



# Informe e-País: El comercio electrónico en Croacia

**Diciembre 2021**

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Zagreb

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



16 de diciembre de 2021  
Zagreb

Este estudio ha sido realizado por  
Ángel L. Reyes Vázquez  
Versión 2019: Realizada por  
María Ariño Olivares

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

<http://Croacia.oficinascomerciales.es>

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

En 2020, de acuerdo con el [Banco Mundial](#), la República de Croacia contaba con una penetración de usuarios de internet del 78,32%, una de las más bajas de la UE (solo por delante de Bulgaria, 70,16%). Mientras que según la [Comisión Europea](#), Croacia es el cuarto país de la UE con un mayor número de habitantes que nunca ha navegado en la red (18% de la población total, la media de la UE es del 9%).

Estos factores se ven reflejados en un mercado de comercio electrónico relativamente pequeño. En 2020, según [Statista](#), Croacia contaba con unos 2,2 millones compradores online (una penetración del 53,6%), una facturación de 674 millones de euros y unos ingresos por usuario de 299,47€. A pesar de ello, es un mercado en expansión envuelto en una rápida transformación que se ha acelerado por motivo de la pandemia. De acuerdo con [Eurostat](#), en 2019, el 22% de las empresas croatas con más de 10 empleados vendían de forma online (media europea de 20%). En 2020, la cifra de compañías croatas alcanzó a ser el 31% (media UE 21%). Sin embargo, en 2020 solamente el 12% de los ingresos por venta en Croacia provenían del canal online.

Según datos de [Statcounter](#) (septiembre 2021) el buscador más utilizado en Croacia es [Google](#) con un 97,16% de la cuota de mercado. Mientras que la penetración en redes sociales era de 68,4% ([Datareportal](#), enero de 2021). Las principales redes sociales ([NapoleonCat](#), septiembre 2021) eran [YouTube](#) (2,80 millones de usuarios), [Facebook](#) (2,34 millones de usuarios activos) e [Instagram](#) (1,20 millones).

En 2020, Passport de E-commerce en Croacia, elaborado por [Euromonitor](#) (en marzo 2021), estimó que las cinco empresas con más ventas online en Croacia eran: [Alibaba Group](#) (24,9% del total), la croata [Ekupi doo](#) (11,2%), [Amazon.com](#) (9,6%), [eBay](#) (8,8%) y Apple (4%). Otras empresas croatas que cabrían destacar por su modelo de negocio son la tienda de comestibles [Konzum Klik](#) (el primer supermercado con oferta *online*) (3,8% del mercado online), y el Marketplace generalista online [Abrakadabra](#) (0,4%). Algunas tiendas minoristas físicas que disponen de plataformas online también alcanzan importantes ventas online, por ejemplo: la tienda de tecnología [HG Spot](#) (3,2%), el portal de libros y e-books [Profil Klett](#) (3,1%) o la cadena de electrodomésticos [Elipso](#) (1,5%).

En Croacia el comercio electrónico B2B y el B2G no está tan desarrollado como en otros países de Europa. Según [Eurostat](#), en 2020 solamente el 21% de las empresas croatas participaron en comercio electrónico B2B o B2G, una cifra muy inferior al 31% de las compañías que participan en *ecommerce* B2C. A pesar de ello, el comercio online entre empresas ha crecido de forma constante año tras año y ya resulta prevalente en el sector de las TIC. Los principales portales B2B en Croacia son [Amazon Business](#) y [Alibaba](#) aunque cada vez un mayor número de empresas nacionales dispone de su propia plataforma.

La página de *ecommerce* C2C más importante en Croacia es [Njuškalo](#) (rastreador), que recibió 4,8 millones de visitas en octubre. [eBay](#) fue la segunda página C2C más visitada, con 211.400 visitas en octubre de 2021.

El comercio online transfronterizo en Croacia ha ido creciendo de forma sostenida desde la adhesión a la Unión Europea en 2013. Aunque el número de empresas croatas, el volumen de negocio y el porcentaje de usuarios que participan en comercio online a través de fronteras sigue siendo relativamente limitado.

En función de las fuentes consultadas hay importantes discrepancias acerca de la importancia del comercio electrónico transfronterizo en Croacia. De acuerdo a [Eurostat](#) (mayo de 2021), la [Comisión Europea](#) (2020) y [Export.gov](#) (2018) los cibernautas croatas se decantan mayoritariamente por comprar en plataformas nacionales; mientras que según [Euromonitor](#) (en marzo 2021), [eCommerce Hrvatska](#) (2020) y [Consumer Barometer](#) (encuesta 2017, publicada en 2019) los compradores de Croacia prefieren adquirir bienes y servicios en webs extranjeras.

A pesar de la existencia de discrepancias sobre la importancia del *ecommerce* transfronterizo en Croacia según la fuente consultada, existen una serie de factores que limitan y desincentivan la compra y venta online en otros países. Los principales son: el pequeño tamaño del mercado, la preferencia generalizada entre los consumidores por los productos nacionales y la no pertenencia ni a la eurozona ni al espacio Schengen.

