

Destacados



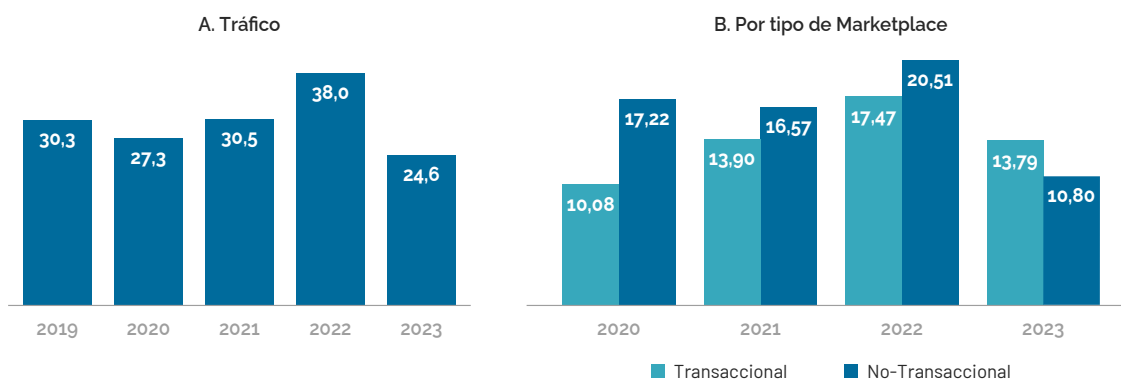
1. Tráfico de Visitas en Marketplace

El tráfico en marketplaces alcanzó 24,5 millones de visitas, una disminución de un 35,3 por ciento respecto al año anterior (Figura 1.A). El descenso se observó tanto en los sitios transaccionales como en los no transaccionales, que disminuyeron un 21,1 y un 47,4 por ciento interanual respectivamente (Figura 1.B). La mayor parte de la actividad en marketplaces en Paraguay sigue concentrada en los mercados nacionales, que representan alrededor del 59 por ciento del tráfico total.

El impacto de Paraguay en el tráfico regional general es menor y representa una contribución del 0,11 por ciento (Figura 3). En 2023, el porcentaje de visitas transfronterizas a sitios dirigidos al país como porcentaje del total de visitas fue del 20,5 por ciento (Figura 2).

Figura 1

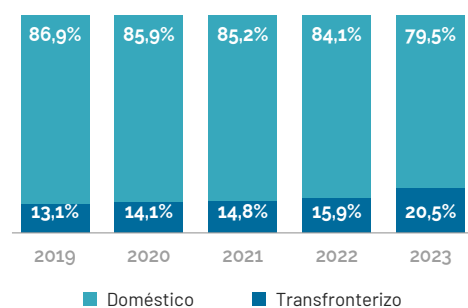
Evolución del tráfico del mercado, Paraguay, 2019-2023
(millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 2

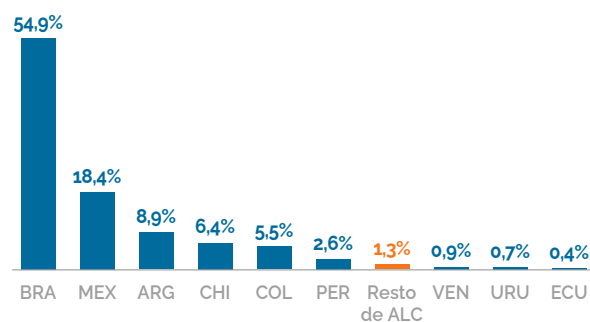
Distribución del tráfico de los sitios web por origen del tráfico de visitantes, Paraguay, 2019-2023 (millones de visitas)



Fuente: LACME.

Figura 3

Distribución del tráfico en Marketplaces entre países, ALC, 2023



Fuente: LACME.

2. Panorama del Sector

En 2023, había 32 marketplaces B2C activos de bienes en Paraguay. Los 10 marketplaces más visitados concentraron el 91,9 por ciento del tráfico total (Tabla 1). Clasipar fue el marketplace más visitado, con el 24,3 por ciento del tráfico total, seguido de Hendyla, con el 18,7 por ciento. El tráfico desde Paraguay a los marketplaces globales extranjeros alcanzaron a 33,3 millones, un 5,3 por ciento menos que en 2022. El sitio global más visitado fue Amazon, con un 29,8 por ciento del tráfico total en los marketplaces globales (Figura 5.B).

Los marketplaces de más rápido crecimiento en 2023 fueron NetiQ; un sitio de cupones de descuentos, Arapota; sitio de anuncios de compra venta de vehículos motorizados; Clasificados.st, Evisos, sitios de anuncios clasificados; y Autoline, sitio de anuncio de compraventa de automotores y repuestos (Figura 4).

Tabla 1

Marketplaces líderes en Paraguay, 2023

Marketplace	Tráfico (mill. visitas)	Tráfico total (%)	Crecimiento anual (%)
Clasipar	6	24,2	-29,9
HENDYLA	5	18,7	-16,7
eBay	3,7	15,2	5,2
Tienda Naranja	2	8,9	-45,7
Mercado Libre Classifieds	1,9	7,5	22,2
PedidosYa	1,4	5,8	-5,4
Evisos	1	4,9	68,5
atuKasa	1	2,7	-6,4
Carden	1	2,1	-21,5
Locanto	0,5	1,9	17,6
Top-10	22,6	91,9	-33,8

Fuente: LACME.

