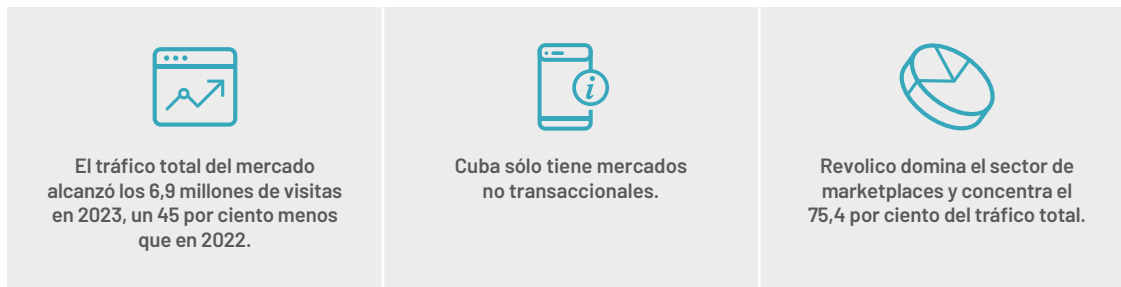


Destacados



1. Tráfico de Visitas en Marketplace

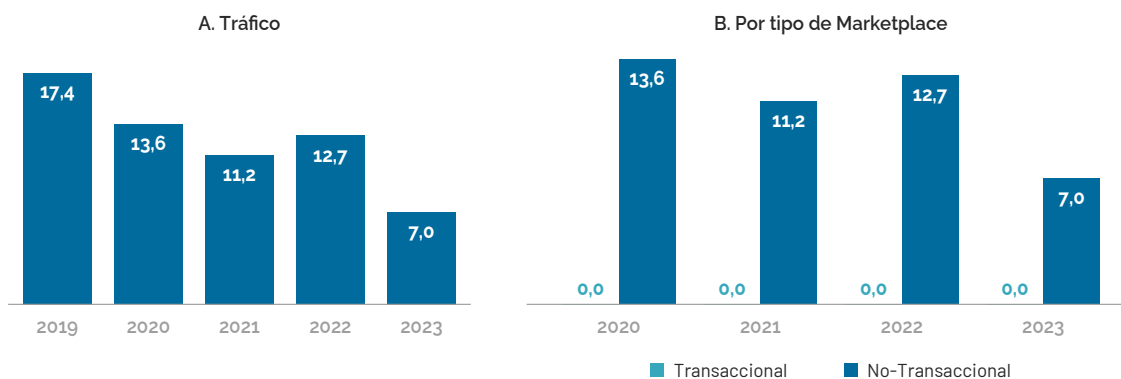
El tráfico en marketplaces totalizó 6,9 millones de visitas en 2023, un descenso brusco de un 45 por ciento respecto al año anterior (Figura 1.A). Esta caída se explica por la fuerte disminución en las visitas a los sitios no transaccionales (Figura 1.B).

La mayor parte de la actividad en marketplaces en Cuba sigue concentrada en los marketplace nacionales, que representan alrededor del 95 por ciento del tráfico total en 2023.

Cuba tiene un impacto mínimo en el tráfico regional general, representando menos del 0,06 por ciento del total (Figura 3). En 2023, el porcentaje de visitas transfronterizas a sitios dirigidos a Cuba como porcentaje del total de visitas fue del 64,5 por ciento (Figura 2).

Figura 1

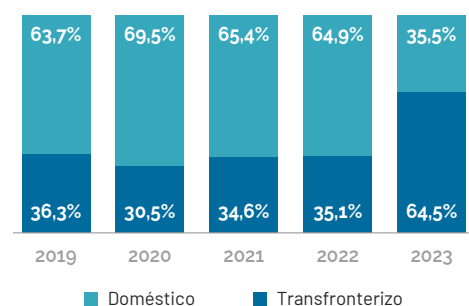
Evolución del tráfico del Marketplace, Cuba, 2019-2023
(millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 2