En el momento de la elaboración de este informe no existen grandes plataformas de oferta de servicios a las empresas exclusivo de Croacia. Aunque existen multitud de pequeños portales similares a las páginas amarillas. Destaca la web de suscripción [Poslovna.hr](#) (Negocio), que ofrece servicios similares a los prestados por [Informa D&B](#), centrándose exclusivamente en empresas croatas. Una alternativa de libre acceso, aunque más limitada en su funcionalidad es [Fininfo.hr](#).

En lo relativo a la logística, los plazos de entrega de paquetes de compras realizadas en páginas y tiendas croatas suele tardar entre tres y cuatro días en llegar a sus destinatarios. Aunque si la compra se realiza en una web extranjera ([Amazon](#), [Aliexpress](#), etc.) o el comprador vive fuera del área metropolitana de Zagreb, el tiempo de espera puede llegar a superar los 7 días hábiles.

Por regla general, el factor más importante para los compradores croatas, tanto de manera online, como offline, es el precio. Los consumidores muestran una elevada elasticidad a los precios, y están dispuestos a adaptar sus hábitos de consumo por este motivo.

Cuando se trata de compras por internet, tradicionalmente el método de pago preferido por el consumidor croata ha sido el pago en efectivo en el momento de la entrega. De acuerdo con [eCommerce Hrvatska](#) en 2020, el método preferido por el 39% de los compradores era el pago por tarjeta, seguido por el pago contrarrembolso (34%), monederos electrónicos (22%) y otros métodos (5%). No obstante, en la práctica entre el 50 y el 80% de las ventas online se realizan mediante pago en efectivo a la entrega.

El mercado de la publicidad en Croacia es relativamente pequeño. Según la Asociación de Agencias de Comunicación de Croacia ([HURA!](#)), en 2020, el gasto en publicidad en internet (excluyendo buscadores y redes sociales) fue de unos 42,93 millones de euros (23,12% del total). Si se incluyen

los gastos en buscadores y en promoción en redes sociales el mercado de la publicidad online en 2020 alcanzó los 147 millones de euros. Según [Statista](#) (octubre 2021), la partida más importante fue la publicidad en banners (46,7%), seguido de la publicidad en buscadores (SEM, 35,6%), publicidad en vídeos (10,6%) y anuncios y clasificados (7%).

El idioma oficial del país es el croata. Aunque el uso del inglés es prevalente entre los estratos más jóvenes y entre la población urbana y de las zonas costeras, debido a que el país es un importante destino turístico. Esto hace que para un número significativo de clientes online realizar compras en inglés no suponga demasiado inconveniente. No obstante, si se busca una presencia sostenida en el mercado croata resulta interesante traducir la página web, ya que aporta confianza y puede servir para convencer al 26% de los compradores que solo compran en páginas en croata ([Consumer Barometer](#), 2017).

El *ecommerce* en Croacia se encuentra inmerso en un proceso de rápida expansión. Según [Statista](#), entre 2019 y 2021 el valor del mercado del comercio online creció un 71% y el ingreso medio por usuario aumentó un 46,8%. Así mismo, [Comisión Europea](#) estimó que entre 2020 y 2021, el *ecommerce* B2C en Croacia crecerá un 32%. Aunque se espera que la expansión del sector en Croacia se vaya ralentizando en el futuro. Entre 2021 y 2025 [Statista](#) calcula que el *ecommerce* crezca a una tasa anual compuesta (CAGR) del 7,38%. En el mismo periodo, se prevé que los ingresos medios por usuario aumenten de forma sostenida hasta superar los 420 €/ usuario.

La presencia española *online* en Croacia es bastante importante, con tres marcas españolas punteras en sus respectivos segmentos. La principal marca española en el país es el grupo Inditex. [Zara.com](#) se ha convertido en la principal página de comercio online del segmento de moda y la segunda web nacional con mayores ventas (16,8 millones de euros o el 3,5% del mercado de *ecommerce* total). En el mismo segmento, la empresa [Mango](#) se posiciona como la quinta empresa con mayores ventas de moda en Croacia (aproximadamente 4,6 millones de € o 0,95% del mercado total). Otra empresa española con una importante presencia online en Croacia es [Glovo](#). La compañía barcelonesa de reparto de comida entró en el mercado en Zagreb en 2019 y a finales de 2021 ofrece sus servicios en las principales 11 ciudades del país. Según declaraciones de la empresa el 20% de los internautas croatas ha descargado su aplicación de móvil y ya ha entregado más de 9 millones de productos por toda Croacia.

Así mismo, cada vez son más comunes las pequeñas y medianas empresas españolas que ofrecen sus productos en el mercado croata. Destaca el ejemplo de [Soria Natural](#), empresa del sector de la medicina natural, vendiendo sus productos en Croacia tanto de manera online como en farmacias.

## CONTACTO

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

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Croacia y Bosnia y Herzegovina, 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](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**icex** España  
Exportación  
e Inversiones