
Situación de la economía digital, el comercio electrónico y el ecosistema FinTech en Uruguay

Situation of the digital economy, electronic commerce and the FinTech ecosystem in Uruguay

Roy Mora-Vega

Universidad Nacional
Heredia, Costa Rica
roy.mora.vega@una.ac.cr

Maricruz Murillo-Vega

Universidad Nacional
Heredia, Costa Rica
maricruzmuriv@gmail.com

Hugo Fonseca-Arguello

Universidad Nacional
Heredia, Costa Rica
hugo.fonseca.arguello@una.ac.cr

RESUMEN: El artículo analiza la situación de la economía digital en el Uruguay, particularmente en relación con el comercio electrónico y el surgimiento de empresas FinTech. Este es un sector que refleja la creciente importancia que tiene la economía digital como impulsor de la actividad económica de un país pequeño y en vías de desarrollo. Resalta el potencial que tiene este sector para contribuir a la formalización e inclusión económica y financiera. Se emplea una metodología descriptiva y exploratoria, y una compilación de información de varias fuentes, recurriendo al uso de fuentes secundarias de variables cualitativas y cuantitativas. Una de las conclusiones de este trabajo es que Uruguay, a pesar de ser un país pequeño, es uno de los más avanzados en digitalización en América Latina, sin embargo, siguen existiendo importantes brechas y oportunidades de mejora y crecimiento en este sector.

PALABRAS CLAVE: economía digital, comercio electrónico, FinTech, Uruguay

ABSTRACT: This Article analyze the “state of the art” of the digital economy in Uruguay, particular in terms of its relationship with the ecommerce and the develop of the FinTech sector. This is a sector that reflects the increasing importance of the digital economy in the last time as a propeller of the economy activity in a small developing country. Highlight power to contribute to it formalization and the financial and economic inclusion. The use of an exploratory and description methodology and a compilation of some relevant information related from various sources, recurring to the use of secondary quality and quantity variables. One of the conclusions found in this paper is that in Uruguay, instead of be a small developing country has one of the advance digitalization frameworks in Latin America, however, have important gaps and opportunities of improvement and developing items in the sector.

PALABRAS CLAVE: digital economy, ecommerce, Fintech, Uruguay

Recibido: 03-03-2021 | Aceptado: 25-04-2021

CÓMO CITAR (APA): Mora-Vega, R. et al. (2021). Situación de la economía digital, el comercio electrónico y el ecosistema FinTech en Uruguay. *InterSedes*, 22(45), 204-219. DOI 10.15517/isucr.v22i45.46088

Introducción

Con el proceso de globalización, la masificación de las tecnologías y el exponencial crecimiento de la digitalización de la actividad económica la mayoría de los países del mundo han empezado a debatir sobre la economía digital. En espacios relevantes como el G7 se han realizado esfuerzos por crear una hoja de ruta para la economía digital y a nivel regional existen esfuerzos en el Mercosur, Alianza del Pacífico, CARICOM y el SICA (BID, 2018). Por otro lado, en el caso de la Organización Mundial del Comercio (OMC), ya la expresión de 'comercio electrónico' toma auge y formalismo desde 1998 donde se promueve su conceptualización.

Si bien la economía digital, dependiendo de la definición que se adopte, representa entre el 4,5 % y el 15,5 % del PIB mundial (UNCTAD, 2019), existe una serie de datos que reflejan su exponencial posicionamiento como una tendencia a tomar en consideración. Por ejemplo, el comercio electrónico global se duplicó entre 2013 y 2015, llegando a un valor de 25 billones de dólares, para 2016 se estimó que un 12% de los bienes eran vendidos por el canal electrónico transfronterizo, mientras que en 2005 menos del 20% de los hogares tenía acceso a Internet, en 2017 dicho valor ascendía a 54% y para 2025 se estima que la economía del compartir o *sharing economy* (e.g. Airbnb, uber) alcanzará un valor casi 24 veces mayor al de 2014 (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2018).

En ese sentido el artículo busca analizar la situación de la economía digital en el Uruguay, particularmente en relación con el comercio electrónico y el surgimiento de empresas FinTech, temas indicadores de la creciente importancia que tiene la economía digital como impulsor de la actividad económica de un país pequeño y en vías de desarrollo.

