

Destacados



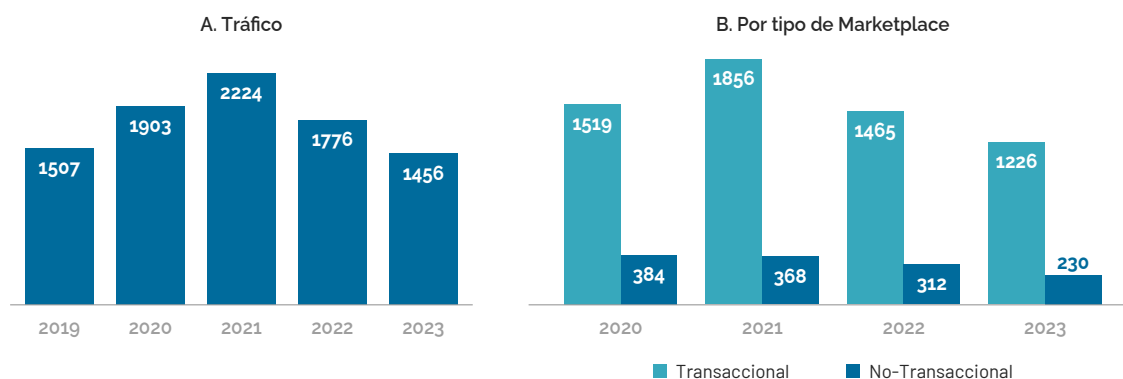
1. Tráfico de Visitas en Marketplace

El tráfico en los Marketplaces alcanzó a 1.456 millones de visitas, una disminución del 18,3 por ciento respecto al año anterior ([Figura 1.A](#)). Esta caída fue igualmente importante tanto en los mercados transaccionales como no transaccionales, aunque en este último la disminución fue aún más significativa llegando a 26,2 por ciento menos, pasando de 312 millones de visitas en 2022 a 230 millones en 2023 ([Figura 1.B](#)). La mayor parte de la actividad de los marketplaces en Chile sigue concentrada en los mercados intracontinentales, que representan alrededor del 82 por ciento del tráfico total.

Chile es el cuarto país más grande de ALC en términos de tráfico en Marketplace, con una participación del 6,4 por ciento, después de Brasil, México y Argentina, respectivamente ([Figura 3](#)). En 2023, el porcentaje de visitas transfronterizas a sitios dirigidos a Chile como porcentaje del total de visitas fue del 3,8 por ciento ([Figura 2](#)).

Figura 1

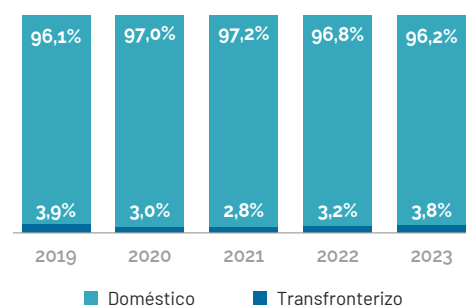
Evolución del tráfico en Marketplaces, Chile, 2019-2023
(millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 2

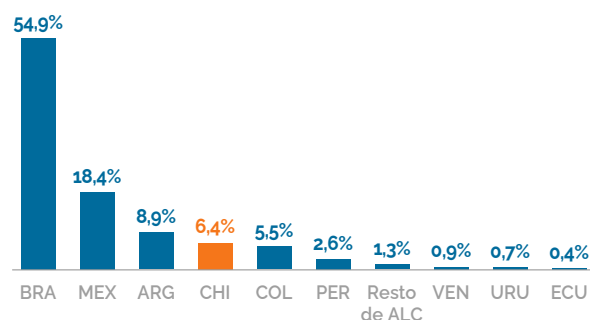
Distribución del tráfico de sitios web por origen del tráfico de visitantes, Chile, 2019-2023 (millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 3

Distribución del tráfico en Marketplaces entre países, ALC, 2023



Fuente: LACME.

