

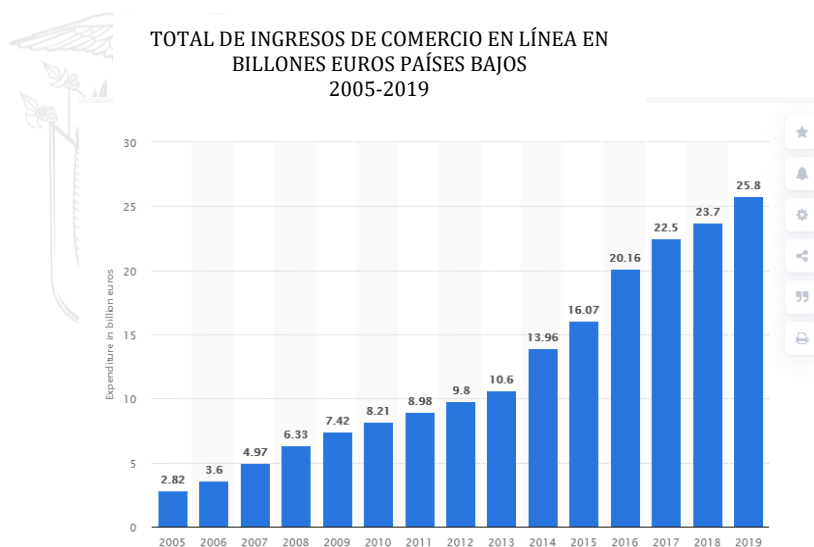
BOLETIN DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Oficina Comercial del Ecuador en Rotterdam

“E-commerce antes y después del COVID 19”

Países Bajos ubicado en el noreste de Europa, pequeño en territorio, pero juega con un rol significativo en la dinámica económica mundial y reconocido por el desarrollo de sectores como logístico, agroindustrial y tecnologías.

Un país 7 veces más pequeño que Ecuador y con 17 millones de habitantes, pero cuyo acceso de internet alcanza al 96% de la población¹ razón que le ha permitido posicionarse dentro de la región en 3er lugar de dinámica de ventas en línea en 2018², y uno de los seis países europeos en el que su PIB registra la presencia del comercio en línea con una participación del 3%³.

Según información de Statista⁴ el 80% de consumidores neerlandeses en edades comprendidas entre los 16 y 75 años realizan compras en línea, comparado con tan solo el 60% promedio a nivel europeo. Asimismo, se registra que el 35% de consumidores ha realizado compras desde su aparato móvil.



Fuente: Statista

Desde 2005, año en que se empieza a registrar el desarrollo del sector, se reporta un crecimiento constante en el mercado neerlandés. Entre los años 2018 al 2019 se registra un crecimiento del 7%. En el cuadro se puede observar que en el 2019 el comercio en línea fue valorado en 25.8 billones de euros⁵ y los principales actores del comercio en línea son

empresas locales como [Bol.com](#) (productos diversos), [Wenkamp](#) (moda, decoración y hobbies) y [Coolblue](#) (electrónicos).

¹ <https://www.safeshops.be/wp-content/uploads/2018/06/Dutch-Full-Ecommerce-Report-2018.pdf>

