

## Destacados

 <p>El tráfico total del mercado alcanzó los 4.182 millones de visitas en 2023, un 2,7 por ciento menos que en 2022, contrayéndose por segunda vez consecutiva desde 2020.</p>	 <p>Mercado Libre domina el sector de marketplaces, concentrando el 31,6 por ciento del tráfico total.</p>
 <p>El tráfico tanto en los mercados transaccionales como en los no transaccionales cayeron.</p>	 <p>Según fuentes de la industria, las ventas de comercio electrónico B2C en 2023 aumentaron un 24,6 por ciento con respecto a 2022.</p>

## 1. Tráfico de Visitas en Marketplace

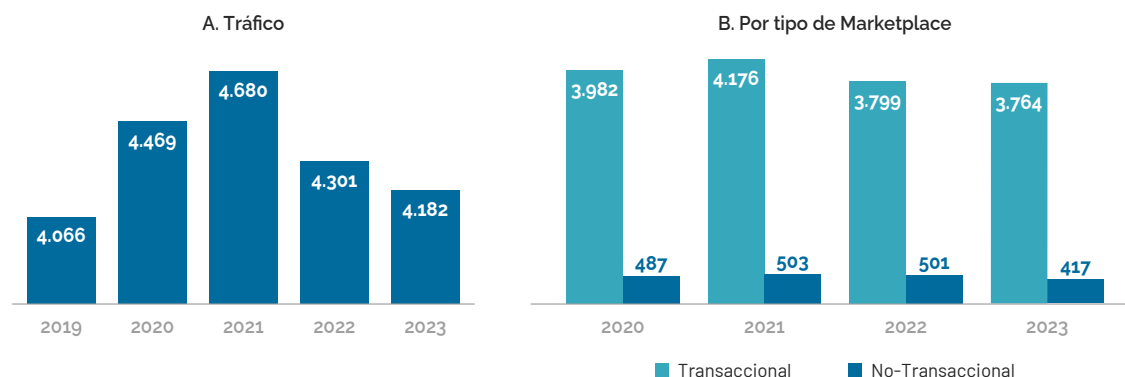
El tráfico en marketplaces alcanzó a 4.182 millones de visitas, una caída del 2,7 por ciento respecto al año anterior (Figura 1.A). La disminución se observó tanto en los sitios transaccionales como en los no transaccionales, que disminuyeron un 0,9 por ciento y un 16,7 por ciento interanual respectivamente (Figura 1.B). La actividad de los marketplaces en México está orientada principalmente hacia los mercados globales e intracontinentales, que concentraron el 45 por ciento y el 41 por ciento del tráfico total respectivamente.

Según la Asociación Mexicana de Ventas Online, las ventas del comercio electrónico B2C en 2023 fueron de \$658.300 millones (pesos mexicanos), un aumento del 24,6 por ciento con respecto a 2022 y tres veces el nivel prepandemia de 2019.

México es el segundo país más grande de ALC en términos de tráfico en marketplaces, con una participación del 18,4 por ciento. (Figura 3). En 2023, el porcentaje de visitas transfronterizas a sitios dirigidos al país como porcentaje del total de visitas fue del 4,9 por ciento (Figura 2).

**Figura 1**

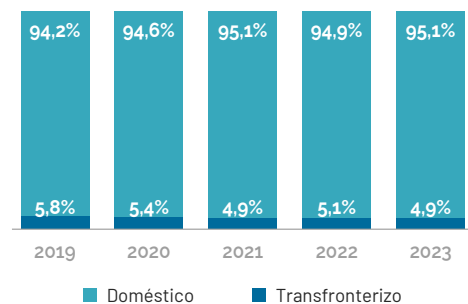
Evolución del tráfico en Marketplace, México, 2019-2023 (millones de visitas)



Fuente: LACME.

