

2024



Informe e-País: El comercio electrónico en Kenia

Diciembre 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nairobi

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.



05 de diciembre de 2024
Nairobi

Este estudio ha sido realizado por
Celia Gómez Lasalle
Jaime Vicente Ferrán
María Aránzazu Lastres Velasco

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

<http://kenia.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 224240302

Kenia es un país de África del Este que pertenece a la [East African Community](#) (EAC) junto con Tanzania, Uganda, Ruanda, Burundi, Sudán del Sur, República Democrática del Congo y recientemente Somalia. Limita al norte con Somalia, Etiopía y Sudán del Sur, al oeste con Uganda y al sur con Tanzania y el océano Índico.

La penetración de Internet en África es la más baja de todos los continentes. Sin embargo, su crecimiento es exponencial. En 2023, la penetración de Internet en el continente africano aumentó 3,7 % respecto al año anterior, situándose en un 49 %, aún muy por debajo del resto: Asia, con un 71%, Oceanía con un 78 %, América Latina y Caribe con un 77 % y Europa y América del Norte con un 93 % y 97 %, respectivamente.

En 2024, según Statista, el país facturó 739,70 millones de USD gracias a los ingresos en el mercado del comercio electrónico. La penetración de usuarios es del 15,9% en 2024 y se espera que los ingresos medios por usuario asciendan a 229,00 dólares.

En Kenia hay varias plataformas online de venta de productos de todo tipo. Las más conocidas son: [Jumia](#), [Jiji](#), [Jamboshop](#), [Kilimall](#), [Avechi](#), entre otras. Además, en los últimos años se han vuelto muy populares las plataformas de comida a domicilio: [Bolt Food](#), [Uber Eats](#) y [Glovo](#). También han salido plataformas de supermercados para realizar la compra online: [Carrefour](#), [FoodPlus](#), [Naivas](#), [GreenSpoon](#), etc.

Cabe destacar el notable crecimiento experimentado en la demanda de servicios de reparto a domicilio, tanto en la entrega de productos comestibles (groceries) como de comidas preparadas adquiridas en línea. Los ingresos combinados de estos segmentos se proyectan en 534,6 millones de dólares para 2024, lo que representa un incremento superior al 700% desde 2020. Este auge ha sido impulsado por la rápida urbanización, la adopción masiva de aplicaciones móviles y el cambio en los hábitos de consumo, especialmente entre los jóvenes en áreas urbanas como Nairobi. Plataformas como la española Glovo, junto con Uber Eats y Bolt Food, han sabido aprovechar esta tendencia al ofrecer una amplia variedad de opciones, desde platos de restaurantes hasta comidas de cocinas locales.

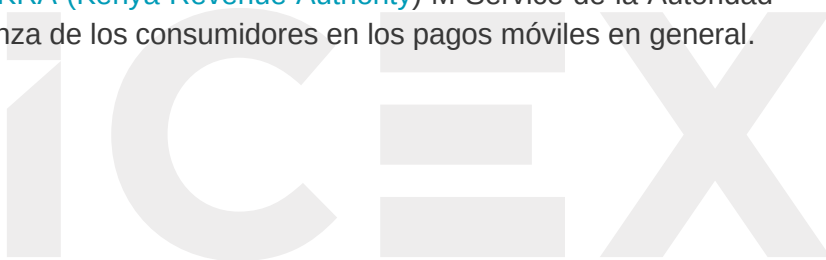
Sin embargo, el entorno regulatorio en Kenia presenta desafíos significativos para el desarrollo del comercio online. La falta de una legislación específica para las plataformas de e-commerce y las ambiguas regulaciones sobre la protección de datos personales complican el panorama para las empresas multinacionales. Sin embargo, se prevé la implementación de normativas que subsanen estos vacíos legales, como la reciente elaboración de la [Kenya National e-commerce Strategy](#).

Además, la pertenencia de Kenia al mercado común de la East African Community (EAC) y el reciente Acuerdo de Asociación Económica (EPA) con la UE abren nuevas oportunidades comerciales y de inversión. A pesar de la insuficiente infraestructura logística fuera de las principales ciudades como Nairobi y Mombasa, el mercado ofrece potencial, especialmente con el predominio de M-Pesa como método de pago que ha conseguido hacerse un hueco en los autobuses, las

tiendas callejeras, el pago de billetes de avión y, lógicamente, en el e-commerce. Es crucial que las empresas españolas interesadas en exportar a Kenia obtengan el certificado de conformidad con los estándares de calidad kenianos, emitido por el KEBS, para cumplir con los requisitos de importación.

Los productos más comprados online por los consumidores kenianos son: La mayoría (44 %) compra de ropa. En segundo lugar, un 43 % compra zapatos. También son populares los accesorios y bolsos, con un 35 % y productos electrónicos como televisiones o *smartphones* los libros, con un 35% también. Otros productos que se suelen comprar online, aunque con menos frecuencia, son aquellos para el cuidado personal, alimentación y muebles.

Los crecientes niveles de propiedad de *smartphones*, impulsados en parte por la mayor disponibilidad de marcas chinas baratas, estimularán el crecimiento de las ventas online en Kenia. El aumento del uso de smartphones también se ha visto impulsado por el lanzamiento de una aplicación del gobierno para las declaraciones de impuestos, en septiembre de 2020, llamada *KRA M-Service*. Se prevé que la aplicación [KRA \(Kenya Revenue Authority\)](#) M-Service de la Autoridad Tributaria de Kenia fomentará la confianza de los consumidores en los pagos móviles en general.



CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en Kenia](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Kenia, Tanzania, Uganda, Mauricio, Burundi y Somalia.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Kenia, Tanzania, Uganda, Mauricio, Burundi y Somalia, 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