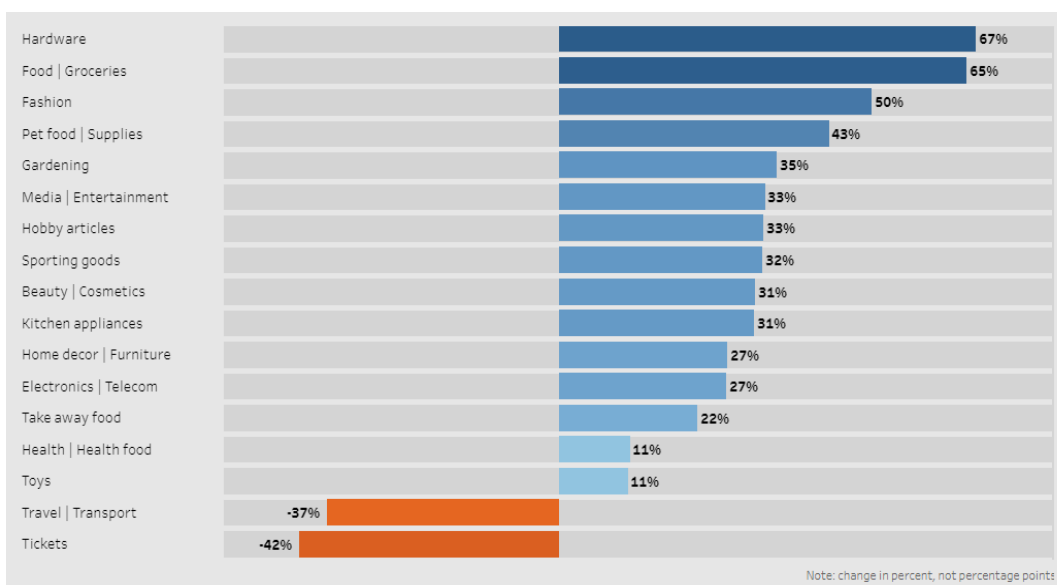
² Statista; <https://www.statista.com/topics/4909/e-commerce-in-the-netherlands/>

³ Statista; <https://www.statista.com/statistics/558214/yearly-online-consumer-expenditure-in-the-netherlands/>

⁴ Ibid

⁵ Ecommerce News; <https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-europe/ecommerce-the-netherlands/>

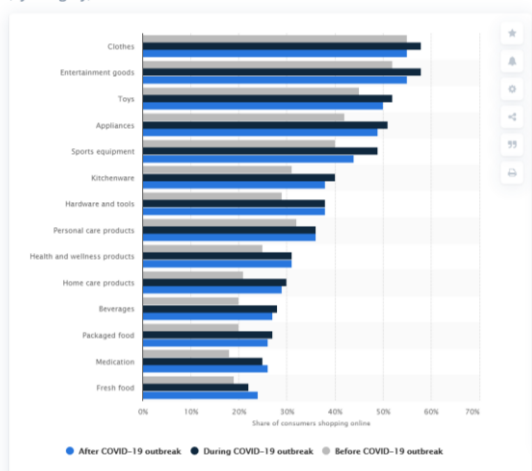
CRECIMIENTO DE SECTORES EN VENTA
EN LÍNEA – PAISES BAJOS 2020



Fuente: Ecommerce in Holland

En el cuadro anterior se aprecia la dinámica de los sectores durante la crisis de COVID 19 y donde claramente se observa el decrecimiento dramático del sector turístico y de entretenimiento, con un decrecimiento del 37% y 42% respectivamente, luego de haber tenido ambos una participación en 2019 del 38.96%⁶.

Online shopping behavior before, during and after the corona: Netherlands in 2020 (by category)



Fuente: Statista

El sector moda es el que registró mayor crecimiento con un 31% en marzo de 2020⁷, en primeras semanas de la cuarentena. Sin embargo, es importante mencionar que, dentro del segmento de moda, los productos que incrementaron sus ventas fueron prendas para ejercicio y no prendas de diseñador ni zapatos de cuero. Esto está determinado por el tipo de actividades y necesidades que durante la cuarentena se generaron.

Para el 2020 se prevé que las ventas online alcancen USD 15.909 millones, siendo el segmento más grande, moda, con una participación de USD 5.105 millones.

⁶ Statista <https://www.statista.com/statistics/1117420/netherlands-online-shopping-trend-coronavirus/>

⁷ After Pay Insight, <https://insights.afterpay.nl/preview-next-weeks-data-e-commerce-shows-no-signs-of-slowing-down-fashion-purchases-grow-with-31-compared-to-end-of-march.html>

La crisis del COVID 19 solo aceleró el crecimiento de las ventas en línea y la presencia de las redes sociales como plataformas dinámicas para la venta de productos. Se puede afirmar que esta tendencia de ventas llegó para quedarse.

Hay factores determinantes que han contribuido al crecimiento de las ventas en líneas como la facilidad de acceder a productos las 24 horas del día, existencia de opciones y amplia variedad de productos en una plataforma, pago directo con las tarjetas de débito de bancos neerlandeses y entrega de productos en un máximo de 5 días debido a la excelente conectividad en el país.