Se empleó una metodología descriptiva y exploratoria. Se recurre al uso de fuentes secundarias de análisis de variables cualitativas y cuantitativas. La información recabada se obtuvo mediante una búsqueda y compilación de datos en fuentes oficiales de organismos internacionales, gobierno, cámaras y medios de comunicación.

Economía digital, comercio electrónico y FinTech: Marco conceptual

La era digital lleva consigo la introducción de nuevos conceptos, los cuales como menciona el Director General de la Organización Mundial del Comercio, Roberto Azevêdo (2020) existe pocas normas internacionales que faciliten el comercio electrónico, o en cuanto a la economía digital no consta de una definición generalmente aceptada (UNCTAD, 2019). Esto debido a la novedad que implica dichas prácticas en el mundo, sin embargo, la CEPAL (2013) presenta a la economía digital como un facilitador que evolucionó por el surgimiento de productos y servicios digitales basados en plataformas, que se desarrollan a través de operaciones de medición y reunión de datos por medio de internet.

Adicional, menciona que la economía digital está compuesta por el internet que facilita las actividades sociales y económicas, la infraestructura de telecomunicaciones, la computación en la nube, las industrias TIC y las redes móviles (CEPAL, 2013). Asimismo, presenta la infraestructura de banda ancha (en referencia a la conectividad nacional y extranjera, las redes de acceso local), los beneficiarios finales (gobierno, empresas e individuos) y las empresas de aplicaciones TIC (servicios facilitados por la industria tecnológica) como los tres elementos vitales, que, según su grado de desarrollo, establecen la madurez en la economía digital de los países (CEPAL, 2013).

Dentro de los procesos de negocios en la economía digital se encuentra el comercio electrónico, el cual, semejante a la economía digital utiliza las redes de telecomunicación, en especial el internet para transacciones (Rodríguez & Bernal, 2003). La Organización Mundial del Comercio (1998) describe el comercio electrónico como “la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos” (p. 1).

De igual forma, la Comisión Europea (Comisión Europea, 1997, en Rodríguez & Bernal, 2003) establece el comercio electrónico como cualquier acción en la cual las empresas, consumidores o administraciones interaccionen y hagan negocios entre sí, con la profundización del concepto al añadir, transacción comercial electrónica, dinero electrónico, validez y seguridad de las transacciones. Por otra parte, la OCDE (UNCTAD, 2015) contempla que

tanto la entrega como pago de los bienes y servicios vendidos por medio de la web, pueden no ser en línea, y amplia al mencionar a los gobiernos, y organizaciones público o privadas dentro de los actores con actividades comerciales electrónicas.

Las diferencias en el concepto de comercio electrónico se deben en ciertos casos a los cambios a través del tiempo, así como puede depender de la actividad económica. Visto desde el comercio de servicios, se expone como el que comprende tres distintos tipos de transacción, primero el abastecimiento de acceso a la red para empresas y consumidores, segundo, productos de servicios que se entreguen en corrientes de información digitalizadas y, por último, el uso del internet mediante el cual se adquieren servicios y bienes en la red, pero se distribuye en forma no electrónica (OMC, 1998).

Por otra parte, FinTech concebido desde el Financial Stability Board (Furche, Madeira, Marcel, & Mede, 2018) se entiende como “las innovaciones en servicios financieros facilitadas por la tecnología que podrían traducirse en nuevos modelos de negocios, aplicaciones, procesos o productos, con un efecto material asociado en la prestación de servicios financieros. El nombre viene de la unión de las primeras sílabas de las palabras finance y technology.” (p.41) La concepción de actividades que pueden ser conocidas como FinTech es muy amplio, debido al constante cambio en las definiciones, por ejemplo, en el pasado se consideraba las tarjetas de crédito, cajeros automáticos y transferencias electrónicas como innovación FinTech y ahora son de uso común (Furche P. , Madeira, Marcel, & Mede, 2018).

