



INFORME
e-PAÍS

2023



Informe e-País: El comercio electrónico en Jordania

Julio de 2023

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Amman

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



9 de julio de 2023
Amman

Este estudio ha sido realizado por
Álvaro Cenamor Mochales

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

<http://Jordania.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-23-016-3

Índice

1. Resumen ejecutivo	5
2. Datos generales	8
2.1. Datos generales sociodemográficos	8
2.2. Habitantes digitales	9
2.3. Distribución de la población digital	10
2.4. Acceso a la red (banda ancha)	10
2.5. Otros datos digitales	11
2.5.1. Buscadores	11
2.5.2. Redes Sociales	12
3. La oferta digital	14
3.1. El <i>e-commerce</i> . ¿Qué empresas venden en el entorno digital? ¿Sectores más punteros?	14
3.1.1. Comercio electrónico B2C	15
3.1.2. <i>eCommerce</i> B2B	16
3.1.3. <i>eCommerce</i> C2C	16
3.1.4. <i>eCommerce</i> transfronterizo	16
3.1.5. Contenidos digitales	17
3.1.6. Servicios <i>online</i> a empresas	17
4. Operativa – Pasos para exportar <i>online</i>	19
4.1. Registro de marca	19
4.2. Fiscalidad y procedimiento aduanero	20
4.2.1. Entorno regulatorio	20
4.2.2. Fiscalidad/Aranceles	20
4.2.3. Etiquetado	21
4.3. Logística	21
4.3.1. Grado de desarrollo de las infraestructuras y gestión de la última milla	21
4.3.2. Principales empresas de logística del país	22
4.4. Medios de pago	23
4.4.1. Medios de pago más usados en <i>eCommerce</i> y porcentaje de uso	23
4.4.2. Uso de la banca <i>online</i> y acceso a medios de financiación	23
4.4.3. Mecanismos de seguridad en el pago	24
4.5. Publicidad y posicionamiento	25
4.6. Información adicional para la venta a través de la tienda online propia	26
4.6.1. Gestión de dominios	26
4.6.2. Idiomas	26
4.6.3. Política de privacidad y <i>cookies</i>	26
5. Barreras de entrada	28



6. Análisis de la demanda	30
6.1. Cuantificación de la demanda potencial	30
6.2. Comportamiento y hábitos de los consumidores	30
6.3. Portales de venta donde acuden los consumidores / empresas	32
6.4. Medios de acceso al conocimiento del producto	33
7. Presencia española <i>online</i>	34
8. Perspectivas y oportunidades del canal <i>online</i>	35
9. Otra información de interés	37
9.1. Puntos de encuentro profesionales	37
9.2. Organizaciones relacionadas	37
9.3. Otra información de interés	38
9.3.1. Referencias de estudios e informes de interés	38
9.3.2. Otros contactos de interés	39

icex

1. Resumen ejecutivo

El mercado jordano ha experimentado un enorme crecimiento, debido en parte a un aumento demográfico en los últimos años y a la afluencia de refugiados al país. Jordania cuenta con una infraestructura de telecomunicaciones con un nivel de desarrollo aceptable y la industria se está paulatinamente adaptando para el cambio a la transformación digital.

A principios de 2022 había un total de 6,87 millones de usuarios de internet en Jordania. La tasa de penetración de internet en el país se situó en el 66,8% de la población en 2022. Además, hubo 8,03 millones de conexiones móviles y 6,85 millones de personas activas en redes sociales. Las más utilizadas son [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#), [Snapchat](#) y [Twitter](#).

El comercio electrónico en Jordania está aún en sus primeras fases de desarrollo, siendo esto un indicador de que el máximo potencial está todavía por alcanzarse. Jordania es el 58º mercado más grande para el comercio electrónico con unos ingresos previstos de 2.435,2 millones de USD para 2023. Se espera que los ingresos muestren una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR 2023-2027) del 13%, lo que da como resultado un volumen de mercado proyectado de 4.494,5 millones de USD para 2027. A pesar de que el país presenta una serie de obstáculos al crecimiento del comercio electrónico como la falta de legislación que apoye el comercio electrónico y proteja a los consumidores, los cambios arbitrarios en las licencias y los impuestos, así como la falta de un sistema viable de pago electrónico, el mercado sigue creciendo y los ingresos previstos para los próximos años son positivos. Las plataformas online más usadas en Jordania son [Aliexpress](#), [Jordan.ubay](#) y [Olahub](#).

Respecto a los sectores con mayores ingresos en el mercado jordano a través de la venta por e-commerce, se encuentran los productos electrónicos, moda y comida ([Statista](#)).

