

## Destacados

 <p>El tráfico total en marketplaces alcanzó los 152,5 millones de visitas en 2023, un 8,4 por ciento menos que en 2022.</p>	 <p>Mercado Libre domina el panorama del sector concentrando el 76,8 por ciento del tráfico total.</p>
 <p>El tráfico en los marketplaces transaccionales cayó mientras que las visitas a sitios no transaccionales crecieron.</p>	 <p>Según estimaciones de la industria, las ventas del comercio electrónico aumentaron un 22% en 2023.</p>

## 1. Tráfico de Visitas en Marketplace

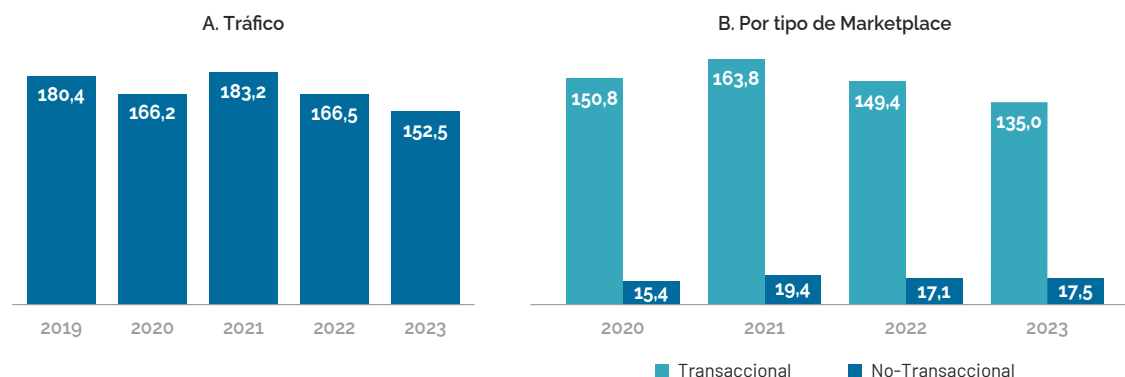
El tráfico en marketplaces en Uruguay alcanzó a 152,5 millones de visitas, un descenso del 8,4 por ciento respecto al año anterior (Figura 1.A). La caída fue liderada por los sitios transaccionales, que disminuyeron un 9,6 por ciento interanual (Figura 1.B). La mayor cantidad de visitas en los marketplaces en Uruguay se concentra en los marketplaces intracontinentales, que representan alrededor del 87 por ciento del tráfico total.

Según la Cámara de Economía Digital del Uruguay, en 2023 las ventas del comercio electrónico aumentaron un 22% con respecto a 2022.

Uruguay es el octavo país más grande de ALC en términos de tráfico, con una participación del 0,67 por ciento (Figura 3). En 2023, el porcentaje de visitas transfronterizas a sitios dirigidos al país como porcentaje del total de visitas fue del 8,8 por ciento (Figura 2).

**Figura 1**

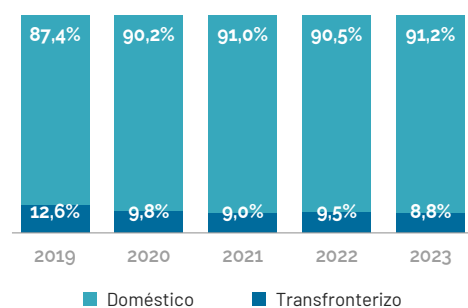
Evolución del tráfico en Marketplace, Uruguay, 2019-2023  
(millones de visitas)



Fuente: LACME.

**Figura 2**

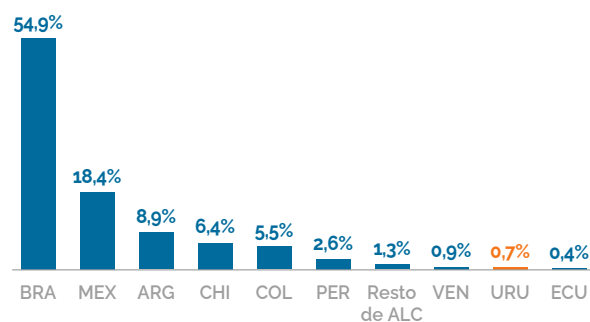
Distribución del tráfico de sitios web por origen del tráfico de visitantes, Uruguay, 2019-2023 (millones de visitas)



Fuente: LACME.