**Figura 2**

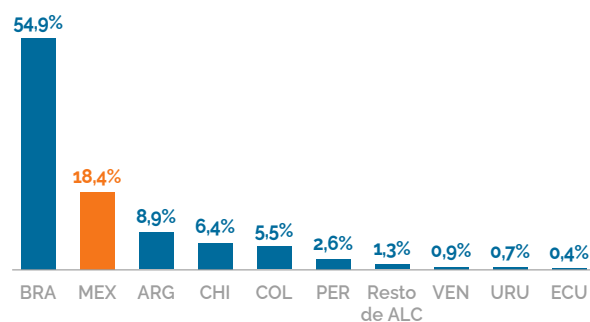
Distribución del tráfico de sitios web por origen del tráfico de visitantes, México, 2019-2023 (millones de visitas)



Fuente: LACME.

**Figura 3**

Distribución del tráfico en Marketplaces entre países, ALC, 2023



Fuente: LACME.

## 2. Panorama del Sector

En 2023, había 117 marketplace B2C activos de bienes en México. Los 10 marketplace más visitados concentraron el 90,9 por ciento del tráfico total (Tabla 1). Mercado Libre fue el marketplace más visitado, con el 30,8 por ciento del tráfico total, seguido de cerca por Amazon, con el 28 por ciento. El tráfico desde México a mercados globales extranjeros ascendió a 723 millones, 25,8 por ciento más que en 2022. El sitio global más visitado fue Aliexpress, con 24,2 por ciento del tráfico total en marketplaces globales (Figura 5.B).

Los marketplaces de más rápido crecimiento en 2023 fueron Roodos; sitio de clasificados especializados en automóviles, Tablón de Anuncios; sitio de anuncios clasificados, Kelkoo; un sitio de compraventa en línea, Autoline; sitio de anuncio de compraventa de automotores y repuestos, y Anunciar; sitio de anuncios clasificados (Figura 4).

**Tabla 1**

Marketplaces líderes en México, 2023

Marketplace	Tráfico (mill. visitas)	Tráfico total (%)	Crecimiento anual (%)
Mercado Libre	1290	30,8	-5,1
Amazon	1172	28,0	8,4
Walmart	331	7,9	-10,7
Coppel	294	7,0	-6,2
Liverpool	233	5,6	0,2
Pepper	168	4,0	-6,2
Shein	113	2,7	2,0
Elektra	80	1,9	117,8
Sears	61	1,5	-7,8
Locanto	58,0	1,4	19,8
Top-10	3,799	90,9	-0,3

Fuente: LACME.

**Tabla 2**

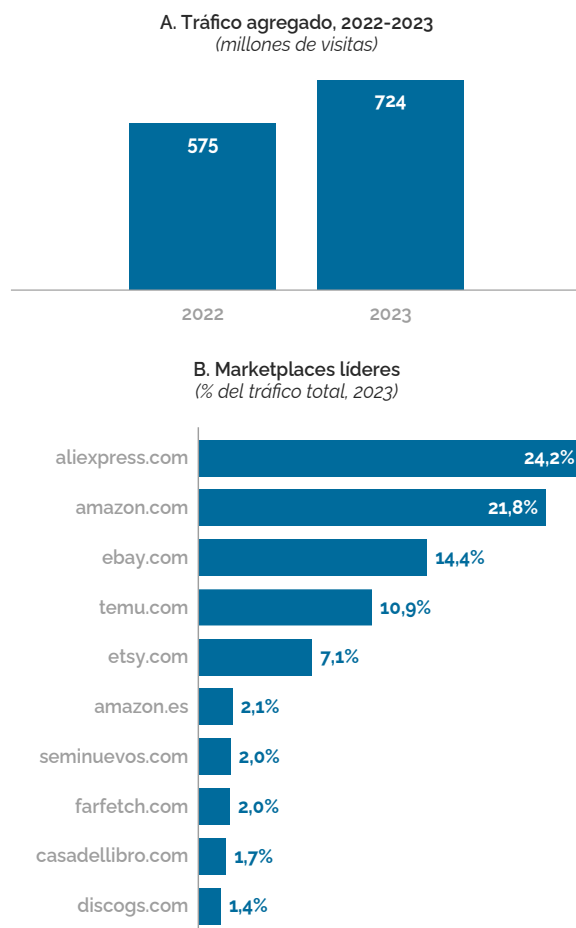
Indicadores seleccionados del entorno del comercio electrónico, México, 2020-2023