2. Panorama del Sector

En 2023, había 110 mercados B2C activos de bienes en Chile. Los 10 marketplaces más visitados concentraron el 89 por ciento del tráfico total (Tabla 1). Mercado Libre fue el marketplace más visitado, con el 25,8 por ciento del tráfico total, seguido de cerca por Falabella, con el 25,5 por ciento. El tráfico desde Chile a los mercados globales extranjeros ascendió a 313 millones, un 3,3 por ciento menos que en 2022. El sitio global más visitado fue Aliexpress, con el 41,9 por ciento del tráfico total en los mercados globales (Figura 5.B).

Los mercados de más rápido crecimiento en 2023 fueron Easyaviso, un sitio de anuncios clasificados especializado en viviendas; Anunico, sitio de anuncios clasificados de varios rubros; Remates Zona Sur, sitio de subastas especializado en bienes muebles, propiedad inmobiliaria y vehículos; Anuto, sitio de anuncios de rubros de segunda mano y Casa Pedal, Marketplace especializado en la venta de bicicletas (Figura 4).

Tabla 1

Marketplaces líderes en Chile, 2023

Marketplace	Tráfico (mill. visitas)	Tráfico total (%)	Crecimiento anual (%)
Mercado Libre	376	25,8	-5,9
Falabella	371	25,5	-7,4
Ripley	169	11,6	-11,5
Paris.cl	151	10,4	-19,9
Yapo.cl	74	5,1	-39,9
Buscalibre	47	3,2	-9,8
Dafiti	38	2,6	-19,2
Knasta	24	1,7	-15,7
Locanto	22	1,5	-11,5
SoloTodo	22	1,5	-9,4
Top-10	1.295	89	-15,0

Fuente: LACME.

Tabla 2

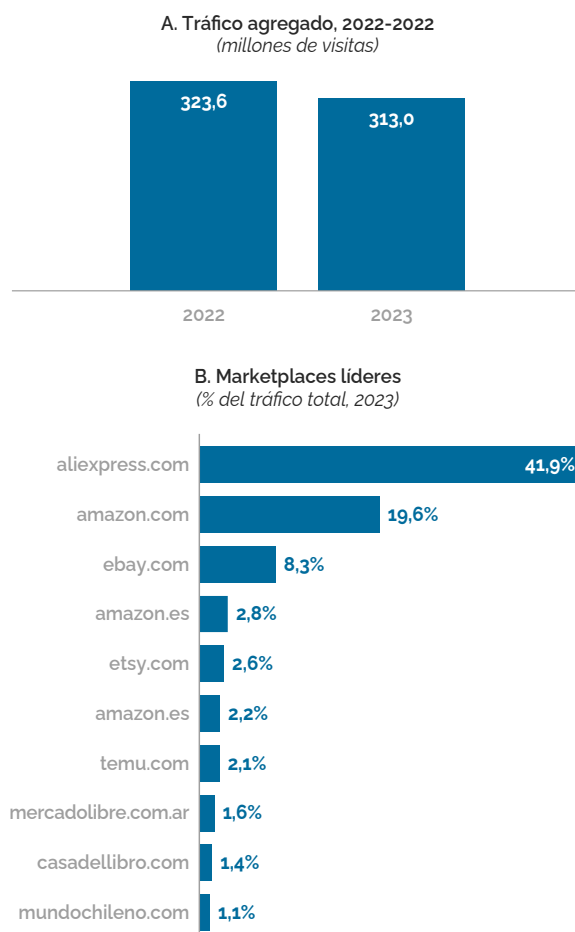
Indicadores seleccionados del entorno del comercio electrónico, Chile, 2020-2023

Indicador	2020	2021	2022	2023
Abonados activos a banda ancha móvil (por 100 hab.)	101,00	111,00	109,00	-
Población que utiliza Internet (%)	87,46	88,80	90,68	-
Comercio electrónico transfronterizo (% de ventas en línea)	19,00	11,00	22,00	-
Titulares con Tarjeta de Crédito (% de adultos)	-	24,28	-	-
Índice de restricción del comercio digital	0,176	0,176	0,176	0,187
Índice Integrado de Desarrollo Postal	36,62	34,81	38,38	-

