
2023



Informe e-País: El comercio electrónico en Países Bajos

Octubre 2023

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

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



25 de octubre de 2023
La Haya

Este estudio ha sido realizado por
Alicia Brull Valle

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

<https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/NL/inicio>

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

NIPO: 114-23-016-3

Países Bajos cuenta con una población altamente digitalizada, con un 95,5% de acceso a internet, y un alto uso de dispositivos móviles, ordenadores y dispositivos *Smart watch* y *Smart home*. La población se encuentra altamente concentrada en ciudades, y se caracteriza por un alto nivel de conectividad. La administración neerlandesa se encuentra también altamente digitalizada, y sitúa al país entre los primeros puestos a nivel mundial.

El comercio electrónico de bienes alcanzó en 2022 los 25,27 mil millones de euros, con un crecimiento del 28,1% con respecto al año anterior. Se estima un aumento de la penetración del comercio electrónico en el país a lo largo de los próximos años, con un CAGR del 4% entre 2021 y 2025.

En su posición relativa con respecto a otras economías, Países Bajos ocupa la 17ª posición en el mercado.

El número de tiendas *online* alcanza las 80.770, con una cuota del sector textil del 23%, seguido de los artículos para el hogar y de jardinería que suponen el 17,8% del total. En general, se observa un aumento de las ventas para todas las categorías de producto, con una mayor intención de los consumidores de realizar compras *online*.

En cuanto al perfil del comprador neerlandés, se observa una propensión a consumir *online* de más del 90%, con un menor consumo por parte de menores de 24 años y de adultos mayores de 65 años. Por otro lado, el gasto anual medio se sitúa en 2.232 dólares.

En el comercio electrónico B2B destaca la creciente digitalización, con un notable crecimiento del comercio electrónico desde los años 2020 y 2021. Así, en el año 2023 el 57% de las compras B2B se realizaron *online*. Entre otros factores se destaca el relevo generacional, por lo que se prevé una expansión del comercio electrónico B2B en los próximos años, con un aumento del 60% para 2025. En cuanto a facturación, se estima que el comercio B2B quintuplica al B2C, dados los mayores volúmenes en las transacciones.

Países Bajos se posiciona como un mercado competitivo en cuanto a desarrollo de software y plataformas tecnológicas, lo cual favorece el desarrollo de startups relevantes que promueven el comercio electrónico B2B.

En cuanto a las tendencias de consumo, las compras B2B son en un principio puntuales, cobrando protagonismo los portales a medida que se transforman en recurrentes. Además, se favorece la compra en tiendas y portales nacionales.

El comercio electrónico C2C alcanza una cuota del 43,73% de la población neerlandesa, situando al país en el primer puesto con respecto al resto de la Unión Europea, con presencia de plataformas reconocidas como Marktplaats o Vinted. Por otro lado, el comercio B2G se destina principalmente al sector primario, notablemente a través de la plataforma TenderNed, el sistema de licitaciones del

gobierno neerlandés. Cabe destacar un notable descenso del número de licitaciones en Países Bajos desde 2016.

El gasto *online* transfronterizo en el primer trimestre de 2023 en Países Bajos ha aumentado un 13% con respecto al mismo trimestre del año pasado, impulsado por el incremento del gasto en servicios, mientras que el gasto en productos ha disminuido en un 8%. Concretamente, destacan las categorías del entretenimiento multimedia, el calzado, los juguetes y la ropa, mientras que las categorías con menores ventas son la jardinería y el bricolaje y la electrónica del hogar.

Para la mayoría de los segmentos se estima un crecimiento en los próximos años, con un incremento del comercio electrónico transfronterizo. Las principales tiendas *online* identificadas son Apple.com, Ikea.com y Nike.com, con previsiones de aumento de la presencia de actores como AliExpress y Amazon en el comercio electrónico neerlandés. A pesar de la preferencia de los consumidores por comprar en plataformas y tiendas nacionales, las tiendas internacionales tomarán cada vez más relevancia para el consumidor neerlandés.

