
2025



Informe e-País: El comercio electrónico En Arabia Saudita

Agosto 2025

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Riad

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



01 de agosto de 2025
Riad

Este estudio ha sido realizado por
Nicolás Romeu Fernández

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

<http://riad.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250268

Resumen ejecutivo

Este informe e-país tiene como objetivo analizar el estado actual del comercio electrónico en Arabia Saudí y ofrecer a las empresas españolas las principales claves para exportar productos a este mercado a través del canal online. El análisis se apoya en datos estadísticos recientes de diversas fuentes internacionales y locales, así como en la observación de tendencias y políticas públicas relevantes.

Arabia Saudí es el país más grande y poblado del Consejo de Cooperación del Golfo (GCC), con una población estimada en 2025 de 36,96 millones de habitantes, muy por encima de los cerca de 10 millones de los Emiratos Árabes Unidos o los 4 millones de Kuwait. La capital, Riad, concentra alrededor de 8 millones de personas y es el principal centro económico y administrativo. La población es mayoritariamente urbana (85 %), con un perfil demográfico joven: el 38 % tiene menos de 24 años, el 54 % entre 24 y 55 años y solo el 8 % supera los 55 años. La edad media es de 29 años, tres menos que en 2023 debido al rápido crecimiento demográfico (+4,7 % entre 2023 y 2025).

La economía saudí, aunque sigue fuertemente ligada al petróleo (60 % del PIB en 2024), avanza en su diversificación gracias a los giga-proyectos del plan Visión 2030, que fomentan la inversión, la incorporación de la mujer al mercado laboral y la expansión del sector privado. El PIB total en 2024 alcanzó los 1,238 billones de USD, con un crecimiento no petrolero del 5,15 %, y la renta per cápita se situó en 30.746 USD. La religión oficial es el islam, con un peso central en la vida social, comercial y gubernamental, y la sharía rige la normativa civil y mercantil.

En el ámbito digital, Arabia Saudí presenta uno de los niveles de penetración más altos del mundo: el 99 % de la población (33,9 millones de usuarios) utiliza internet y la penetración de smartphones alcanza el 98-99 %, con un uso intensivo diario. El acceso se realiza mayoritariamente vía banda ancha móvil (98,9 %), con velocidades medias de descarga superiores a 120 Mbps, situando al país entre los diez primeros del mundo en internet móvil. La tasa de uso de redes sociales es la más alta a nivel global (102 %), lo que favorece la integración de estas plataformas en el comercio electrónico.

El marco regulatorio ha experimentado un fortalecimiento notable desde la promulgación de la Ley de Comercio Electrónico de 2019, que exige transparencia en precios, políticas de devolución claras y registro obligatorio de plataformas. A ello se suman iniciativas del Consejo de Comercio Electrónico y de Monsha'at para digitalizar pymes y fomentar la formación en marketing, pagos y logística. Este entorno ha contribuido a consolidar a Arabia Saudí como el mayor mercado de e-commerce de Oriente Medio en ingresos y potencial.

En el segmento B2C, motor principal del sector, el número de usuarios ha crecido un 42 % desde 2019, alcanzando los 33,6 millones en 2024. Amazon lidera el mercado (21,5 % de cuota en 2024), seguido por Noon, AliExpress, Temu y Haraj. La moda, el cuidado personal y la electrónica concentran más del 55 % de las ventas, mientras que los productos para el hogar (+23,8 %), fármacos (+18,7 %) y muebles (+17,2 %) son los de mayor crecimiento. El pago electrónico ha desplazado al contra reembolso, con una fuerte adopción de tarjetas (Mada, Mastercard, Visa), wallets digitales (Apple Pay, STC Pay) y soluciones BNPL como Tabby y Tamara.

El comercio B2B se encuentra en una fase inicial, aunque iniciativas como Noon Business o la presencia de Alibaba apuntan a un crecimiento futuro. El C2C tiene un papel destacado a través de plataformas de clasificados como Haraj, que funcionan de forma informal fuera de los esquemas de pago y logística integrados. El comercio transfronterizo sigue representando el 74 % del total, con protagonismo de plataformas extranjeras, aunque las locales están ganando terreno por mejoras en servicio y confianza.

En el plano logístico, Arabia Saudí dispone de infraestructuras modernas en sus principales ciudades, pero la entrega de última milla presenta desafíos, sobre todo en áreas rurales y por la adopción incompleta del sistema nacional de direcciones “Wasel”. Empresas como Saudi Post, Naqel Express, SMSA, Aramex y FedEx dominan el reparto, incorporando opciones de entrega rápida, seguimiento en tiempo real y mejoras tecnológicas. Las devoluciones, sin embargo, siguen siendo un punto débil.

El comportamiento del consumidor saudí online refleja un alto grado de digitalización: compra con frecuencia semanal en categorías como moda, electrónica y alimentación, utiliza el móvil como principal canal de acceso, confía en recomendaciones de influencers y combina preferencia por marcas internacionales con sensibilidad al precio. El comercio O2O (online to offline) crece con modalidades como click & collect y la integración omnicanal en moda y entretenimiento.

Las barreras de entrada incluyen trámites regulatorios y aduaneros (especialmente en sectores con rotación rápida como moda), exigencia de sede regional para contratos públicos, competencia de actores consolidados, retos logísticos fuera de las ciudades y necesidad de adaptación cultural y tecnológica. Pese a ello, el gobierno mantiene una estrategia activa para reducir obstáculos y atraer inversión extranjera al canal online.

En resumen, Arabia Saudí ofrece un mercado digital altamente desarrollado, con un consumidor joven, conectado y exigente, un marco regulatorio más sólido y un fuerte respaldo institucional. Para las empresas españolas, las oportunidades se concentran en sectores como moda, belleza, electrónica, hogar, alimentación y servicios digitales, siempre que se adapten a las particularidades locales, optimicen la logística y cumplan estrictamente la normativa vigente.

CONTACTO

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

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Arabia Saudita, 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 *en línea*, 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 *en línea* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *en línea* 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



ICEX España
Exportación
e Inversiones