



Estudio Nacional de Comercio Electrónico

CON EL PATROCINIO DE:



Este Estudio ha sido posible
gracias al **patrocinio** de:

 **cargoexpreso**

Licencia de uso y confidencialidad

Este documento corresponde al **Estudio Nacional de Comercio Electrónico**, propiedad de la Cámara de Comercio de Guatemala. Su adquisición otorga una **licencia de uso individual, no transferible**, para fines de consulta y análisis interno.

Queda prohibida su reproducción, distribución o difusión total o parcial sin autorización previa. Para uso institucional o acceso por múltiples usuarios dentro de una organización, se requiere una **licencia corporativa**. La información presentada es de carácter **agregado y confidencial**, resguardando en todo momento los datos de las empresas participantes.

Para autorizaciones o accesos corporativos, contactar a: comercioe@ccg.gt

CON EL PATROCINIO DE:



Muestra y Metodología

748 encuestas realizadas

Público objetivo: 18 a 60 años con acceso a internet a nivel nacional.

Encuestas auto-administradas con reclutamiento online

Tiempo de encuesta: 20 minutos aproximados

CON EL PATROCINIO DE:

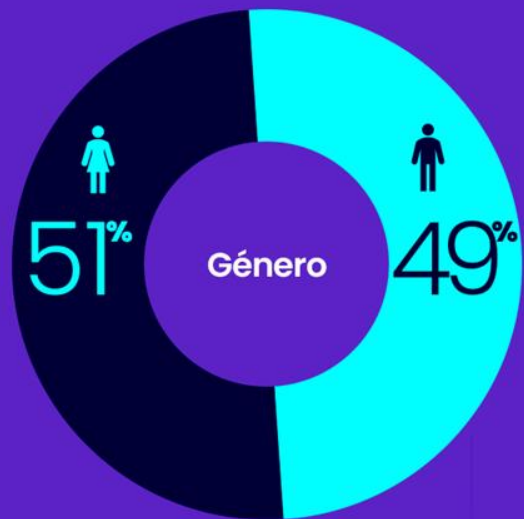


cargoexpreso

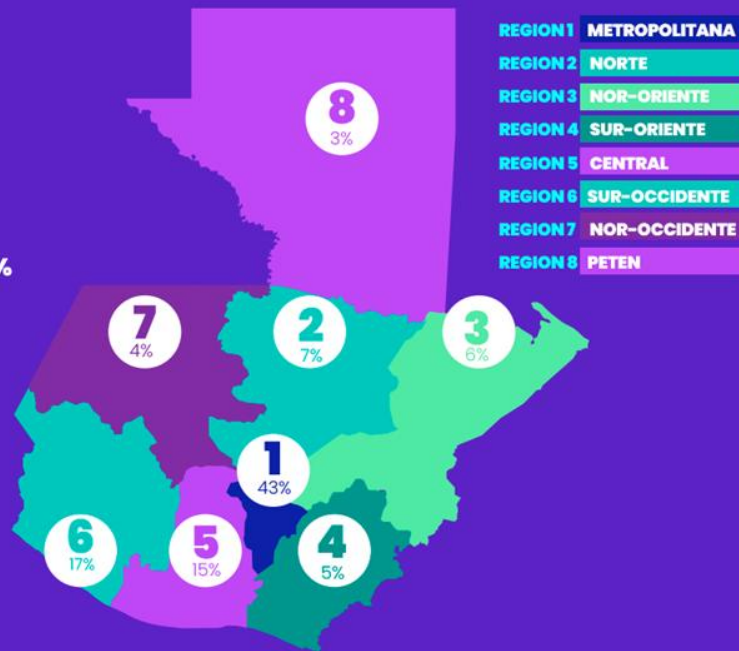


Demográficos - Base Natural

Regiones Guatemala



Edades



Base: 748

- S1. ¿Eres...?
- S2. ¿Cuál es tu edad exacta?
- S3. ¿Dónde vives?