Tabla 2

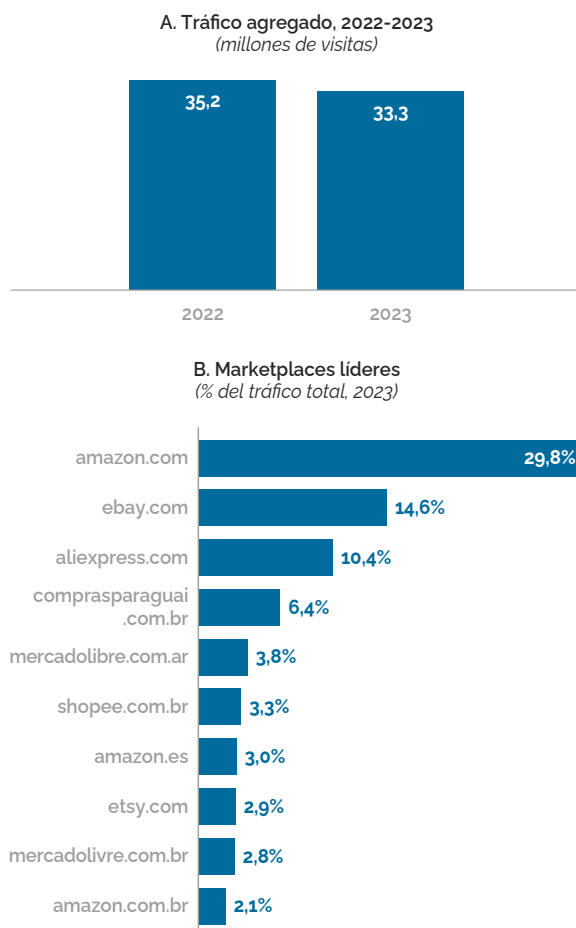
Indicadores seleccionados del entorno del comercio electrónico, Paraguay, 2020-2023

Indicador	2020	2021	2022	2023
Abonados activos a banda ancha móvil (por 100 hab.)	67,0	69,7	70,9	-
Población que utiliza Internet (%)	74,0	77,0	76,3	-
Comercio electrónico transfronterizo (% de ventas en línea)	-	80,0	75,0	-
Titulares con Tarjeta de Crédito (% de adultos)	-	3,24	-	-
Índice de restricción del comercio digital	0,245	0,242	0,230	0,248
Índice Integrado de Desarrollo Postal	21,8	4,7	24,8	-

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

Figura 5

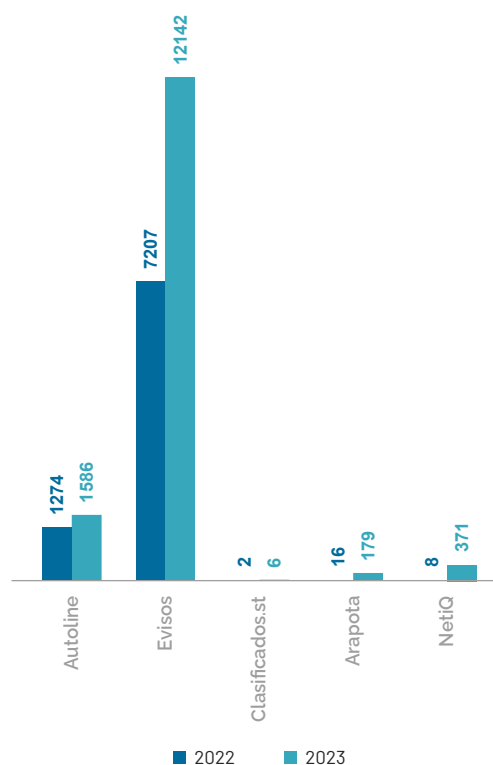
Tráfico desde Paraguay en mercados globales extranjeros que realizan envíos a Paraguay, 2022-2023



Fuente: LACME.

Figura 4

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

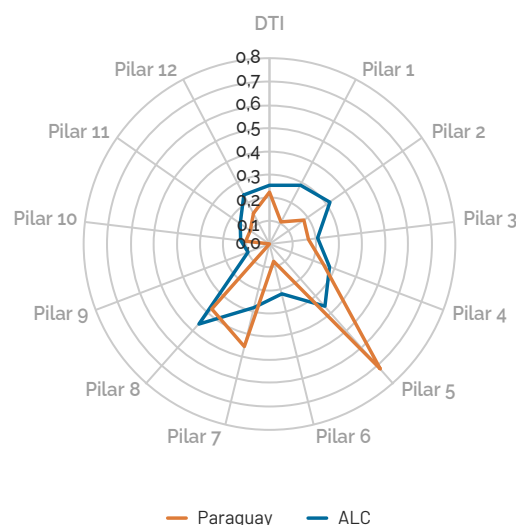


Tabla 3

RDTI – puntuaciones de los pilares

	ALC	Paraguay
índice DTI	0,25	0,22
Pilar 1: Aranceles y defensa comercial	0,29	0,11
Pilar 2: Contratación pública	0,32	0,18
Pilar 3: Inversión Extranjera Directa	0,21	0,17
Pilar 4: Derechos de propiedad intelectual (DPI)	0,28	0,25
Pilar 5: Infraestructura de telecomunicaciones y competencia	0,36	0,72
Pilar 6: Políticas de datos transfronterizas	0,22	0,08
Pilar 7: Políticas de datos nacionales	0,28	0,45
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	0,10
Pilar 11: Normas técnicas	0,15	0,10
Pilar 12: Ventas y transacciones en línea	0,24	0,15

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

Paraguay

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