**Figura 3**

Distribución del tráfico en Marketplaces entre países, ALC, 2023



Fuente: LACME.

## 2. Panorama del Sector

En 2023, había 40 marketplaces B2C activos de bienes en Uruguay. Los 10 marketplaces más visitados concentraron el 97 por ciento del tráfico total (Tabla 1). Mercado Libre fue, con diferencia, el marketplace más visitado con el 76,8 por ciento del tráfico total, seguido muy atrás de Gallito, con el 4,3 por ciento. El tráfico desde Uruguay a los marketplaces globales extranjeros ascendió a 50,4 millones, un 6,7 por ciento más que en 2022. El sitio global más visitado fue Amazon, con el 31,4 por ciento del tráfico total (Figura 5.B).

Los marketplaces que más crecieron en 2023 fueron NarvaezBid; un sitio de clasificados orientado a la comercialización de vehículos, repuestos y accesorios; Portal Náutico, un sitio especializado en ofrecer todo tipo de servicios relacionados con el sector naviero; Gugadir; un sitio de anuncios clasificados; Ronda, un sitio de compra y venta multiproductos; y Top Free Ad, un sitio global de anuncios clasificados (Figura 4).

**Tabla 1**

Marketplaces líderes en Uruguay, 2023

Marketplace	Tráfico (mill. visitas)	Tráfico total (%)	Crecimiento anual (%)
Mercado Libre	117,2	76,8	-10,6
Gallito	6,6	4,3	-16,9
Sodimac Homecenter	6,5	4,2	-7,9
PedidosYa	4,5	3,0	-16,0
Locanto	3,4	2,2	56,8
eBay	3,3	2,2	30,4
Castells	2,4	1,5	37,9
Bavastro	1,7	1,1	-22,9
Wedding wire	1,3	0,8	6,1
Evisos	1,2	0,8	59,5
Top-10	147,9	97,0	-8,8

Fuente: LACME.

**Tabla 2**

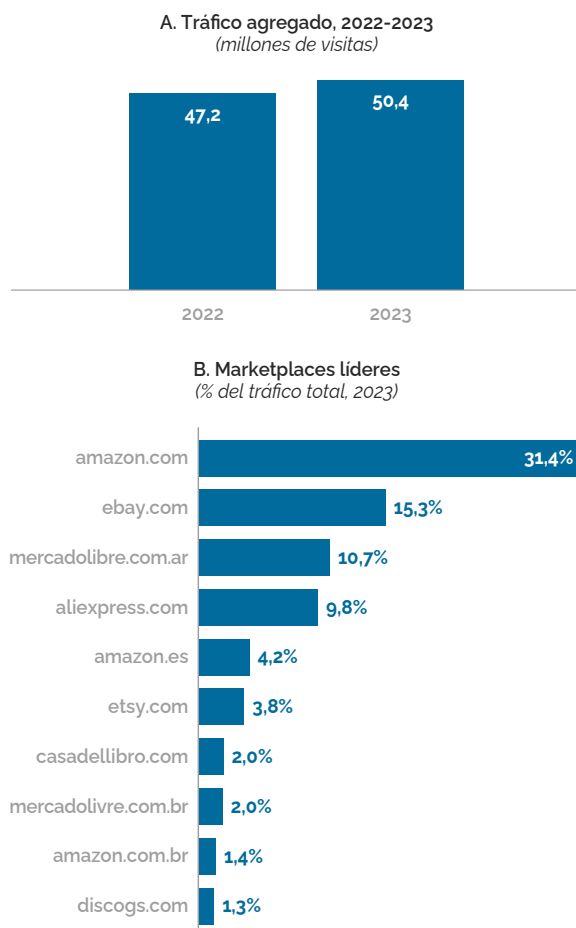
Indicadores seleccionados del entorno del comercio electrónico, Uruguay, 2020-2023