El volumen de ingresos del comercio electrónico y el tamaño de sus empresas en algunos países alcanza las decenas de millones de dólares, lo que justifica que sus gobiernos impongan impuestos a las empresas de comercio electrónico, pero en Jordania, todavía se está en el proceso de desarrollo de la tecnología y la adopción de la economía digital.

Existe una división demográfica entre los usuarios de internet en Jordania. La población entre 18 y 35 años con formación académica son la base del consumo de la población jordana en lo referido al comercio electrónico. Los billetes de avión, los libros, la ropa la música, la tecnología y los videojuegos son los productos más populares para comprar usando los servicios de comercio electrónico. Por otro lado, los productos de belleza y cuidado personal, así como productos alimenticios, cada vez están teniendo una mayor presencia dentro del mercado online. Las principales motivaciones del consumidor jordano son el ahorro de esfuerzo y tiempo, los precios

bajos y la disponibilidad de los productos. Estas motivaciones se consideran los principales motivos por el que se realizan compras online. Además, ayuda a reducir los gastos de transporte, ofrece una mayor variedad de productos y permite el acceso a distintos grados de calidad, precios y comodidad.

Para poder registrar una marca se debe realizar una petición de registro con la presentación de diversos requisitos. Una vez presentada la solicitud, se examina la existencia de registros y derechos anteriores. Las solicitudes de marca aceptadas por el Registrador se publican en el Boletín Oficial.

En agosto de 2019, la Autoridad Aduanera de Jordania introdujo nuevas normas y tarifas de servicios aduaneros para las compras personales transfronterizas de prendas de vestir, ropa, zapatos, juguetes para niños y alimentos, realizadas por ciudadanos y residentes en Jordania. Aunque en marzo de 2021, el Ministerio de Finanzas y el Departamento de Aduanas ampliaron el límite máximo de la exención de derechos de aduana sobre los bienes comprados en línea desde fuera del Reino y destinados a uso personal de 100 (129 euros) a 200 JOD (258 euros). Para los paquetes inferiores a este límite, se impondrá ahora una tasa fija del 10%, después de dicho límite el porcentaje varía dependiendo del ítem, pero según fuentes internas la media es del 35%. El valor del comercio electrónico en el comercio general de Jordania no es muy significativo, por lo que la imposición de tasas aduaneras a los productos del comercio electrónico como reacción a las quejas de los comerciantes por la regresión de sus ventas en lugar está teniendo efectos negativos tanto para los compradores como para los comerciantes. Respecto al etiquetado, los importadores son responsables de informar a los proveedores extranjeros de cualquier requisito de etiquetado y marcado aplicable. Todas las etiquetas deben estar en árabe o tener una etiqueta adhesiva en árabe.

Jordania presenta una buena red logística, ha invertido considerablemente en su sector de transporte en los últimos años. Ha ampliado el sector vial, mejorado la movilidad urbana, potenciado la industria logística, abierto un nuevo puerto marítimo en Aqaba, inaugurado un nuevo aeropuerto internacional de carga y de pasajeros y está diseñando una red ferroviaria nacional, todo ello con el objetivo de aumentar la eficiencia y la competitividad de la región. El sector del transporte y la logística cuenta con una infraestructura sofisticada y una fuerza de trabajo altamente calificada.

Jordania cuenta con una infraestructura desarrollada y bien situada para apoyar la digitalización de los pagos nacionales e internacionales. La infraestructura del Reino se caracteriza por un alto nivel de interconexión entre los servicios móviles y el amplio sistema de pagos.

La mayoría de las transacciones en Jordania se realizaron en efectivo. La razón por la que el pago en efectivo es tan superior al pago electrónico es el miedo de los comerciantes a un posible fraude, y la relativa seguridad de recibir el dinero en efectivo de inmediato. Sin embargo, esta tendencia está empezando a cambiar.



Jordania ha realizado importantes reformas en la liberalización del comercio en los últimos años, y el gobierno sigue esforzándose por mejorar el clima de comercio e inversión del país. Además, la Unión Europea cuenta con un tratado de libre comercio con Jordania por el cual se eliminan la mayoría de los aranceles y tarifas del comercio entre la UE y Jordania.

Es importante tener en cuenta las diferencias sociales y las distintas formas de abordar los negocios en Jordania. Se trata de un país moderno y seguro, a pesar de estar en una región conflictiva, con recursos humanos bien formados.