En la actualidad, las criptomonedas, mecanismos de financiamiento colectivo, prestamos persona a persona e inteligencia artificial son algunos de los amplios campos de los productos y servicios FinTech (Furche P. , Madeira, Marcel, & Mede, 2018). En América Latina los principales segmentos de negocios proporcionados por una FinTech, se encuentra el de pagos y remesas, prestamos, gestión de finanzas empresariales, banca digital y el de puntaje crediticio, identidad y fraude (BID, 2018).

Las FinTech según establece el BID (2017) pretenden solventar las dificultades del segmento al que se dediquen, lo cual, ayuda al abordar limitaciones en la inclusión financiera y considerando que algunas FinTech afirman que su misión es ayudar a usuarios ex-

cluidos por parte de los servicios financieros tradicionales, se puede establecer que uno de los beneficios que implica FinTech es la estabilidad financiera (Furche P. , Madeira, Marcel, & Mede, 2018).

En cuanto a los beneficios que conllevan los tres conceptos, se puede presentar primero los costos operativos más reducidos, en específico en FinTech como menciona Goldman (Furche, Madeira, Marcel, & Mede, 2018) debido a las oportunidades para ofrecer tarifas inferiores e inclusión financiera. Por parte del comercio electrónico, al reducir costes estructurales que se presentan en el comercio tradicional, se incrementan las ventas ya que no solo se reducen precios sino también ahorro de tiempo (Acebron & Pedreira, 2012). Y las plataformas introducidas por la economía digital facilitan las transacciones, además de que la digitalización fomenta la manufactura de bienes y servicios de calidad superior a un costo reducido (UNCTAD, 2019).

Según muestra Artopoulos, Cancela, Huarte, & Rivoir (2019) las ventas anuales de comercio electrónico en el mundo crecieron en promedio un 25% en los últimos cinco años, debido a que cada vez es mayor el número de servicios profesionales a los que se puede acceder en línea, además la accesibilidad a internet para particulares y pequeñas empresas aumenta la capacidad de competir en mercados internacionales (OMC, 1998). De forma, que el ayudar a las pymes en todo el mundo, puede contribuir a los países emergentes también, FinTech al igual que la economía digital y el comercio electrónico, ayuda a las pequeñas y medianas empresas al dar acceso universal a los servicios financieros (Furche P. , Madeira, Marcel, & Mede, 2018).

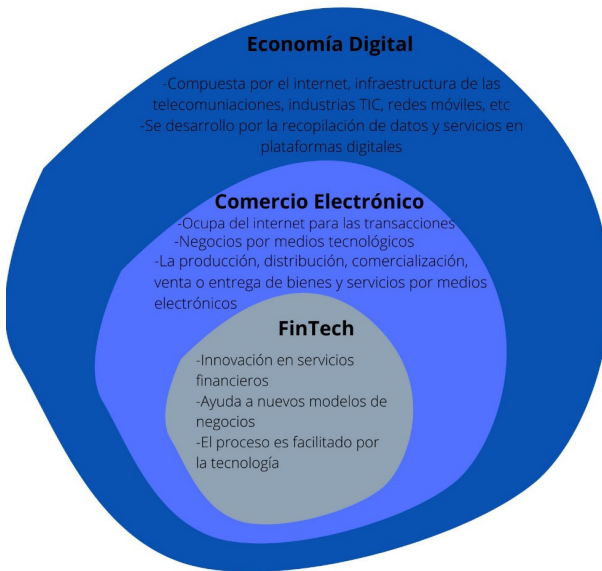
La CEPAL (2013) considerando los impactos económicos de la economía digital, lo considera como un catalizador del cambio estructural debido a la diversificación en la estructura productiva, el tener esta, así como el comercio electrónico y FinTech, la tecnología de la información que constituye un instrumento en favor de la modernización (OMC, 1998). De igual forma, la economía digital impulsada por las telecomunicaciones, la comunicación (TIC) y las tecnologías de la información es reconocida por países como elemento para la competitividad, el incremento económico y el acceso al conocimiento mediante la información (SEDI, 2014). A lo que se le agrega que las finanzas en FinTech son en una gran dimensión un negocio de información y de almacenamiento de

registros, por lo que las tecnologías que sean de información están operando el cambio (Furche P. , Madeira, Marcel, & Mede, 2018).