Demanda Compartamiento del consumidor

CON EL PATROCINIO DE:

 **cargoexpreso**



Aproximadamente **4 de cada 10**
usuarios digitales califican como
compradores activos online.



37.4%

Califica como comprador online activo*

*Entendemos como comprador online activo a quien compró en los últimos 6 meses.

62.6%

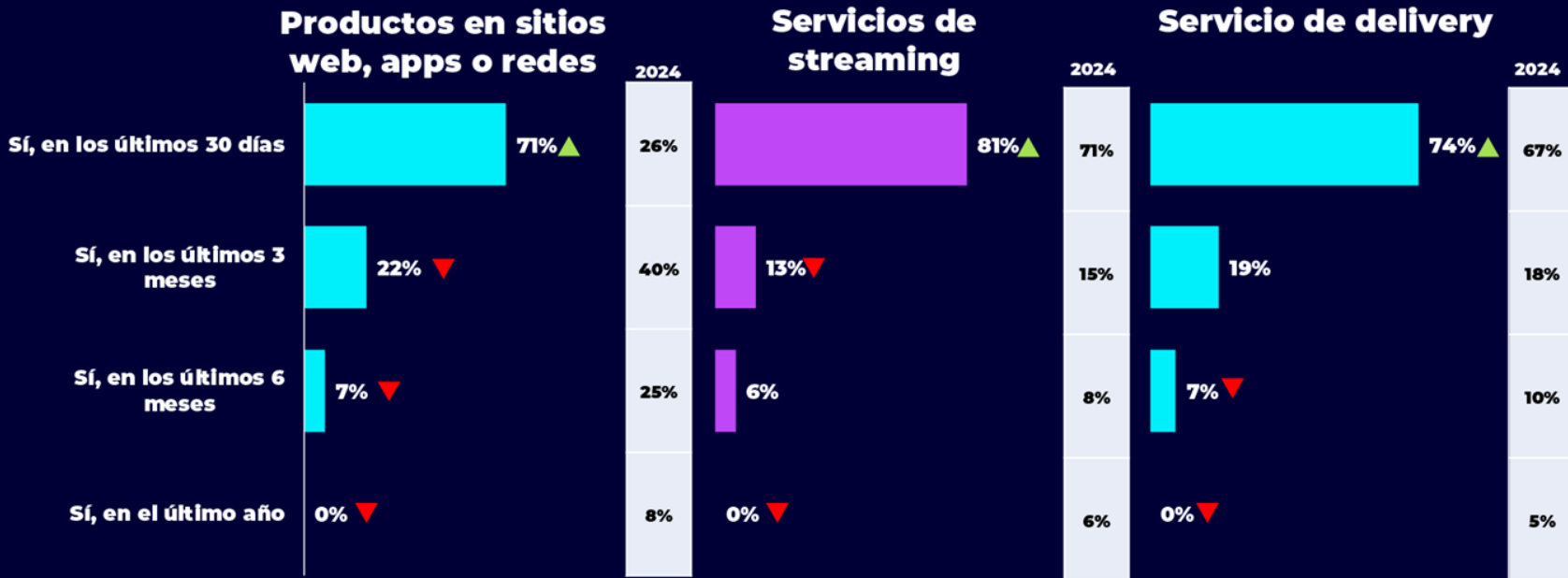
Oportunidad de crecimiento para el comercio electrónico en el país.

La penetración de internet marca el techo natural de crecimiento del comercio electrónico en el país.

Hoy, el **37.4%** del público objetivo digital califica como comprador activo online, mientras que el **62.6%** representa una oportunidad de crecimiento para el comercio electrónico.

Tipo de compra de productos/servicios online

Los servicios de streaming continúan posicionándose como la categoría de mayor uso en los últimos 30 días. Se observa un incremento significativo generalizado, en la compra de servicios y productos en los últimos 30 días



Base Ponderada 2024: 701
Base Ponderada 2025: 748

Diferencias significativas a 95% de confianza

S4. ¿Has comprado algún producto de manera online, es decir, utilizando sitios web, apps o redes sociales?