Indicador	2020	2021	2022	2023
Abonados activos a banda ancha móvil (por 100 hab.)	80,5	86,4	94	-
Población que utiliza Internet (%)	71,5	75,6	78,6	-
Comercio electrónico transfronterizo (% de ventas en línea)	18,0	9,0	20,0	-
Titulares con Tarjeta de Crédito (% de adultos)	-	-	-	-
Índice de restricción del comercio digital	0,169	0,186	0,178	0,200
Índice Integrado de Desarrollo Postal	35,1	33,0	46,8	-

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

**Figura 5**

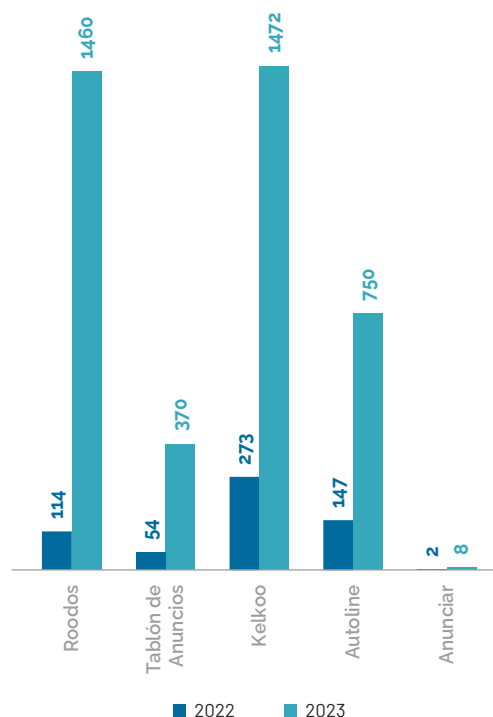
Tráfico desde México en mercados globales extranjeros que realizan envíos a México, 2022-2023



Fuente: LACME.

**Figura 4**

Tráfico en los Marketplace de más rápido crecimiento en México, 2022-2023 (miles de visitas)



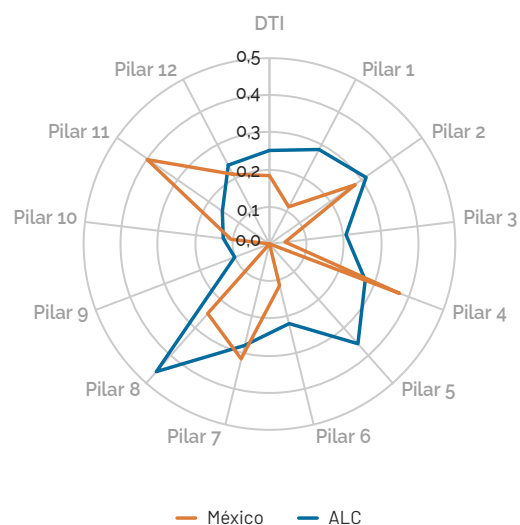
Nota: Los marketplaces están ordenados en orden decreciente de tasas porcentuales de crecimiento anual.  
Fuente: LACME.

### 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 México, 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, México y ALC



**Tabla 3**

RDTI – puntuaciones de los pilares

	ALC	México
índice DTI	0,25	0,18
Pilar 1: Aranceles y defensa comercial	0,29	0,11
Pilar 2: Contratación pública	0,32	0,28
Pilar 3: Inversión Extranjera Directa	0,21	0,04
Pilar 4: Derechos de propiedad intelectual (DPI)	0,28	0,38
Pilar 5: Infraestructura de telecomunicaciones y competencia	0,36	0,00
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	0,25
Pilar 9: Acceso al contenido	0,10	0,00
Pilar 10: Restricciones comerciales cuantitativas	0,13	0,10
Pilar 11: Normas técnicas	0,15	0,40
Pilar 12: Ventas y transacciones en línea	0,24	0,21

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

### México

- [Comercio electrónico para todos los países Perfil](#)
- [Guía comercial de países de la Administración de Comercio Internacional de EE. UU.](#)
- [Perfil del país del proyecto de integración del comercio digital](#)
- [Asociación Mexicana de Ventas Online](#)

### 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](#)