El sector del comercio electrónico se presenta en un estado de introducción. Jordania cuenta con las infraestructuras necesarias para fomentar su crecimiento en los próximos años, pero hay dos factores principales que lo están frenando. Por un lado, la desconfianza y desconocimiento de los mercados electrónicos, así como de las instituciones financieras. Es necesaria una mayor cultura digital de la población para paliar la desconfianza del consumidor jordano a realizar, por ejemplo, los pagos online. Por otro lado, las bizarras medidas que va tomando el gobierno en materia de impuestos y aduanas, ya que estas están impregnadas de un carácter proteccionista que afecta en gran medida al comercio electrónico transfronterizo.

Las empresas españolas no tienen una gran presencia en los mercados internacionales de Jordania. En general, el producto español va claramente asociado a Europa y se atribuyen estándares elevados de calidad. El jordano es muy receptivo y muestra un gran interés por el producto español.

En definitiva, como se ha comentado anteriormente, el mercado del comercio electrónico en Jordania aún está en una etapa temprana de desarrollo. Pero a pesar de esto, el gobierno jordano ha estado haciendo esfuerzos de forma intensiva en los últimos años. Es importante resaltar que la mejor forma de entrar es a través de un importador-distribuidor (plataforma en este caso), ya que es una buena manera de testear el mercado y producto y ver si funciona en el país, sin hacer una inversión excesiva.

2. Datos generales

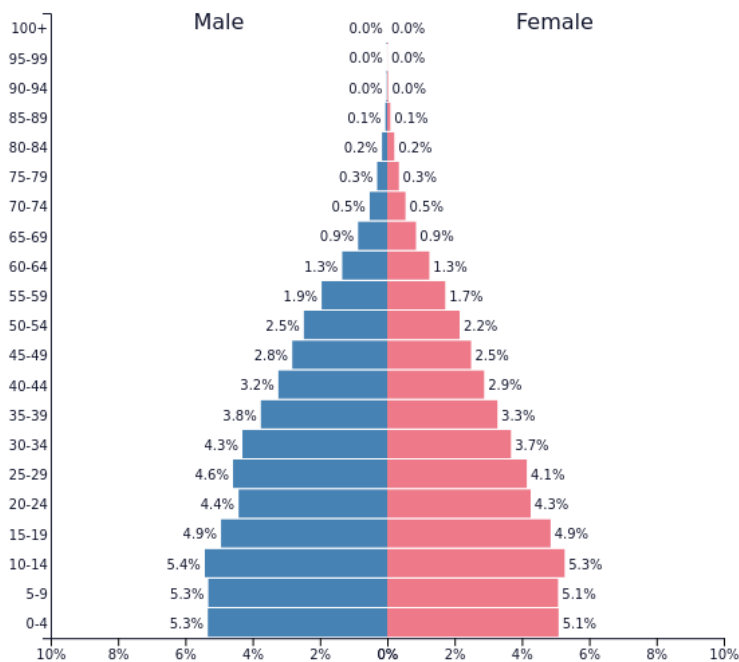
2.1. Datos generales sociodemográficos

Según el [Departamento de Estadísticas](#), a mediados de 2023, la población jordana alcanzó los 11.404.567 habitantes. Dentro de la población total registrada, cabe destacar que, el 69,3% de la población total es de origen jordano, mientras que los no jordanos constituyen el 30,6% de la población. De la población no jordana destaca la presencia de población siria, que representa el 40% de la población no jordana (más de 1.300.000 personas de origen sirio se encuentran actualmente en Jordania). El 60% restante de la población de origen no jordano procede principalmente de Egipto, Iraq, Yemen, Palestina o Libia.

Debido a la llegada de refugiados sirios, el país ha experimentado un importante crecimiento demográfico en los últimos años.

En lo que respecta a la distribución por edades, en 2023, la población comprendida entre los 0 y 14 años representaba el 31,5% de la población; entre 15 y 64 años el 64,6% de la población; y los mayores de 65 años representaban en 3,9% de la población.

PIRÁMIDE POBLACIONAL



Fuente: [Populationpyramid.net](https://populationpyramid.net)

Alrededor del 75% de la población del país se concentra en el norte, en el triángulo Amman, Zarqa, e Irbid, estando las zonas desérticas del sur prácticamente despobladas. La provincia más poblada es la de Amman, que acoge al 42% de la población total del país; seguido de Irbid, Zarqa y Mafrq. Se estima que alrededor del 90% de la población es urbana. A continuación, se detalla la estimación de la población por provincias en 2022:

FIGURA 1: DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN

Provincias	Población
Amman	4.744.700
Balqa	582.100
Zarqa	1.616.000
Madaba	224.000
Irbid	2.095.700
Mafrq	651.100
Jarash	280.700
Ajlun	208.500
Karak	374.800
Tafiela	114.000
Ma'an	187.600
Aqaba	222.800



Fuente: [Departamento de estadísticas \(DOS\)](#)

La inyección de capital que está recibiendo Jordania como inversión directa extranjera en forma de donaciones internacionales, para paliar el elevado número de refugiados en el país, está contribuyendo a minorar las desigualdades sociales y a mejorar las infraestructuras del país.

