

## Destacados



## 1. Tráfico de Visitas en Marketplace

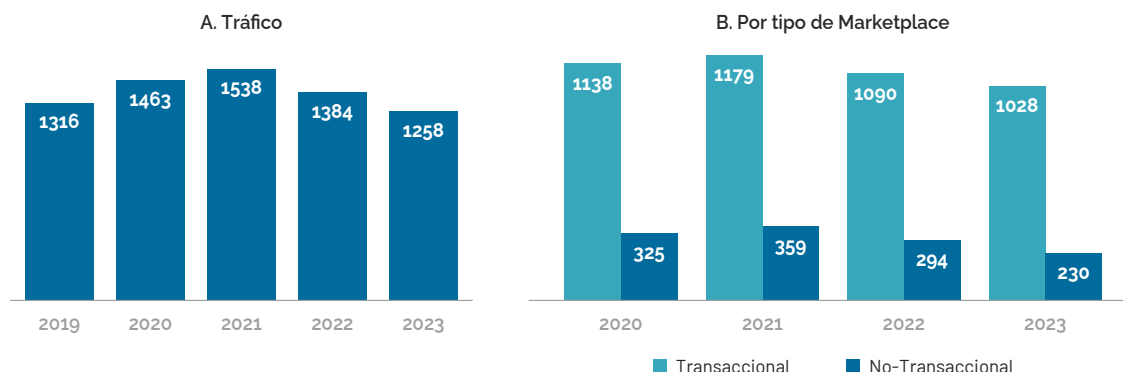
El tráfico en sitios marketplaces alcanzó a 1.258 millones de visitas en 2023, una disminución de un 9,1 por ciento respecto al año anterior (Figura 1.A). La disminución fue especialmente acentuada en las visitas a sitios no transaccionales, que pasaron de 294 millones de visitas en 2022 a 230 millones en 2023 (21,8 por ciento, Figura 1.B). En tanto, la caída en las visitas a sitios transaccionales fue de un 5,7 por ciento, desde un total de visitas de 1090 millones en 2022 a 1028 millones en 2023. La mayor parte de la actividad de los marketplaces en Colombia sigue concentrada en los mercados intracontinentales, que representan alrededor del 66 por ciento del tráfico total.

Según la Cámara de Comercio Electrónico de Colombia, las ventas del comercio electrónico en 2023 totalizaron aproximadamente los 15.640 millones de dólares, un aumento del 12,5 por ciento respecto a 2022.

Colombia es el quinto país más grande de ALC en términos de tráfico en marketplaces, con una participación del 5,5 por ciento, después de Brasil, México, Argentina y Chile (Figura 3). En 2023, el porcentaje de visitas transfronterizas a sitios dirigidos al país como porcentaje del total de visitas fue del 9,9 por ciento (Figura 2).

**Figura 1**

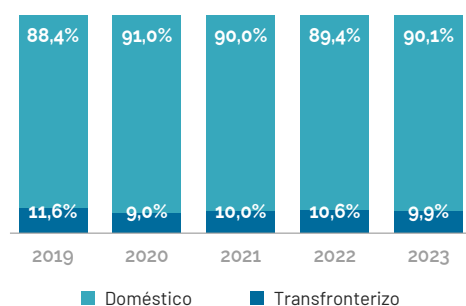
Evolución del tráfico en Marketplaces, Colombia, 2019-2023  
(millones de visitas)



Fuente: LACME.

**Figura 2**

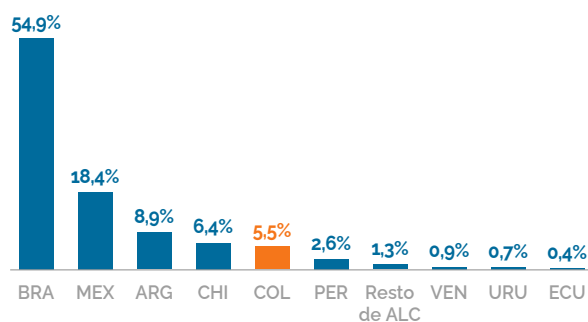
Distribución del tráfico de sitios web por origen del tráfico de visitantes, Colombia, 2019-2023 (millones de visitas)



Fuente: LACME.