S5. ¿Has comprado algún servicio de manera online, es decir, utilizando servicios de streaming como Netflix o Spotify?

S6. ¿Has comprado algún servicio de delivery de manera online como UberEats o pedidos Ya?



PAGO SEGURO

★★★★★
\$1,299



Departamento de Comercio Electrónico

Cámara de Comercio de Guatemala

Las compras están concentrándose en el corto plazo

COMPRAR

ENVÍO GRATIS

COMPRA EXITOSA

El consumidor está operando en lógica de:

- Inmediatez
- Necesidad puntual
- Gratificación rápida

Las empresas deben optimizar para:

- Conversión inmediata: 3 clics
- Disponibilidad inventarios actualizados en tiempo real
- Respuesta rápida: automatización

CON EL PATROCINIO DE:



uso individual | intransferible

Descubre cuáles son las categorías más compradas en cada región y qué **productos prefiere** cada generación



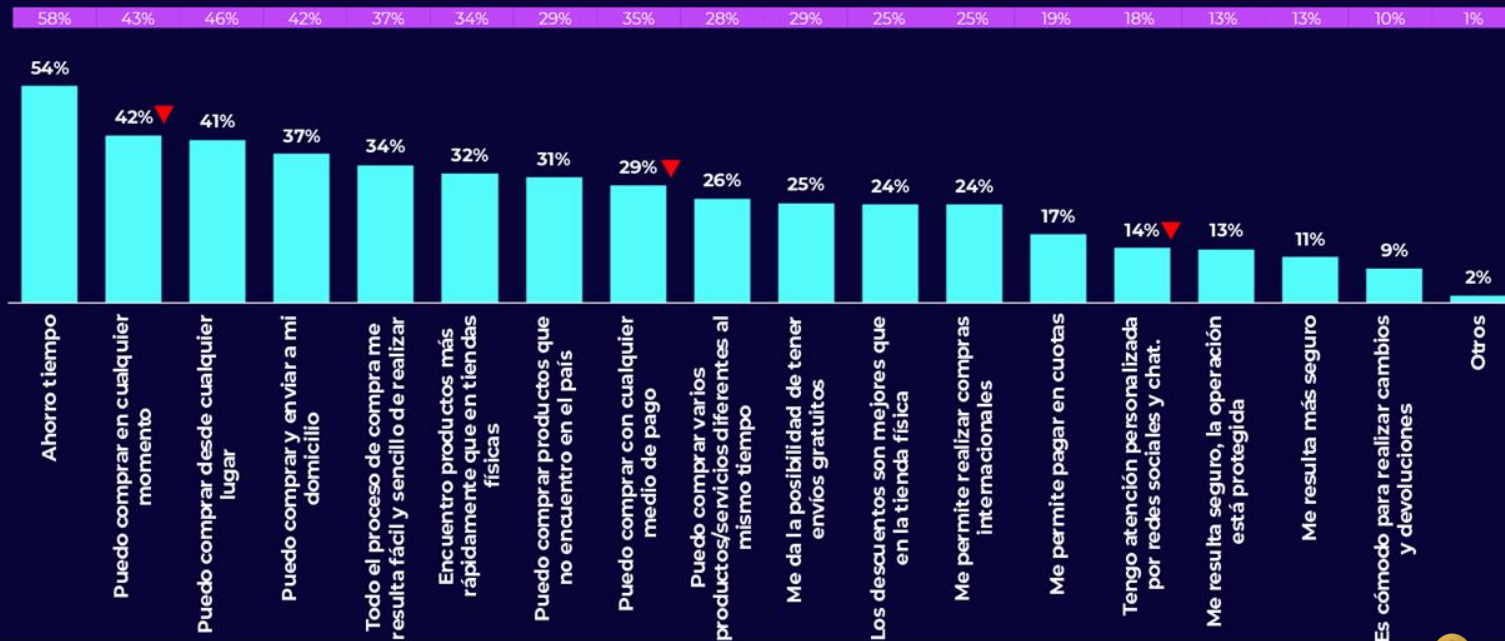
¿Te interesa? Contáctanos para adquirir la versión extendida del Estudio. Incluye tablas comparativas con desglose de edades y regiones.