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

Figura 5

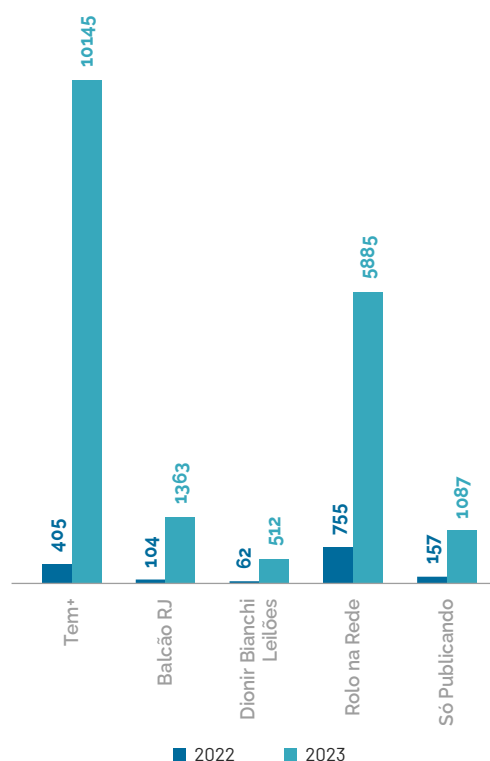
Tráfico desde Chile en marketplace globales extranjeros que realizan envíos a Chile, 2022-2023



Fuente: LACME.

Figura 4

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

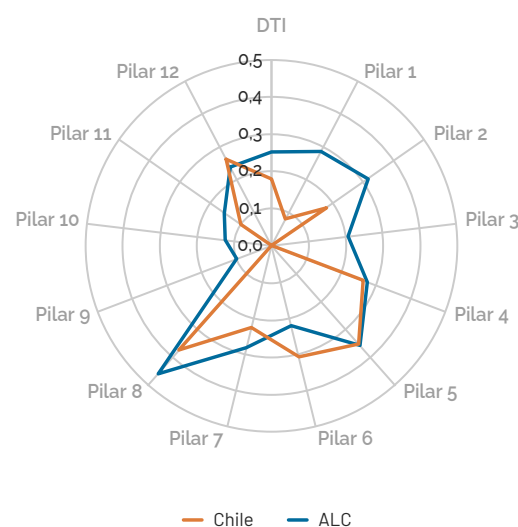


Tabla 3

RDTI – puntuaciones de los pilares

	ALC	Chile
índice DTI	0,25	0,18
Pilar 1: Aranceles y defensa comercial	0,29	0,08
Pilar 2: Contratación pública	0,32	0,18
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	0,35
Pilar 6: Políticas de datos transfronterizas	0,22	0,31
Pilar 7: Políticas de datos nacionales	0,28	0,23
Pilar 8: Responsabilidad del intermediario	0,46	0,38
Pilar 9: Acceso al contenido	0,10	0,00
Pilar 10: Restricciones comerciales cuantitativas	0,13	0,00
Pilar 11: Normas técnicas	0,15	0,10
Pilar 12: Ventas y transacciones en línea	0,24	0,26

Fuente: Proyecto de Integración del Comercio Digital.

Las principales fortalezas de Chile incluyen una tasa arancelaria baja para los bienes de TIC, la tasa arancelaria promedio aplicada es del 0,03%, mientras que el 92,9% de las importaciones de bienes de TIC están libres de impuestos. El país también está generalmente abierto a la IED y garantiza un trato igualitario a la inversión de capital extranjero. Además, el país presenta un régimen abierto para los flujos de datos transfronterizos y un régimen abierto para el acceso a contenidos web comerciales.

Entre las recomendaciones clave, el análisis incluye la promoción de una aplicación adecuada de los derechos de autor en línea y la implementación de un régimen de puerto seguro para los intermediarios más allá de la infracción de derechos de autor. Además, se alienta a establecer un umbral de mínimos por encima del umbral de 200 USD (el actual en Chile es de 30 USD) recomendado en los lineamientos de la ICC para apoyar las transacciones de comercio electrónico. Finalmente, se recomienda que el país se adhiera al GPA de la OMC.

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

Chile

- [Comercio electrónico para todos los países Perfil](#)
- [Comité de Comercio Electrónico de la Cámara de Comercio de Santiago](#)
- [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](#)