

Informe e-País en Uruguay Noviembre 2017

Este informe ha sido realizado por
Alejandro Borondo Campello, bajo la supervisión
de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Montevideo

El presente Informe E-País ofrece una panorámica del estado del comercio electrónico en Uruguay, apoyándose en estudios e informes recientemente publicados. Se incluyen cifras de utilidad, análisis de la demanda y de la oferta digital, previsiones, fuentes de información y otros datos que ayudan a comprender la actualidad del *e-commerce* en el país.

Uruguay cuenta con una población de 3.412.000 habitantes, según los datos del último censo, publicado en 2011. Según las estimaciones de la propia publicación, en 2017 habría 3.490.000 habitantes en el país. De estos, un 80% sería usuario de Internet, siendo uno de los países mejor conectados de América Latina y obteniendo cifras similares a la media de la OCDE.

El gobierno ha venido realizando un importante esfuerzo por mejorar la conectividad de todos los uruguayos, mediante planes gubernamentales como el Plan Ceibal y el Plan Ibirapitá y ha conseguido que las brechas socioeconómicas y geográficas se hayan reducido notablemente en los últimos años.

Uruguay encabeza el ranking de la región en acceso a Banda Ancha Fija y en calidad de conexión a Internet, ya que combina la velocidad de descarga promedio más alta de América Latina con el precio más bajo. También es líder en Gobierno Electrónico en la región, habiendo digitalizado una alta proporción de trámites.

Respecto a las compras en Internet, 1.290.000 uruguayos afirman haber realizado algún pago *online* durante el último año, 270.000 personas más que en 2015. De esta forma se realizan 830.000 operaciones mensuales mediante comercio electrónico que movilizan 76 millones de dólares. Además, otras transacciones como Uber y los pedidos de comida a domicilio, ambos servicios muy extendidos en Uruguay, suman otros 25 millones de dólares mensuales.

Los productos que más demanda tienen por Internet son los aparatos electrónicos, los productos del hogar y para la reparación, vestimenta, calzado y complementos y los servicios relacionados con los viajes. La forma más habitual de compra *online* por parte de los uruguayos es mediante un mercado electrónico o *marketplace*, donde Mercado Libre es el más popular. Es por ello que se recomienda la presencia de la empresa en dicho mercado, ya que un 64% de las compras por Internet se hacen a través de estas plataformas.

Aunque Uruguay encabeza la región en distintos parámetros de conectividad, el comercio electrónico tiene mucho margen de mejora. Desde los órganos gubernamentales se le califica de inmaduro y presenta problemas que dificultan el llevar a cabo una operación por Internet. La no digitalización de las empresas físicas, la logística y los medios de pago son los principales problemas del comercio electrónico en el país.

Dentro de los medios de pago existentes en el país, encontramos una gran variedad. Aunque el pago con tarjeta de crédito es el más extendido, el pago directo al vendedor, el depósito en redes de pagos y cobranzas y el depósito bancario son otros de los medios de pago habituales en Uruguay.

No existen datos fiables sobre el comercio entre empresas y consumidores (B2C), entre empresas (B2B) o entre consumidores (C2C) pero los datos apuntan a que el comercio C2C tiene una alta importancia en el país.

El gobierno uruguayo también complica el comercio electrónico con el extranjero, en una medida tomada para proteger el mercado local, ya que tan solo permite tres compras *online* en el exterior al año por persona física que no deben exceder de los 200 dólares del valor CIF ni de los 20 kg de peso.

El tiempo medio de conexión a Internet por parte de los uruguayos es de 4,4 horas al día, conectándose mayormente desde el dispositivo móvil. Se contabilizan 2,2 millones de *smartphones* en el país, siendo el dispositivo digital más presente en los hogares (78%).

Respecto a los contenidos digitales, las plataformas *on demand* han entrado con fuerza en el país. Spotify para escuchar música y Netflix a la hora de ver películas o series *online* son las segundas más utilizadas, ambas por detrás de YouTube.

En las redes sociales Facebook sigue siendo la más popular, seguida muy de lejos por Pinterest, Twitter e Instagram. Del mismo modo los uruguayos usan Google como buscador principal muy por encima de Bing y Yahoo!.

Se puede afirmar que Uruguay es de los pocos países donde el nivel de digitalización del gobierno es mayor que el desarrollo del mismo en el sector privado. Las transacciones y el dinero movilizado por el comercio electrónico cada vez serán mayores, gracias a las nuevas generaciones que crecen familiarizadas con el mundo digital, y eso debe llevar a las empresas a abrirse al mundo electrónico. La empresa argentina Mercado Libre fue pionera en este sentido dentro del país y ahora mismo es la líder indiscutible del comercio electrónico. Otras oportunidades de negocio en el país relacionadas con el sector apuntan hacia los medios de pago y la logística, así como los relacionados con la defensa del consumidor y de la empresa en posibles conflictos digitales.