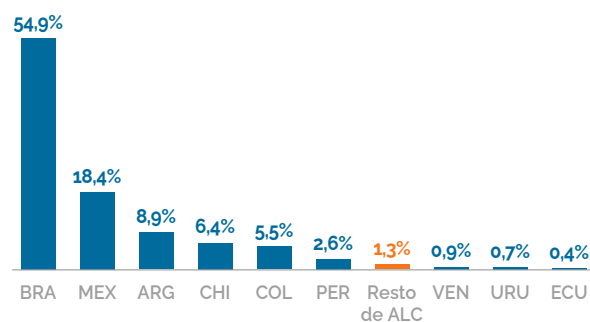
Distribución del tráfico de sitios web por origen del tráfico de visitantes, Cuba, 2019-2023 (millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 3

Distribución del tráfico en Marketplaces entre países, ALC, 2023



Fuente: LACME.

2. Panorama del Sector

En 2023, los 3 primeros lugares más visitados de Cuba concentraron el 95,1 por ciento del tráfico total (Tabla 1). Revolico fue el mercado más popular, con el 75,4 por ciento del tráfico total, seguido de PorlaLivre, con el 13,2 por ciento. El tráfico desde Cuba a los mercados globales extranjeros alcanzó a 2,75 millones, un 42,9 por ciento menos que en 2022. El sitio global más visitado fue Amazon.com, con un 33,4 por ciento del tráfico total en los mercados globales (Figura 5.B).

Los marketplaces de más rápido crecimiento en 2023 fueron; Ivendolo, Tu Aviso Clasificado, All.biz, Wanuncios y cubisima.com, todos sitios de anuncios clasificados (Figura 4).

Tabla 1

Principales mercados en Cuba, 2023

Marketplace	Tráfico (mill. visitas)	Tráfico total (%)	Crecimiento anual (%)
Revolico	5,3	75,4	-46,1
PorlaLivre	0,9	13,2	-39,7
Wanuncios	0,4	6,4	-22,3
Top-3	6,7	95,1	-44,1

Fuente: LACME.

Tabla 2

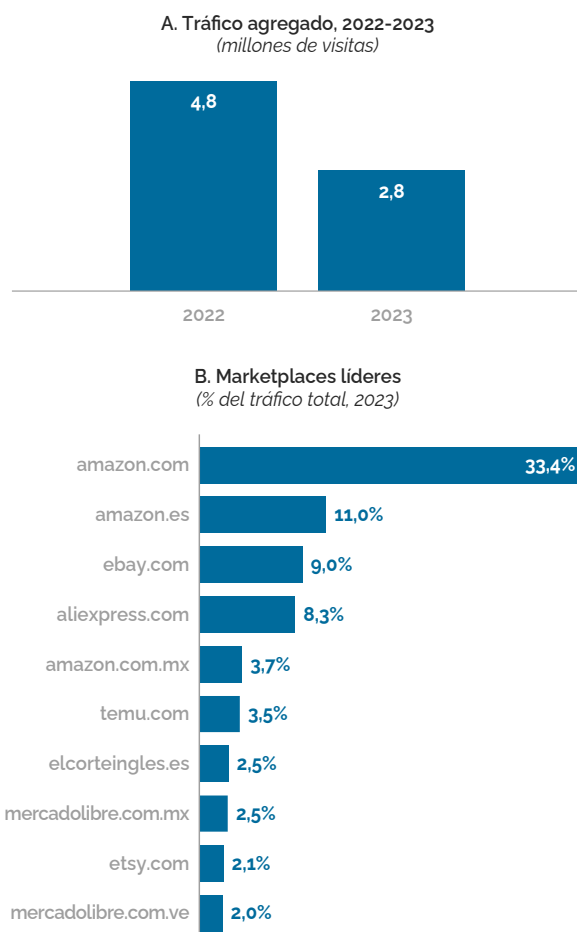
Indicadores seleccionados del entorno del comercio electrónico, Cuba, 2020-2023