**Figura 3**

Distribución del tráfico en Marketplaces entre países, ALC, 2023



Fuente: LACME.

## 2. Panorama del Sector

En 2023, había 119 mercados B2C activos de bienes en Colombia. Los 10 mercados más visitados concentraron el 80,6 por ciento del tráfico total (Tabla 1). Mercado Libre fue el mercado más popular, con el 38,5 por ciento del tráfico total, seguido de Falabella, con el 7,7 por ciento. El tráfico desde Colombia a mercados globales extranjeros alcanzó a 339,6 millones, un 7,7 por ciento más que en 2022. El sitio global más visitado fue Amazon, con un 46,4 por ciento del tráfico total en los mercados globales (Figura 5.B).

Los mercados de más rápido crecimiento en 2023 fueron Easyaviso, sitio de anuncios clasificados especializados en automóviles; Clasificados.st, sitio global de anuncios clasificados multi rubro; Autoline, de anuncios clasificados de automotores; MiTribbu, sitio especializado en la promoción de productos nuevos de emprendedores; y Artesanías de Colombia, se especializa en el fomento del comercio de artesanías de origen colombiano. (Figura 4).

**Tabla 1**

Marketplaces líderes en Colombia, 2023

Marketplace	Tráfico (mill. visitas)	Tráfico total (%)	Crecimiento anual (%)
Mercado Libre	484	38,5	-8,1
Falabella	97	7,7	-0,8
Éxito	94	7,5	-7,1
Sodimac Homecenter	91	7,3	-0,5
Tucarro	67	5,3	1,7
Carsales.com	52	4,1	-13,6
Linio	38	3,0	-30,3
Dafiti	32	2,6	-12,9
Buscalibre	31	2,4	-2,7
Tiendas Jumbo	27	2,1	3,4
Top-10	1014	80,6	-9,9

Fuente: LACME.

**Tabla 2**

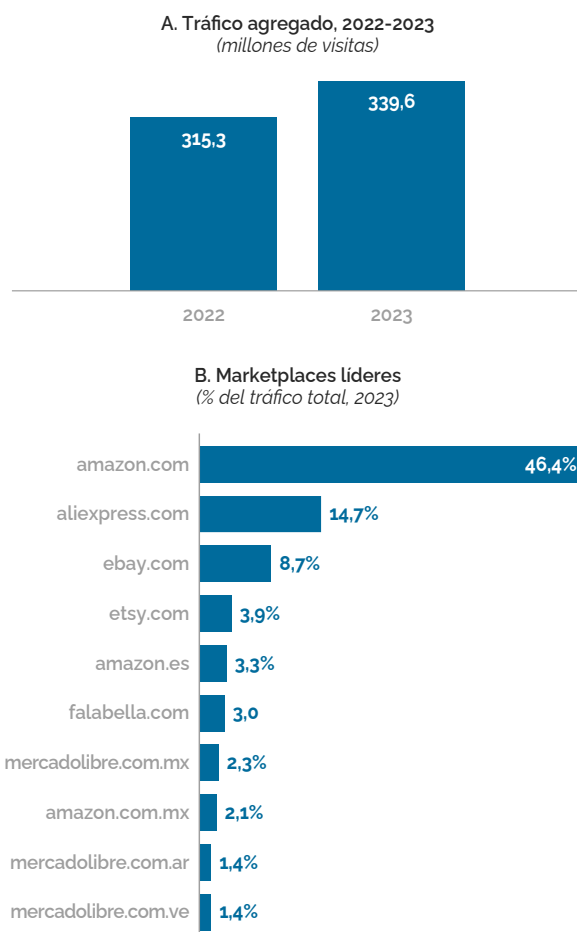
Indicadores seleccionados del entorno del comercio electrónico, Colombia, 2020-2023