Comercioe@ccg.gt – 2417 2700 ext 431 – whatsapp +502 4822 4601

Motivos para comprar online

El ahorro de tiempo continua liderando como motivador de la compra en línea, asociado directamente a la flexibilidad que brinda el canal para comprar en cualquier momento y lugar.

2024



▼ ▲ Diferencias significativas a 95% de confianza

2. ¿Por qué motivos compras online (internet, páginas web, redes sociales, etc)? RM:4.6

uso individual | intransferible

Base Ponderada 2024: 701
Base Ponderada 2025: 748



¿Quieres conocer el crecimiento o cambios en las compras locales vrs internacionales por categoría vrs el año anterior?

Contáctanos para adquirir la versión extendida del Estudio. Incluye tablas comparativas con desglose de edades y regiones y categorías de productos

Comercioe@ccg.gt - 2417 2700 ext 431
- whatsapp +502 4822 4601



Departamento de
Comercio
Electrónico

Cámara de
Comercio
de Guatemala



El descubrimiento puede empezar en redes... pero la conversión sigue ocurriendo en la web.

A pesar del crecimiento del social commerce, las páginas web —especialmente desde el celular— se consolidan como el principal canal de compra, evidenciando que el consumidor guatemalteco separa cada vez más el momento de descubrimiento del momento de transacción.

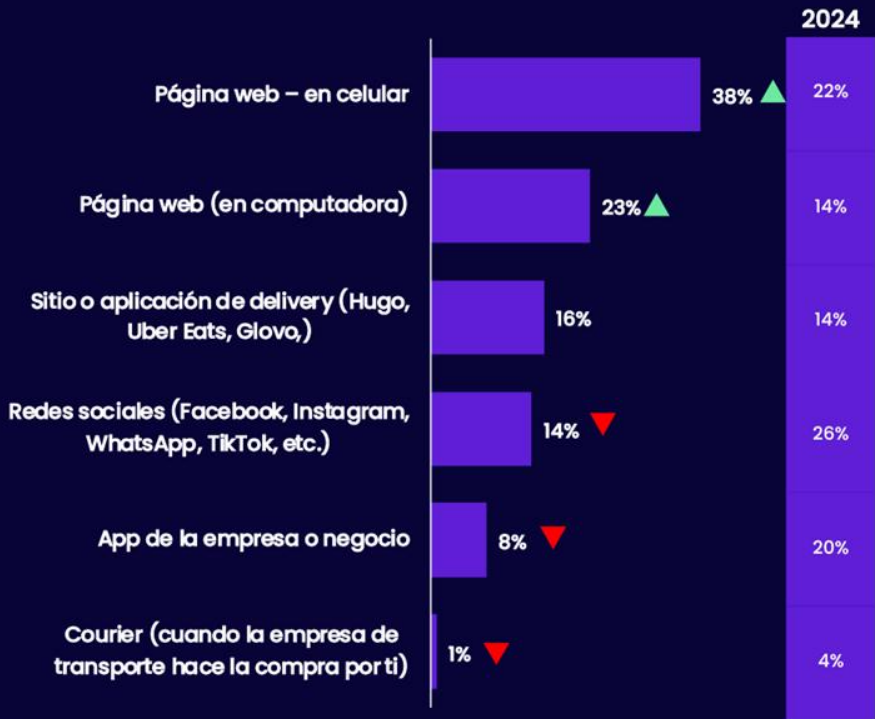
CON EL PATROCINIO DE:

 **cargoexpreso**

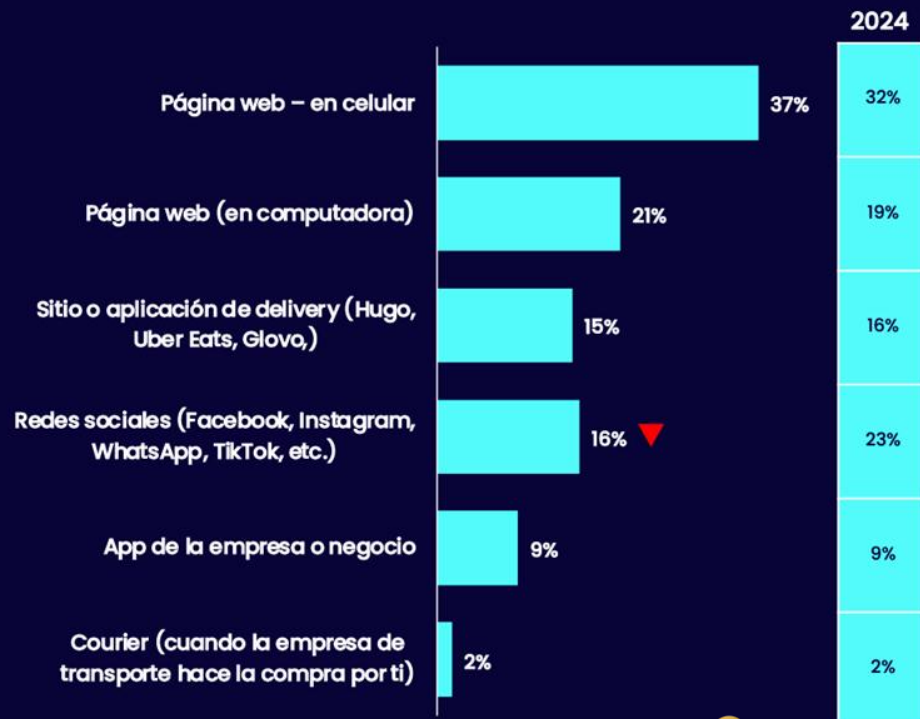
Medio en que hizo su última compra **online**

El uso de páginas web desde el celular se posiciona como el método preferido, mostrando un incremento significativo respecto a 2024. Sin embargo, la última compra se realizó principalmente a través de redes sociales.

ÚLTIMA COMPRA



MEDIO PREFERIDO



▲ ▼ Diferencias significativas a 95% de confianza
 5. ¿A través de qué medios compraste, última compra?
 5.1. ¿Cuál es su medio preferido a la hora de realizar compras en línea?

Descubre qué medios utilizan más en cada región.

Qué medios utiliza cada generación.

Contáctanos para adquirir la versión extendida del Estudio.

Incluye tablas comparativas con desglose de edades y regiones y categorías de productos.

Comercioe@ccg.gt
2417 2700 ext 431 whatsapp +502 4822 4601
(enlace a sitio web pendiente)



MILLENNIALS (25-39)



GENERACION X (40-54)



BOOMERS (55-75)





Departamento de
Comercio
Electrónico

Cámara de
Comercio
de Guatemala



1 de cada 5 realizó su última compra en la app de la marca, **el porcentaje se incrementó significativamente pasando de 21% en 2024 a 32% en 2025**

CON EL PATROCINIO DE:

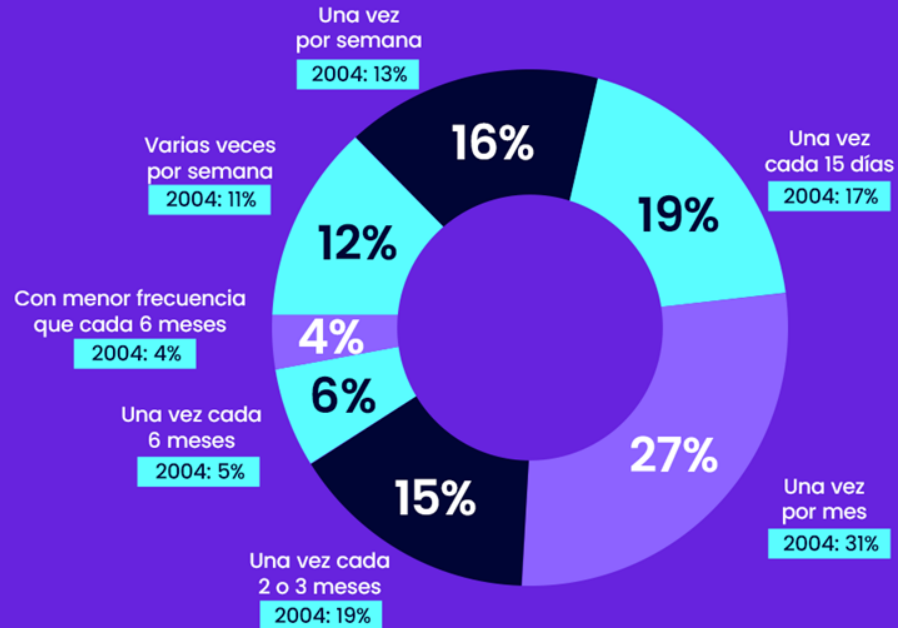
 **cargoexpreso**



uso individual | intransferible

Frecuencia de compra de productos y servicios

Durante el último mes, el 74% compró online, y dentro de este grupo, un 28% lo hace al menos una vez por semana.



Base Ponderada 2024: 701

Base Ponderada 2025: 748

▲ ▼ Diferencias significativas a 95% de confianza

11. En general, ¿con qué frecuencia sueles comprar productos o contratar servicios de manera online? Seleccione una opción RU

Métodos de pago

El pago no es un momento... es un ecosistema de opciones

El consumidor digital guatemalteco no depende de un único método de pago, sino que combina múltiples opciones según contexto, lo que evidencia un ecosistema híbrido donde conviven lo tradicional y lo digital.



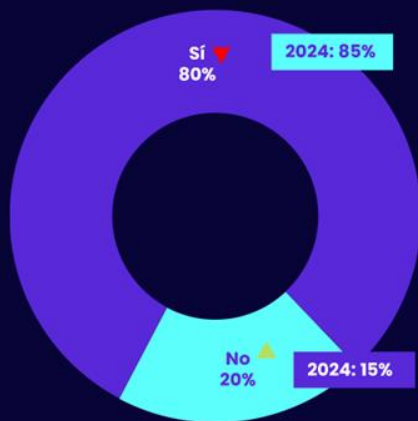
CON EL PATROCINIO DE:

 **cargoexpreso**

Redes Sociales

El 80% ha realizado compras a través de redes sociales, con Facebook como principal plataforma. No obstante, este porcentaje se redujo en 5 puntos porcentuales en comparación con 2024.

¿Has realizado alguna compra utilizando redes sociales?



Base Ponderada 2024: 701
Base Ponderada 2025: 748



Red social en que realizo tu compra



Base Ponderada 2024: 594
Base Ponderada 2025: 601

▲ ▼ Diferencias significativas a 95% de confianza

18. ¿Has realizado alguna compra utilizando redes sociales (incluye apps de mensajería: WhatsApp, FB Messenger, Direct Instagram, Tiktok)?

19. ¿Qué red social utilizaste para comprar?

Accede a la versión extendida con más de 100 páginas de análisis, tablas comparativas, tendencias del consumidor digital guatemalteco y la sección empresarial que funciona como un benchmark país sobre como está el ecosistema actual de ventas en línea.

Contáctanos a comercioe@ccg.gt o adquiérelo en www.comercioelectronico.com.gt

CON EL PATROCINIO DE:

 **cargoexpreso**