En los contenidos digitales más consumidos por los neerlandeses destaca la banca electrónica, que concentra a una gran cantidad de usuarios (90,72% de usuarios activos, mientras que la media europea es del 59,66%). Los contenidos de vídeo también son enormemente consumidos por los neerlandeses, con una cuota de consumo del 81,2% entre la población de entre 16 y 64 años. Entre los contenidos de audio destacan las plataformas de música, la radio, los podcasts y los audiolibros. Los videojuegos también destacan entre la población neerlandesa, con un consumo del 75,2%.

Países Bajos apuesta por la innovación y el emprendimiento, con un gran tejido empresarial enfocado a la digitalización y a la prestación de servicios *online*. Existen varias organizaciones que potencian el crecimiento empresarial, y destacan la prestación de servicios digitales y de servicios en la nube.

En lo que respecta a las plataformas Open Source, destacan en Países Bajos las mismas plataformas que priman a nivel internacional, como WooCommerce, Shopify o Ecwid.

La operativa para la introducción en Países Bajos es relativamente sencilla, dado que el entorno regulatorio vigente es similar al español. El primer paso para la exportación *online* es el registro de la marca en la Oficina de Propiedad Intelectual de Benelux, o alternativamente en la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (en cuyo caso el registro de marca se haría a nivel europeo).

Adicionalmente, se debe tener en cuenta la normativa europea con respecto a fiscalidad, impuestos, servicios de paquetería y envío, protección al consumidor, etiquetado, etc.

Países Bajos cuenta con un posicionamiento estratégico desde el punto de vista logístico, dada su ubicación, eficiencia y desarrollo de infraestructuras. Este ha permitido el desarrollo de una amplia cobertura de puntos de recogida y de institutos tecnológicos aplicados al comercio electrónico.

Destaca la innovación de última milla, dada la densidad poblacional y la accesibilidad de las ciudades. Las principales empresas que operan en Países Bajos han implementado innovaciones y herramientas a este respecto, apostando por la digitalización y la sostenibilidad en los envíos.

Los consumidores neerlandeses prefieren realizar pedidos *online* y recogerlos y realizar devoluciones en establecimientos físicos. Muestran también preferencia por la facilidad en la recogida y los procedimientos de devolución.

Los medios de pago más utilizados en las compras digitales son las tarjetas de débito y los *e-wallet*, seguidas de las tarjetas de crédito y, en último lugar, el efectivo. *iDeal* destaca como medio de pago preferente en Países Bajos, seguido de otros medios como PayPal, Klarna o Tikkie.

El gasto en publicidad y posicionamiento ha experimentado un crecimiento notable desde el año 2021, y se estima que continúe creciendo en los próximos años.

A pesar de que no se hayan identificado barreras de entrada relevantes para el desarrollo del comercio electrónico en Países Bajos, se han identificado varios puntos que deben tenerse en cuenta, a saber: métodos de pago *online*, restricciones en el registro de dominios *web*, la normativa en cuanto al IVA, propiedad intelectual, requisitos de etiquetado, certificados y sellos de confianza, reducción de emisiones y normativa climática, y la importancia de desarrollar una red de contactos en el país.

La demanda de comercio electrónico cuantificada asciende aproximadamente a un 78,5% de la población neerlandesa. Se ha identificado a un comprador tipo como un hombre o mujer de entre 25 y 34 años, con un nivel de renta medio o medio-alto. El gasto medio por consumidor ha aumentado con respecto al año 2022, y destacan los productos de moda, películas y productos en *streaming*, cine y eventos culturales, así como restauración.

En las tendencias de consumo identificadas destaca el *ecommerce* O2O, que indica el flujo bidireccional entre las compras *online* y físicas, así como el *webrooming* y *showrooming*. Finalmente, destaca la tendencia hacia la omnicanalidad y la multicanalidad, de forma que prevalece la necesidad de desarrollar estrategias que puedan resolver todo tipo de necesidades del cliente.

Las oportunidades identificadas para los próximos años incluyen el aumento del comercio electrónico para los próximos años, los hogares inteligentes, el *mCommerce* y la importancia de las estrategias omnicanal.

CONTACTO

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

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