Indicador	2020	2021	2022	2023
Abonados activos a banda ancha móvil (por 100 hab.)	61,8	71,4	76,2	-
Población que utiliza Internet (%)	69,8	73,0	72,8	-
Comercio electrónico transfronterizo (% de ventas en línea)	19,0	11,0	15,0	-
Titulares con Tarjeta de Crédito (% de adultos)	-	13,2	-	-
Índice de restricción del comercio digital	0,309	0,281	0,290	0,275
Índice Integrado de Desarrollo Postal	44,44	45,56	53,19	-

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

**Figura 5**

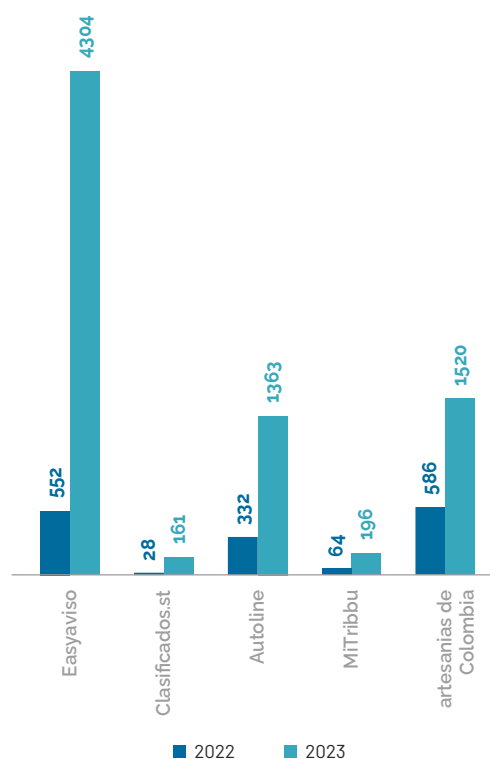
Tráfico desde Colombia en mercados globales extranjeros que realizan envíos a Colombia, 2022-2023



Fuente: LACME.

**Figura 4**

Tráfico de los mercados de más rápido crecimiento en Colombia, 2022-2023 (miles de visitas)



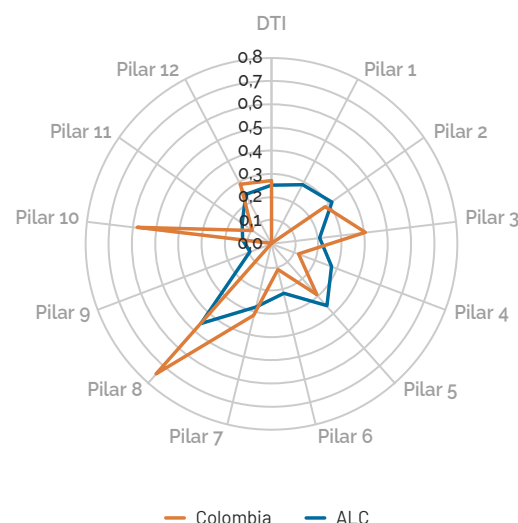
Nota: Los marketplaces están ordenados en orden decreciente de tasas porcentuales de crecimiento anual.  
Fuente: LACME.

### 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 Colombia, 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, Colombia y ALC



**Tabla 3**

RDTI – puntuaciones de los pilares

	ALC	Colombia
índice DTI	0,25	0,27
Pilar 1: Aranceles y defensa comercial	0,29	0,00
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	0,13
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	0,32
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	0,58
Pilar 11: Normas técnicas	0,15	0,10
Pilar 12: Ventas y transacciones en línea	0,24	0,29

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

### Colombia

- [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](#)
- [Cámara Colombiana de Comercio Electrónico](#)

### 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](#)