Por otra parte, tanto la economía digital como el comercio electrónico aportan en ámbitos sociales, ya que, al impulsar el cambio estructural, el desarrollo de medianas y pequeñas empresas, ayudan a fortalecer la inclusión social y reducir la desigualdad (CEPAL, 2013). Asimismo, la CEPAL (2013) establece que la economía digital impacta la salud, educación, el acceso a la información, el desarrollo sostenible, los servicios públicos, entre otros. Uno de los aportes en el ámbito social según establece Hussain (2013) en el comercio electrónico, es la herramienta de creación de nuevos empleos debido a la innovación en las pequeñas y medianas empresas en países en desarrollo.

FIGURA 1

ECONOMÍA DIGITAL, COMERCIO ELECTRÓNICO Y FINTECH



Fuente: Elaboración Propia

Entre los servicios profesionales a los que se puede acceder en línea son todas las formas de consultorías, contabilidad, servicios

médicos y de enseñanza (OMC, 1998). Por mencionar algunos, estos muestran que los servicios y en particular los que respaldados por la tecnología reducen la dependencia en los productos básicos, pero principalmente las nuevas tecnologías ofrecen oportunidades para diversificar las economías nacionales (Hussain, 2013).

En la figura 1 se define e interrelaciona los conceptos de economía digital, comercio electrónico y FinTech.

Tendencias del comercio electrónico en Uruguay

El uso del internet está muy extendido en el Uruguay, donde el 91 % de las personas son usuarias de esta tecnología, pasando cerca de seis horas diarias en promedio conectados a la red (Grupo Radar, 2019). Este se ubica dentro de los países más digitalizados de la región, solo por debajo de Chile (Mesa, 2019).

Según un estudio de la Cámara de la Economía Digital del Uruguay (CEDU) el 52 % de la población de ese país adquiere productos en internet, el 53 % de quienes efectuaron compras por internet lo hicieron en marketplaces locales, el 20 % en tiendas en línea locales y el 5 % en las del exterior (EFE, 2019).

Cerca del 80% de los uruguayos consulta por medio de un dispositivo electrónico antes de comprar un producto o servicio y más del 50% de esas consultas terminan en la compra por los canales tradicionales (LaRed21, 2019). Cabe destacar que aproximadamente la mitad del consumo digital es abonado con tarjetas de crédito y casi otro cuarto con tarjeta de débito (CEDU, 2019). Sin embargo, solo el 55% de las empresas de ese país tienen presencia en internet (web o redes sociales) y solo un 25% de ellas invirtieron en publicidad digital en el último año (Grupo Radar, 2019).

Se estima que el comercio electrónico mueve US\$ 100 millones al mes en Uruguay, aunque apenas representa un 3% del comercio total, lo cual es un muy bajo para un país con una alta penetración en internet (Grupo Radar, 2019).

A nivel de uso de servicios financieros digitales y dinero electrónico, según el Ministerio de Industria, Energía y Minería, la cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas que accedían a servicios financieros pasó de un 57% a un 72% en cinco años (Mesa, 2019). En particular, en el caso de las empresas pequeñas y medianas el acceso a cuentas bancarias es prácticamente univer-

sal, ubicándose en 96% y 99%, respectivamente (BID, noviembre 2018).

De la misma forma en los últimos cuatro años se emitieron más de un millón de instrumentos de dinero electrónico y unas 800.000 nuevas tarjetas de débito, lo que representa aproximadamente el 40% de la población uruguaya mayor de 15 años (Mesa, ¿Qué desafíos plantea la economía digital para Uruguay según el Ministerio de Economía?, 2019).

Para alcanzar este alto nivel de acceso a los instrumentos financieros Uruguay promulgó la Ley de Inclusión Financiera en 2014 y el Programa de Inclusión Financiera, logrando que sectores históricamente excluidos pudieran acceder sin costo a servicios financieros básicos”, tanto a nivel de personas como de empresas. (Mesa, 2019). Esto también se considera un factor clave para el desarrollo del ecosistema FinTech (BID, noviembre 2018).

Con respecto a la Ley de Inclusión Financiera, promulgada por el Banco del Uruguay y el Ministerio de Economía y Finanzas, se espera regular las transacciones comerciales a través de dineros y pagos electrónicos, por medio de Instituciones de Intermediación Financiera (IIF) e Instituciones Emisoras de Dinero Electrónico (IEDE) estipulada en la Ley 19.210 (Montiel & Sandes, 2017). Además, se determina en el artículo 10 (Ley N° 19.210, 2014) que el pago de remuneraciones y todo derecho a percibir dinero que tengan los trabajadores se efectuara a través de instituciones de intermediación financiera o en dinero electrónico.

Los objetivos del Programa de Inclusión Financiera, son promover acceso universal a los servicios financieros, incorporar un sistema de pagos más eficiente al impulsarlo de manera electrónica y generar competencia al incorporar actores en condiciones favorables que ofrezcan servicios de pago para corregir prácticas que impiden el funcionamiento competitivo del sistema, a través de diversos instrumentos como cuentas bancarias gratuitas para trabajadores y empresas de reducida dimensión económica, rebajas del IVA para compras por medios de pago electrónico, programas de ahorro, dinero electrónico, etc. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019).

Pese a ello existe retos de acceso a la economía digital, ya que hay brechas dependiendo de la edad, el nivel educativo, los ingresos y las zonas de residencia. Cerca del 10% de la población no

accede a conexión a internet, siendo la franja etaria de 19 a 29 años la que más impulsa la transformación digital, mientras que las personas mayores son las que más explican su falta de participación en el mundo virtual (Mesa, 2019).

Estado del ecosistema FinTech y sus aportes a la formalización e inclusión económica

Con respecto a las empresas FinTech según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) Uruguay ocupa el noveno puesto a nivel de América Latina en cuanto a cantidad de estas empresas, al tener 28 plataformas. Pese a que parece un número bajo esto representa un crecimiento de 133% con respecto al año 2017 cuando tenía 12 empresas (BID, noviembre 2018).

El 53% de las empresas FinTech uruguayas afirman haber recibido financiamiento externo, lo que refleja que existe un fuerte interés de la Inversión Extranjera Directa (IED) por posicionar sus recursos en este tipo de negocios (BID, Informe Fintech en América Latina 2018: crecimiento y consolidación, 2018). Como ejemplo se puede mencionar a Bankingly, una FinTech que en 2018 recibió US\$ 5,25 millones y en 2019 US\$ 5 millones de inversión por parte de The Rise Fund y del fondo indio Elevar Equity (El País, 2019).

Los principales riesgos, que enfrenta este sector son a nivel del público minorista (usuarios) los aspectos relacionados con la privacidad de los datos, y a nivel de los mayoristas (bancos) la prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo (Mesa, Sepa cuáles son las amenazas y las oportunidades que tienen las fintech según el presidente del Banco Central, 2019). Sin embargo, el Banco Central del Uruguay ha implementado normas que ayudan a la disminución de riesgos como parte del cuerpo normativo de la Recopilación de Normas de Regulación y Control del Sistema Financiero (RNRCFSF), en cuanto a préstamos entre personas (Rouco, 2019).

Se establece que toda persona sea oferente o demandante debe incluir datos de identificación, ya que las empresas administradoras deben registrar la identidad y verificarla (RNRCFSF, 2018). Adicional, el artículo 125.19 del RNRCFSF (2018) decreta que las empresas deberán inscribirse ante un registro de la Superintendencia

de Servicios Financieros, llevar un registro de los propietarios y accionistas o socios que será público (Rouco, 2019).

En cuanto a los temas de lavado de dinero y terrorismo se demanda en el artículo 316.62 del RNRCSEF (2018), a todas las empresas administradoras de plataformas para préstamos entre personas, integrar un sistema de prevención del lavado de activos y terrorismo, en el que se deben incluir políticas y procedimientos que prevengan, detecten y les permita reportar toda actividad inusual, sistemas de monitoreo para las transacciones de forma que se detecten patrones sospechosos, y un oficial de cumplimiento que controle el funcionamiento del sistema, adicional, se deberá justificar el origen de los fondos tanto de quienes otorgan los préstamos como de los que aporten al patrimonio de la empresa (RNRCSEF, 2018).

En ese sentido, la percepción de los emprendimientos FinTech sobre la regulación en Uruguay refleja que un 11% considera que las regulaciones son excesivas, un 42% que la regulación es adecuada o no es necesaria una regulación específica, un 16% que la regulación es muy laxa, un 5% que no existe regulación y un 26% que no existe regulación específica y sí se requiere (BID, 2018).

Se debe mencionar que la primera publicación de normas que rigen a las empresas Fintech de préstamos entre personas en Uruguay, emitida en 2018, decreta según el artículo 125.17 del RNRCSEF (2018) que las plataformas de préstamos entre personas tienen como función aproximar a las partes, mas no pueden asumir riesgos u obligaciones, por tanto, no deben interferir en las actividades de los demandantes y oferentes. También, se delimitó a que los solicitantes de préstamos han de ser residentes en Uruguay, sin embargo, los oferentes pueden ser residentes, no residentes, personas jurídicas, físicas, bancos, fondos de inversión, empresas de servicios financieros, etc. (Rouco, 2019).

En cuanto al crowdfunding, que son plataformas de financiamiento colectivo, se les regula en el artículo 50 del proyecto de ley de fomento del emprendedurismo (Rodríguez, como se citó en Quirós, 2019). En la cual se define que las empresas requieren de la autorización de la Superintendencia de Servicios Financieros para funcionar, así mismo, estas empresas deben tener un administrador o administradora que registre los emisores y emisiones, estos también deben estar inscritos ante la empresa administradora (Artículo 50, Ley 19.820, 2019).

Respecto a otras leyes relativas a delimitar plataformas de servicios electrónicos, se encuentra en el artículo 243 de la Ley N° 19.535 (2017) que entró en vigor para 2018, deberes tributarios de todas las entidades tanto residentes como no residentes cuando el demandante del servicio se encuentre en Uruguay, de tal forma, las personas que paguen a través de dinero electrónico, tarjetas de débito, crédito, cuentas bancarias, o distintas medidas de pago digital, se tomarán como consumidores del servicio residentes en territorio uruguayo. . De forma, que Netflix, Uber, Airbnb y Spotify por mencionar algunas, son de las plataformas internacionales que tienen obligaciones de pagar el IVA e impuestos en Uruguay (Da Silva, 2018).

Es importante desatacar que Uruguay ha avanzado en la creación de la Cámara Uruguaya de FinTech, que tiene como uno de sus fines prioritarios “participar en el diseño de regulación específica que propicie un marco jurídico atractivo para inversiones y desarrollo del ecosistema FinTech, así como desalentar las actividades especulativas, el arbitraje regulatorio y la legitimación de activos provenientes de actividades delictivas (BID, noviembre 2018).

Finalmente, en la siguiente figura se pueden observar los aportes que realizan las empresas FinTech a la economía:

FIGURA 2

APORTES QUE REALIZAN LAS EMPRESAS FINTECH A LA ECONOMÍA

Principales aportes de las Fintech

I	II	III	IV
Acceso universal a los servicios financieros por parte de los consumidores y las pequeñas y medianas empresas	Mayor seguridad en las remesas y transacciones entre los sectores vulnerables (personas con menores ingresos, migrantes, habitantes de las áreas rurales)	Mayor competencia y menor concentración del sector financiero	Reducción en los costos, producto de la participación en la economía formal y acceso más expedito a los servicios públicos fundados en bases de datos estatales mejoradas

Fuente: Elaboración propia con información de Furche, Pablo., Madeira, Calos; Marcel, Mario; Mede, Calor, 2018.

Conclusiones

La economía digital enfrenta retos para ser cuantificada y las estimaciones aún son conservadoras en relación con su peso como porcentaje del PIB mundial, sin embargo, diversas métricas confirman que ésta es cada vez más dinámica e importante, y su desarrollo será clave para abordar las brechas de competitividad y de acceso para la adquisición de bienes y servicios.

Uruguay se posiciona como uno de los países que tiene una mayor digitalización y penetración de internet entre su población, siendo un país líder en el tema. Con respecto al comercio electrónico tiene oportunidades de mejora debido a que tiene margen para crecer en cuanto a cantidad de usuarios y a el número de empresas que utilizan esta herramienta. Con relación al ecosistema FITEC tiene un buen dinamismo y ha desarrollado herramientas que lo pueden impulsar aún más.