Indicador	2020	2021	2022	2023
Abonados activos a banda ancha móvil (por 100 hab.)	107,0	109,0	116,0	-
Población que utiliza Internet (%)	85,5	87,6	89,9	-
Comercio electrónico transfronterizo (% de ventas en línea)	-	9,0	39,0	-
Titulares con Tarjeta de Crédito (% de adultos)	-	36,5	-	-
Índice de restricción del comercio digital	0,235	0,236	0,245	0,251
Índice Integrado de Desarrollo Postal	-	-	-	-

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

**Figura 5**

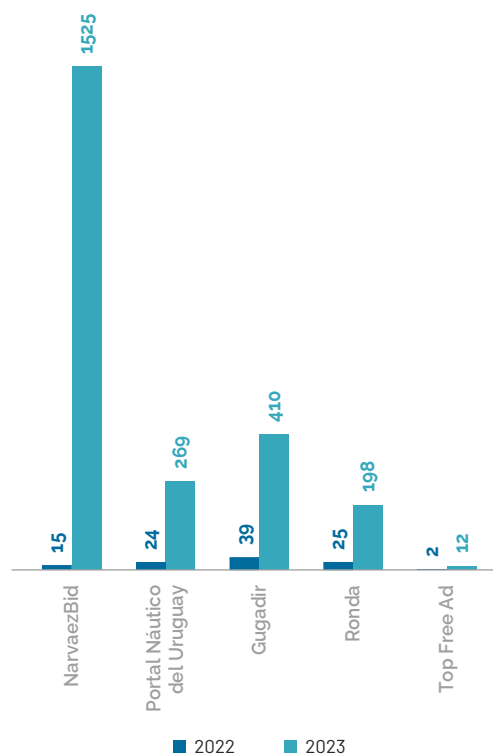
Tráfico desde Uruguay en marketplace globales extranjeros que realizan envíos a Uruguay, 2022-2023



Fuente: LACME.

**Figura 4**

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



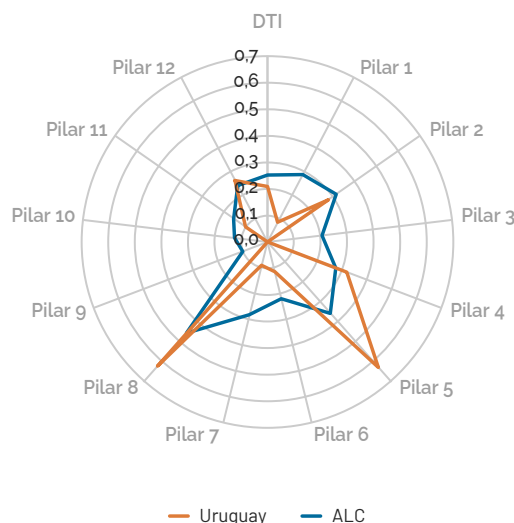
Nota: Los marketplaces están ordenados en orden decreciente de tasas porcentuales de crecimiento anual.  
Fuente: LACME.

### 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 Uruguay 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, Uruguay y ALC



**Tabla 3**

RDTI – puntuaciones de los pilares

	ALC	Uruguay
índice DTI	0,25	0,21
Pilar 1: Aranceles y defensa comercial	0,29	0,08
Pilar 2: Contratación pública	0,32	0,28
Pilar 3: Inversión Extranjera Directa	0,21	0,00
Pilar 4: Derechos de propiedad intelectual (DPI)	0,28	0,32
Pilar 5: Infraestructura de telecomunicaciones y competencia	0,36	0,63
Pilar 6: Políticas de datos transfronterizas	0,22	0,12
Pilar 7: Políticas de datos nacionales	0,28	0,09
Pilar 8: Responsabilidad del intermediario	0,46	0,63
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.

## 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

### Uruguay

- [Comercio electrónico para todos los perfiles de países](#)
- [Guía comercial de países de la Administración de Comercio Internacional](#)
- [Perfil del país del proyecto de integración del comercio digital](#)
- [Cámara de Economía Digital del Uruguay](#)

### 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](#)