Las encuestas más recientes arrojaron que del total de usuarios de plataformas de compra en línea encuestados, el 8% de consumidores afirmó que regresaría a las compras en tiendas físicas. Se reporta también que el 48% que decide mantenerse con compras online por seguridad sanitaria⁸ pese a que el 23% de encuestados aseguraron que su consumo disminuirá por inestabilidad financiera⁹.

Durante la crisis, varias plataformas ofertaron sus servicios creando paquetes promocionales que incluían la creación de una plataforma online para la venta de tiendas y la promoción en internet, por un valor aproximado de 2000 euros¹⁰. Para muchos esta era la única opción de generar ventas para sus negocios.

La estrategia para las empresas ecuatorianas, sobre todo para productos como chocolate, artesanías y moda cuyo alcance sería B2C, en utilizar las redes sociales como herramienta para la venta de productos en el mercado neerlandés. El tiempo de reacción a las órdenes realizadas son clave para el éxito de una empresa, adicional a la calidad de producto y al precio. Por esta razón, es necesario que las empresas ecuatorianas cuenten con producto en bodega que permita la distribución de la mercadería de manera rápida, además de contar con un socio estratégico en Países Bajos que brinde el servicio de almacenamiento y distribución de productos, sin necesidad de que se convierta en el representante de la tienda.

Existen empresas en Países Bajos especializadas en servicios logísticos y de almacenamiento que podrían funcionar como ese socio estratégico para las empresas ecuatorianas. Estas opciones que brindan el servicio logístico y de almacenamiento podrían funcionar mejor aún si se logra trabajar en asociatividad con otras empresas de productos similares, con el fin de crear

⁸ After Pay Insights , https://insights.afterpay.nl/dutch-shoppers-say-they-will-reduce-their-overall-purchases-in-july-but-continue-to-shift-purchases-to-online-channels.html?utm_medium=social&utm_source=linkedin-paid&utm_campaign=ap-insights&utm_content=blog-21&li_fat_id=289c61c8-864b-434f-af5f-e965b8186eb4

⁹ Ibid

¹⁰ DutchNews, <https://www.dutchnews.nl/news/2020/04/from-no-business-to-web-business-helping-small-shops-get-online/>

volúmenes interesantes, permitiendo así que el costo de inversión sea equitativo para las empresas participantes.

Este nuevo formato de ventas online, no es exclusivo para la internacionalización de productos, sino también para el fortalecimiento de la presencia de productos en el mercado nacional.

Fuentes:

- After Pay, <https://insights.afterpay.nl/>
- After Pay Insight, https://insights.afterpay.nl/dutch-shoppers-say-they-will-reduce-their-overall-purchases-in-july-but-continue-to-shift-purchases-to-online-channels.html?utm_medium=social&utm_source=linkedin-paid&utm_campaign=ap-insights&utm_content=blog-21&li_fat_id=289c61c8-864b-434f-af5f-e965b8186eb4
- Dutch News, <https://www.dutchnews.nl/news/2020/04/from-no-business-to-web-business-helping-small-shops-get-online/>
- Dutch News, <https://www.dutchnews.nl/news/2019/09/online-supermarkets-on-up-but-dutch-still-get-their-bikes-out-to-shop/>
- Ecommerce Holland, <https://www.ecommerceinholland.com/en/news/article/online-umsatze-holland-um-29-hoher-im-marz/>
- Ecommerce report Netherlands 2019; <https://www.osudio.com/en/blog/ecommerce-report-netherlands-2019>
- Statista, <https://www.statista.com/outlook/243/144/ecommerce/netherlands/#market-users>
- Statista, <https://www.statista.com/topics/4909/e-commerce-in-the-netherlands/>
- Statista, <https://www.statista.com/statistics/558214/yearly-online-consumer-expenditure-in-the-netherlands/>
- <https://www.safeshops.be/wp-content/uploads/2018/06/Dutch-Full-Ecommerce-Report-2018.pdf>