Este país enfrenta retos relacionados con las desigualdades en el acceso y capacidades de la población para el adecuado uso de la economía digital y a pesar de los avances quedan desafíos en materia tributaria, debido a la atomización de oferta y demanda que dificulta la fiscalización sobre regulaciones en plataformas como Airbnb, Spotify, Netflix. Así como para la regulación y supervisión en mantener de seguridad, transparencia y estabilidad del sistema, ante los constantes cambios en los modelos de negocios y entrada de nuevos actores, tales como las plataformas de Crowdfunding, Crowdlending, P2P (peer-to-peer), etc.

En ese sentido es necesario que las políticas públicas se enfoquen en seguir mejorando la infraestructura digital y de pagos; fortalecer los esfuerzos de inclusión financiera y digital; así como promover soluciones del entorno regulatorio e institucional, resguardando la competencia y la protección del consumidor.

El entorno, de alto crecimiento y de impacto en los flujos monetarios debe ser tomado más en cuenta por las autoridades monetarias de Uruguay, especialmente del Banco Central no obstante ya hay regulaciones/reglamentación a las cuales se debe adherir este sector como marco regulatorio creado por el propio banco y como ente rector.

Bibliografía

- Acebrón, L & Pedreira, A. (2012). *Importancia del comercio electrónico B2C e impacto de la innovación en los comportamientos de compra*. Universidad de La Coruña. <https://www.revistascul-turales.com/xrevistas/PDF/72/1605.pdf>
- Artopoulos, A., Cancela, V., Huarte, J & Rivoir, A. (2019) *Policy frameworks for digital platforms : moving from openness to inclusion : mapping Rioplatense platform economy : the case of mercado libre in Uruguay and Argentina final technical report*. International Development Research Center. <https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/handle/10625/59176>
- Azevêdo, R. (24 de enero de 2020). Observaciones del Director General. *Declaración Conjunta sobre el Comercio Electrónico, reunión de Davos*. OMC. https://www.wto.org/spanish/news_s/spra_s/spra300_s.htm
- Banco Interamericano de Desarrollo. (10 de agosto de 2017). Avance de empresas Fintech auguran grandes innovaciones y cambios en mercado financiero de América Latina. <https://www.iadb.org/es/noticias/avance-de-empresas-fintech-auguran-grandes-innovaciones-y-cambios-en-mercado-financiero-de>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (noviembre 2018). *Informe Fintech en América Latina 2018: crecimiento y consolidación*. <https://publications.iadb.org/es/fintech-america-latina-2018-crecimiento-y-consolidacion>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2018). *Medir la economía en la era digital*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://conexionintal.iadb.org/2018/05/30/ideas-3/>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (7 de noviembre de 2018). Actividad Fintech en América Latina se consolida y llega a 18 países. <https://www.iadb.org/es/noticias/actividad-fintech-en-america-latina-se-consolida-y-llega-18-paises>
- CEDU. (2019). *Tendencias de Consumo Digital*. Montevideo.
- CEPAL. (2013). *Economía digital para el cambio estructural y la igualdad*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/35408-economia-digital-cambio-estructural-la-igualdad>

