
2023



Informe e-País: El comercio electrónico en Túnez

Septiembre 2023

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Túnez

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



6 de septiembre de 2023
Túnez

Este estudio ha sido realizado por
la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Túnez

<http://tunez.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-016-3

Túnez fue el primer país de África en estar conectado a internet en 1991 y actualmente es el tercer país africano en términos de penetración de internet, por detrás de Kenia y las Islas Seychelles. Desde la década de 2000, Túnez ha emprendido reformas para beneficiarse del comercio electrónico. El Plan Estratégico Nacional "Tunisie Digitale 2025", lanzado en 2021, pretende convertir el sector de las TIC en una palanca fundamental del desarrollo socioeconómico. Estas acciones, encaminadas a la transformación digital del país y al desarrollo del comercio electrónico, han permitido a Túnez ocupar el primer puesto de África del Norte, 77º a nivel mundial, en el índice de desarrollo del comercio electrónico B2C 2020 de la UNCTAD. Sin embargo, a pesar de los avances en términos de infraestructuras y servicios TIC, el bajo nivel de coordinación entre las instituciones y la falta de voluntad política limitan el desarrollo de un entorno propicio para el desarrollo del comercio electrónico.

Túnez, con una población de cerca de 12 millones de habitantes, cuenta con 9,69 millones de usuarios de internet, que representan el 79% de la población total y crecen a un ritmo del 5% anual. A fecha de enero de 2023 había 8,03 millones de usuarios activos de redes sociales (72,7% de la población), registrando la primera caída en usuarios (-609 000)¹. Las tasas de utilización de Internet (79% en 2022), de penetración de la telefonía móvil (134,7% en 2022), y de penetración de Internet móvil en Túnez (89,3% en 2022) son muy superiores a las de países en desarrollo y a la media mundial².

El volumen de negocio del *eCommerce* ha pasado 111,6 millones de dólares en 2015 a 470,2 millones de dólares en 2023³, y se espera, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR 2023-2027) del 13,7%, alcance los 786,1 millones de dólares en 2027. Los principales sectores en comercio electrónico son comida y cuidado personal (que representan el 25% de los ingresos del *eCommerce*), electrónica (22,5%), moda (20,4%), muebles y electrodomésticos (16,7%) y juguetes y otros (15,50%).

La pandemia de la Covid19 supuso un impulso para el comercio electrónico en Túnez. Sin embargo, el consumidor tunecino sigue optando por el comercio tradicional. Este comportamiento se explica principalmente por las limitaciones en los medios de pago y la no convertibilidad del dinar tunecino. El medio de pago preferido por el consumidor tunecino es el pago contra reembolso (84%⁴). Solo el 23% de los consumidores tunecinos realizan compras online: 11% únicamente compran online y 12% compran tanto online como offline. Estas cifras varían considerablemente entre sectores.

El *e-commerce* C2C es el primer acercamiento a la compra online para muchos tunecinos. Las redes sociales influyen en numerosos aspectos de la vida en Túnez, especialmente entre los jóvenes. En términos de *e-commerce*, los vendedores informales aprovechan estas redes sociales,

¹ <https://www.digital-discovery.tn/chiffres-reseaux-sociaux-tunisie-2023/>

² <https://www.cdcp-tn.com/technologie/chiffres-cles-dinternet-et-des-reseaux-sociaux-en-tunisie-en-2022/>

³ Stasita

⁴ Según la encuesta de consumidores realizada por la UNCTAD en 2021

principalmente Facebook e Instagram para acceder al consumidor, ofreciendo una amplia oferta de productos y aceptando el pago contra reembolso.

Aunque el uso del francés está generalizado y el inglés gana importancia, especialmente entre las generaciones más jóvenes, el idioma principal es el árabe dialectal del país.

El principal Marketplace generalista en Túnez es Jumia (18,1% en 2022, una cuota inferior a la de 2021). Le siguen Mytek SA (4,5%), Tunisianet SA (3,4%) y Decathlon (2,5%).

El comercio electrónico B2B es todavía marginal en Túnez. Existen algunos Marketplace que funcionan más como showroom que como punto de venta. Facebook es la red más habitual para comunicación entre las empresas tunecinas.

Las tiendas omnicanal en Túnez son principalmente de los sectores de electrónica, moda y calzado y perfumería.

Las marcas españolas de moda (Inditex y Mango) son el único sector con tienda online en el país. Marcas españolas de otros sectores se pueden encontrar en Marketplace como Jumia.

En 2022, el número de comercios electrónico, tiendas y *Marketplace* conjuntamente, creció más de un 17% hasta superar los 1680. Sin embargo, solo el 62,1% de estos comercios electrónicos estaban totalmente activos (una transacción en el último año) a finales del primer trimestre de 2023⁵.

Túnez, con la Ley 2000-83, de 9 de agosto de 2000, fue uno de los primeros países de la región en adoptar una legislación dedicada a las transacciones y comercio electrónicos. Actualmente, consumidores y profesionales tunecinos consideran que el marco jurídico y reglamentario del comercio electrónico es incompleto, no se aplica estrictamente y es poco visible.

Mayor flexibilidad en medios de pago supondría un gran impulso al desarrollo del comercio electrónico, sobre todo el *e-commerce* transfronterizo, prácticamente inexistente en Túnez resentido por la rigidez de la normativa sobre divisas y, en particular, de la dificultad de los consumidores y comerciantes para acceder a cuentas en divisas y tarjetas bancarias internacionales.

⁵ https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/Bulletin_des_paiements_004.pdf

CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en Túnez](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Túnez.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Túnez, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones