



Informe e-País: El comercio electrónico en Pakistán

Octubre 2022

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Islamabad

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



26 de octubre de 2022
Islamabad

Este estudio ha sido realizado por
Arturo Lanz García

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Islamabad

<http://pakistan.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-22-017-4

Con una población de cerca de 230 millones de habitantes cuya edad media se sitúa en los 22 años, el desarrollo del comercio electrónico tiene un gran potencial de crecimiento en Pakistán.

Según la [Autoridad Pakistaní de Telecomunicaciones](#) (PTA), en el mes de agosto de 2022, 123 millones personas usaban internet, lo que representa un incremento del 36% respecto al año 2021, siendo el índice de penetración del 55,62%. La penetración de telefonía móvil y de la banda ancha alcanzó, en agosto de 2022, el 84% y el 51% respectivamente. El incremento de las conexiones móviles ha sido del 5,6% entre 2021 y 2022, alcanzando la cifra de 9,9 millones.

Estos datos hacen que las previsiones de desarrollo del comercio electrónico sean muy positivas. Se espera que el número de usuarios de las plataformas de comercio electrónico crezca un 25%, para llegar a los 65 millones en el año 2025. ([eCommerceDB](#))

En el comercio electrónico B2C, desde el año 2018, el volumen de mercado de las 100 principales tiendas online pakistaníes ha aumentado en un 190%, mientras que el de las 5 principales tiendas ha aumentado un 299%, lo que muestra el potencial de crecimiento del comercio electrónico. La categoría de moda es la que mayor cuota tiene entre las tiendas online con un volumen de ventas que alcanzó los 470 millones en el año 2021. ([eCommerceDB](#))

El desarrollo del comercio electrónico B2B está siendo muy relevante gracias al impulso que este tipo de comercio está teniendo en la región de Asia-Pacífico. Pakistán es uno de los países de la región de Asia-Pacífico que más ha respondido a este impulso en el comercio electrónico B2B. La creación del Corredor Económico China-Pakistán (CPEC) está sirviendo como catalizador de las inversiones chinas en el sector del comercio electrónico dentro de un marco de conectividad regional. El Corredor Económico China-Pakistán (CPEC) no sólo beneficia a China y Pakistán, sino que tiene un impacto positivo en Irán, Afganistán, y las demás repúblicas de Asia Central.

Este desarrollo está haciendo que se comience a establecer acuerdos entre los países de la zona para promover el comercio electrónico transfronterizo. En agosto de 2021, Pakistán firmó un [Memorando de Entendimiento con los miembros de la Organización de Cooperación de Shanghai](#) (OCS) para la construcción de una plataforma de comercio electrónico transfronterizo con nueve organizaciones comerciales de los estados miembros de la OCS ((China, India, Kazajstán, Kirguistán, Rusia, Pakistán, Tayikistán y Uzbekistán).

Impulsado por la expansión del acceso a Internet móvil y el aumento de la velocidad de conexión, el creciente número de dispositivos móviles y de streaming ha llevado a un crecimiento constante de la demanda de todo tipo de medios digitales.

El desarrollo del comercio electrónico va mucho más deprisa que el desarrollo del marco legal, y el desarrollo de infraestructuras necesarias. En el año 2019, el Gobierno de Pakistán aprobó un [plan](#) para desarrollar el comercio electrónico en el país. El principal objetivo de esta política era recomendar y aplicar medidas políticas para fomentar el crecimiento integral del comercio

electrónico en Pakistán, reduciendo el coste de los negocios y estimulando así la economía digital local. Aunque el cumplimiento de los objetivos está siendo lento, la voluntad del Gobierno es clara.

También se está desarrollando el sistema de pagos digitales. A finales de 2021 el número de personas que realizó pagos digitales ascendió a 51,45 millones, lo que supone un incremento del 7,9% respecto al mismo período del año anterior ([Statista](#)). Los métodos más usados por las principales tiendas online en Pakistán (una tienda puede ofrecer uno o más medios de pago) son el Cash and Delivery (95%), Tarjetas de crédito y débito (62%), Transferencias bancarias, (50%), eWallets (38%), facturas (3%).

El perfil tipo del usuario de comercio electrónico es el de una persona de menos de 40 años que vive en áreas urbanas y posee un conocimiento mínimo del idioma inglés, además de al menos un smartphone desde el cual comprar ([eCommerceDB](#))

Alrededor del 64% de la población pakistaní tiene menos de 29 años y el país seguirá con una población joven durante unos 30 años más ([ecommerceDB](#)). Dado que este segmento está más dispuesto a adoptar la tecnología en comparación con la vieja generación, la promoción y la regulación del comercio electrónico va a ser muy importante en Pakistán.

La industria del comercio electrónico en Pakistán está emergiendo rápidamente y tiene el potencial de fortalecer la economía del país. La infraestructura de TIC existente está conectando zonas remotas con la corriente principal. Las pequeñas y medianas empresas tienen oportunidades de crecimiento sin precedentes dentro y fuera de Pakistán a través de las plataformas de comercio electrónico.

El potencial de desarrollo del comercio electrónico en Pakistán, puede ser una vía de entrada para empresas españolas. Será el sector que más crezca en el conjunto del comercio minorista en Pakistán a medio y largo plazo. Pakistán y China están colaborando en el desarrollo del sector. Empresas chinas como Alibaba también están mostrando interés en participar en el desarrollo de las formas de pago digitales en Pakistán, lo que impulsará aún más la popularidad del comercio electrónico móvil en los próximos años. Los acuerdos existentes entre el [ICEX y Alibaba](#) pueden facilitar la entrada de empresas españolas en Pakistán a través de esta plataforma.

CONTACTO

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

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Pakistán, 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](#).

icex

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