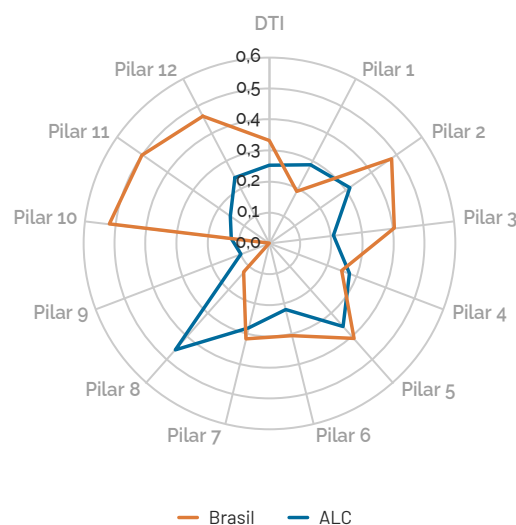


Tabla 3

RDTI – puntuaciones de los pilares

| | ALC | Brasil |
|--|------|--------|
| índice DTI | 0,25 | 0,33 |
| Pilar 1: Aranceles y defensa comercial | 0,29 | 0,19 |
| Pilar 2: Contratación pública | 0,32 | 0,48 |
| Pilar 3: Inversión Extranjera Directa | 0,21 | 0,41 |
| Pilar 4: Derechos de propiedad intelectual (DPI) | 0,28 | 0,25 |
| Pilar 5: Infraestructura de telecomunicaciones y competencia | 0,36 | 0,41 |
| Pilar 6: Políticas de datos transfronterizas | 0,22 | 0,31 |
| Pilar 7: Políticas de datos nacionales | 0,28 | 0,32 |
| Pilar 8: Responsabilidad del intermediario | 0,46 | 0,13 |
| Pilar 9: Acceso al contenido | 0,10 | 0,00 |
| Pilar 10: Restricciones comerciales cuantitativas | 0,13 | 0,52 |
| Pilar 11: Normas técnicas | 0,15 | 0,50 |
| Pilar 12: Ventas y transacciones en línea | 0,24 | 0,46 |

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

Brasil

- [Comercio electrónico para todos los países Perfil](#)
- [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 \(eLAC 2024\) \(eLAC 2024\)](#)
- [eTrade para todas las noticias y recursos](#)
- [Perfiles de países del Centro de Comercio Internacional](#)