



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

Informe e-País en Portugal Mayo 2017

Este estudio ha sido realizado por
Henar Vicario Rodríguez bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lisboa

INFORME E-PAÍS EN PORTUGAL

El 90% de la población portuguesa cuenta en sus hogares con un ordenador, una tablet o un teléfono inteligente, y se prevé que para 2020 el principal dispositivo por uso sea el teléfono inteligente.

Las características principales relativas al uso de dispositivos digitales son las siguientes:

- Entre 2002 y 2014 el número de individuos que usan el ordenador se ha triplicado, superando el 65% de la población.
- El 64,6% de la población portuguesa accede diariamente a internet, con una diferencia entre hombres (68,6%) y mujeres (60,9%).
- En febrero de 2016 se contabilizaron 6,17 millones de usuarios con *smartphones*, según datos del último barómetro de telecomunicaciones Marktest, es decir, un aumento del 89% respecto al observado en abril de 2013.
- La contratación se da predominantemente en la región de Lisboa (el 78%). Si se compara con el resto de la UE, el ritmo de crecimiento en el acceso por banda ancha es más lento en Portugal, donde la proporción de unidades familiares con banda ancha en el hogar es del 63%, mientras en la UE-28, la media extraída es de casi el 80%.

El perfil del habitante digital es de hombre, con estudios secundarios o superiores de hasta 44 años, residente en Lisboa. Además, la franja de edad de los usuarios de internet varía en función del objetivo: si el objetivo es principalmente lúdico la franja de edad se encuentra entre los 16 y los 24 años, mientras que si el objetivo son las compras online el rango de edad va desde los 25 a los 33 años.

El método de pago más popular para transacciones transfronterizas es PayPal (usado por el 84% de los consumidores, debido a la seguridad, conveniencia y rapidez., y el gasto medio individual se estima en unos 494 euros anuales, con una media de 8 compras dentro del periodo anual con un valor aproximado de 61 euros.

El 70% de los adultos con acceso a internet admiten haber realizado compras online en el último año, y el 40% espera aumentar sus gastos online en los próximos 12 meses. La principal razón es, para el 75% de los encuestados, la conveniencia de las compras, para el 28 es ahorrar dinero, alteraciones en los ingresos disponibles el 25%, conseguir envíos más baratos (el 23) y más rápidos (18).

En cuanto a las empresas, éstas todavía no están completamente adaptadas al mercado digital. Si bien la mayoría de ellas cuentan con acceso a internet en sus comercios y página en internet, apenas un 19% de las empresas portuguesas realiza algún tipo de interacción comercial a través de internet.

Las redes sociales también tienen una dimensión destacada entre la población, principalmente Facebook, LinkedIn, Instagram y Twitter. El motivo del acceso a estas plataformas es para comunicarse con otros usuarios y para ver información que otros comparten. Las empresas, por su parte también usan las redes sociales para aumentar su potencial. El 32,9% de las empresas cuenta con algún tipo de red social, y el 25,7% planea adoptarlo en un periodo de 24 meses, frente a un 31,4% que no tiene intención de adoptar ningún tipo de digitalización en su negocio. En términos de utilización de las redes sociales por las empresas, el 89% usa habitualmente linkedin en su negocio, el 87% afirman tener una cuenta en Facebook, el 62% tienen cuenta en Google+, el 50% en Youtube y el 41% en Twitter.

Respecto al país del que más compran los portugueses¹, el país que recibe más pedidos de los *e-shoppers* portugueses es China con un 32%, seguido de España con el 20%, Reino Unido con el 15%, Estados Unidos (9%) y Francia (7%).

Tabla 1 Origen de los proveedores online de empresas portuguesas.

	2011	2013	2015
Compras realizadas a proveedores			
- Situados en Portugal	17	16	21
- Situados en Europa	8	11	12
- Situados en el resto del mundo	2	5	6

Naciones Unidas mide el desarrollo tecnológico de los países² a través de mediciones en diferentes aspectos, como el número de teléfonos móviles por cada 100 habitantes, la intensidad de penetración de las nuevas tecnologías, número de hogares con acceso a internet y otros indicadores relativos a las habilidades tecnológicas. Este índice coloca a Portugal en la posición 30 de 143 países, por encima de España (que ocupa el puesto 35).

Destaca el alto índice de piratería, y la producción de leyes relacionadas con tecnologías de la información y comunicación. Más interesante es la poca eficiencia de estas leyes, constatado bajo el índice que mide la eficiencia del marco regulatorio para la resolución de disputas de esta índole; en este caso Portugal se encuentra a la cola, en el puesto número 113.

Otro de los aspectos consultados para medir el desarrollo tecnológico de un país es la producción de electricidad, medida en kW per cápita. Portugal produce 4832.4 Kw per cápita, situándolo en el puesto 45. Se mide asimismo el porcentaje de penetración de cobertura móvil, que alcanza un 99% del país

Los datos obtenidos sobre la facturación digital en Portugal arrojan resultados positivos con una cifra de 1.320 millones de euros facturados en 2016. En esta cifra se incluye la facturación obtenida por los *pure players*, o empresas cuya presencia se limita exclusivamente a internet, y la facturación obtenida por las ventas que siguen una estrategia omni-canal.

¹ Cross Border e-commerce shopper survey2016

² ICT Development Index, Naciones Unidas

Tabla 2 Ventas por canal (millones de euros). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euro-monitor

TIPO DE CANAL	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Venta exclusivamente a través de internet						
- Internet Pure Play	170,9	179,7	209,7	222,9	250,2	275,4
Venta omnicanal						
- Internet retailing - Venta por móvil	-	42,2	58,3	76,7	127,1	177,8
- Internet retailing - el resto	582,7	621,8	686	766,8	816,1	867,7
TOTAL VENTA REALIZADA POR INTERNET	753,6	843,7	954	1066,4	1193,4	1320,9

Ropa y calzado son los productos que lideran las ventas digitales en estos medios, con una facturación de 237,2 millones de euros. A esta categoría le sigue la de los productos multimedia, con un valor de 203 millones de euros. Es destacable que los productos para animales de compañía han experimentado un crecimiento del 201%, los aparatos electrónicos un 116% y los productos para el hogar un 134,3%.

Se espera que en los próximos años los productos para mascotas triplique sus ventas, y que los productos electrónicos se dupliquen. Por otro lado, las ventas de videojuegos con soporte físico han decaído notablemente, y se espera que la tendencia sea a la baja, dejando paso a juegos móviles u online.

Las principales empresas que conforman el mercado portugués son: Sonae SGPS SA, con una cuota de mercado del 15% a través de Continente y Wortenn, Apple con un 5,2% de cuota de mercado e Inditex con un 4,3%.