Indicador	2020	2021	2022	2023
Abonados activos a banda ancha móvil (por 100 hab.)	30,8	33,1	42,2	-
Población que utiliza Internet (%)	71,1	-	73,2	-
Comercio electrónico transfronterizo (% de ventas en línea)	-	-	-	-
Titulares con Tarjeta de Crédito (% de adultos)	-	-	-	-
Índice de restricción del comercio digital	0,545	0,555	0,615	0,597
Índice Integrado de Desarrollo Postal	31,7	23,1	16,0	-

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

Figura 5

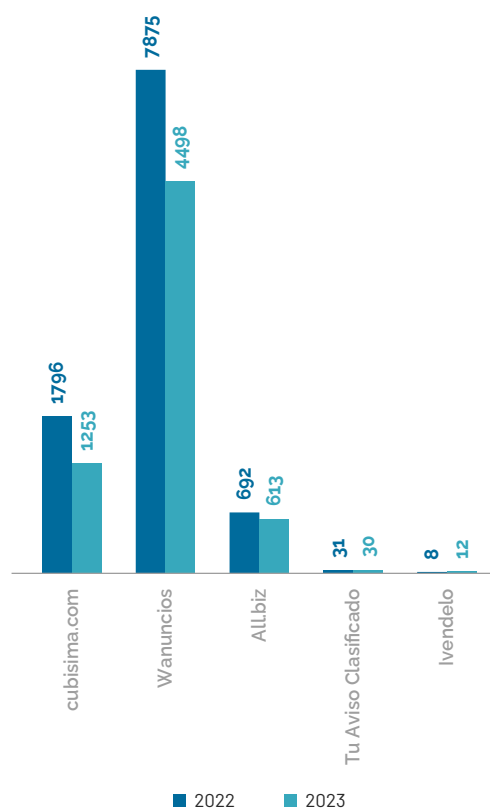
Tráfico desde Cuba en mercados globales extranjeros que realizan envíos a Cuba, 2022-2023



Fuente: LACME.

Figura 4

Tráfico de los mercados de más rápido crecimiento en Cuba, 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 Cuba, 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, Cuba y ALC

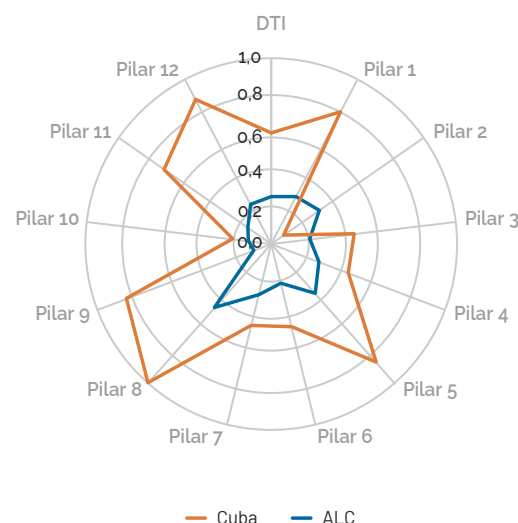


Tabla 3

RDTI – puntuaciones de los pilares

	ALC	Cuba
índice DTI	0,25	0,60
Pilar 1: Aranceles y defensa comercial	0,29	0,80
Pilar 2: Contratación pública	0,32	0,08
Pilar 3: Inversión Extranjera Directa	0,21	0,45
Pilar 4: Derechos de propiedad intelectual (DPI)	0,28	0,44
Pilar 5: Infraestructura de telecomunicaciones y competencia	0,36	0,85
Pilar 6: Políticas de datos transfronterizas	0,22	0,46
Pilar 7: Políticas de datos nacionales	0,28	0,45
Pilar 8: Responsabilidad del intermediario	0,46	1,00
Pilar 9: Acceso al contenido	0,10	0,83
Pilar 10: Restricciones comerciales cuantitativas	0,13	0,21
Pilar 11: Normas técnicas	0,15	0,70
Pilar 12: Ventas y transacciones en línea	0,24	0,88

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

Cuba

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