- Da Silva, M. (8 de noviembre de 2018). ¿Cómo pagarán impuestos en Uruguay las plataformas como Netflix, Airbnb y Spotify? *El País*. <https://negocios.elpais.com.uy/noticias/pagaran-impuestos-uruguay-plataformas-netflix-airbnb-spotify.html>
- EFE. (13 de agosto de 2019). El comercio electrónico está en auge en Uruguay, según un evento especializado. *EFE*.
- El País. (2019 de febrero de 2019). El fondo indio que invertirá US\$ 5 millones en una fintech uruguaya. *El País*.
- Furche, P., Madeira, C., Marcel, M., & Mede, C. (2018). Fintech y la banca central en la encrucijada. Montevideo, Uruguay.
- Grupo Radar. (2019). *Perfil del Internauta Uruguayo*. Montevideo.
- Hussain, A. (01 de Diciembre de 2013). E-Commerce and Beyond: Opportunities for developing country SMEs. *International Trade Forum*. <http://www.tradeforum.org/article/E-Commerce-and-Beyond-Opportunities-for-developing-country-SMEs/>
- LaRed21. (13 de agosto de 2019). Un millón de uruguayos compran y son consumidores online. *LaRed21*.
- Ley N° 19.210. (09 de Mayo de 2014). Registro Nacional de Leyes y Decretos. Uruguay. <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19210-2014>
- Ley N° 19.535. (03 de octubre de 2017). Uruguay: Poder Ejecutivo Consejo de Ministros. <https://www.impo.com.uy/bases/leyes-originales/19535-2017>
- Ley N°19.820. (27 de septiembre de 2019). *Cámara de Representantes de la República Oriental del Uruguay*. Uruguay. <https://parlamento.gub.uy/documentosyleyes/ficha-asunto/137576>
- Mesa, P. (14 de agosto de 2019). ¿Qué desafíos plantea la economía digital para Uruguay según el Ministerio de Economía? *El País*. <https://negocios.elpais.com.uy/noticias/desafios-plan-tea-economia-digital-uruguay-ministerio-economia.html>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2019). Objetivos e instrumentos del Programa de Inclusión Financiera. <https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/politicas-y-gestion/programas/objetivos-instrumentos-del-programa-inclusion-financiera-0>
- Montiel, P., & Sandes, A. (2017). La Ley de Inclusión Financiera en el Uruguay. *Universidad Católica del Uruguay*. https://www.researchgate.net/publication/325177324_La_Ley_de_Inclusion_Financiera_en_el_Uruguay

- Oddone, G. (2015). *Desafíos y oportunidades para las telecomunicaciones en la era de la economía digital*. Montevideo: Cámara de Telecomunicaciones del Uruguay.
- Olivera, S. (s.f.). *FinTech*. Montevideo: Cámara Uruguaya de FinTech.
- Organización Mundial del Comercio. (1998). *Los acuerdos de la OMC y el comercio electrónico*. https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S006.aspx?MetaCollection=WTO&SymbolList=&Serial=%2298-2779%22&IssuingDateFrom=27%2f04%2f1998&IssuingDateTo=&CAT-TITLE=LOS+ACUERDOS+DE+LA+OMC+Y+EL+COMERCIO+ELECTR%c3%93NICO&ConcernedCountryList=&OtherCountryL
- Quirós, F. (12 de Septiembre de 2019). Aprobaron en Uruguay una ley de crowdfunding que podría aplicarse a algunas ICO. *Cointelegraph*. <https://es.cointelegraph.com/news/a-crowdfunding-law-that-could-be-applied-to-some-icos-was-approved-in-uruguay>
- RNRCFS. (09 de Agosto de 2018). Proyecto Normativo P2P 090818. Uruguay: Banco Central del Uruguay. <https://www.bcu.gub.uy/Servicios-Financieros-SSF/Documents/Proyectos%20Normativos/Proyecto-Normativo-P2P-090818.pdf#-search=Proyecto%2DNormativo%2DP2P%2D090818>
- Rodriguez, J & Bernal, E. (2003). *El comercio electrónico como elemento de desarrollo regional en la Unión Europea Especial referencia a la Península Ibérica*. Boletín Económico de ICE N° 2767. https://www.researchgate.net/publication/28167058_El_comercio_electronico_como_elemento_de_desarrollo_regional_en_la_UE_especial_referencia_a_la_peninsula_iberica
- Rouco, P. (2019). Uruguay aprueba régimen legal para plataformas Peer to Peer Lending. *BRAGARD*. <https://abogados.com.ar/uruguay-aprueba-regimen-legal-para-plataformas-peer-to-peer-lending/22776>
- SEDI. (2014). Nuevo compromiso regional insta a la inclusión digital. *Organización de los Estados Americanos*. https://www.oas.org/es/sedi/nl/0214/1_es.asp

UNCTAD. (2019). *Informe sobre la Economía Digital. Creación y captura de valor: Repercusiones para los países en desarrollo*. Naciones Unidas. <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2466>

UNCTAD. (2019). Making Digital Platforms Work for Development. <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2381>