El PIB per cápita en 2022 fue de 4.211 \$. Este disminuyó en los años siguientes a la COVID-19, no obstante, en el año 2022, los datos han vuelto a niveles previos, llegando incluso a superar los valores del 2019 (4.162 \$).

2.2. Habitantes digitales

En enero de 2022 había un total de 6,87 millones de usuarios de internet en Jordania. La tasa de penetración de internet en el país se situó en el 66,8% de la población total a principios de 2022.

Los últimos datos oficiales indican que los usuarios de internet en Jordania aumentaron en 33.000 (+0,5%) entre 2021 y 2022. ([Datareportal, 2022](#)).

2.3. Distribución de la población digital

Los datos de [GSMA Intelligence](#) muestran que había 8,03 millones de conexiones móviles en Jordania a principios de 2022. Sin embargo, tenga en cuenta que muchas personas en todo el mundo utilizan más de una conexión móvil, por ejemplo, pueden tener una conexión para uso personal y otra para el trabajo, por lo que no es inusual que las cifras de conexión móvil excedan significativamente las cifras totales de población. Las cifras de GSMA Intelligence indican que las conexiones móviles en Jordania equivalían al 78,1% de la población total en enero de 2022.

El dispositivo más utilizado en Jordania para las búsquedas de internet fue el smartphone, con una cuota del 63,65%, lo que supone un decremento del 3,1% respecto al año anterior. En segundo lugar, se encuentran los ordenadores con un 35,01% de la cuota, un 6,1% más que el año anterior. Les siguen las tabletas, con una cuota del 1,2% y otros dispositivos como las videoconsolas con un 0,15%. Jordania está trabajando para avanzar en su infraestructura digital y tecnológica, pero su nivel de destreza en herramientas digitales no es tan alto como en algunos otros países desarrollados. No obstante, Jordania ha estado estos últimos años invirtiendo en iniciativas para mejorar sus capacidades digitales y fomentar la innovación tecnológica del país. Algunos de estos esfuerzos notables incluyeron el establecimiento de parques tecnológicos, incubadoras de startups y programas de capacitación tecnológica. Además, el gobierno jordano está promoviendo la educación en tecnología y ciencias de la computación en las escuelas y universidades. ([Datareportal, 2022](#)).

Existe una división demográfica entre los usuarios de internet en Jordania. Mientras que el 75% de las personas de entre 18 y 34 años utilizan internet, el porcentaje baja al 57% en el caso de personas de 35 años o más. El contraste es aún más notable en lo que respecta a los niveles de educación. El 96% de las personas con “mayor nivel de educación” utilizan internet, en comparación con sólo el 41% de los jordanos con “menos nivel de educación”. Además, el acceso en muchas de las gobernaciones rurales del país sigue siendo pobre en comparación con las zonas urbanas. Por ejemplo, las conexiones de fibra óptica (FTTx) se limitan principalmente a las zonas ricas del oeste del Ammán.

2.4. Acceso a la red (banda ancha)

Según [Datareportal](#) Jordania cuenta con una velocidad de banda ancha de 53,36 megabits por segundo (MBPS). Respecto a la velocidad en móviles se obtienen 19,37 MBPS.

Jordania es un mercado único debido al enorme crecimiento demográfico de la última década y a la afluencia de refugiados al país. Posee una infraestructura de telecomunicaciones bien

desarrollada y la industria se está preparando para la próxima ola de desarrollo relacionado con 5G, que se espera que se empiece a implementar en el año 2023.

El desarrollo de una red nacional de banda ancha basada en la fibra está muy avanzado y [Orange Jordan](#) sigue siendo el mayor operador de red fija del reino. [Zain Jordan](#) también está invirtiendo en infraestructura de red basada en la fibra.

En el sector de la telefonía móvil, Jordania supone un reto para los tres principales operadores, ya que todos ellos tienen aproximadamente la misma cuota de mercado y son muy competitivos. Tanto [Zain Jordan](#) como [Orange Jordan](#) lanzaron servicios 4G LTE antes que [Umniah](#), que, como resultado, vio disminuir el número de abonados a la telefonía móvil.

Jordania es conocida desde hace mucho tiempo por poseer un sector de telecomunicaciones altamente gravado y los principales operadores expresaron recientemente su aversión cuando el gobierno sugirió la introducción de nuevos impuestos y la aplicación de un nuevo gravamen.

2.5. Otros datos digitales

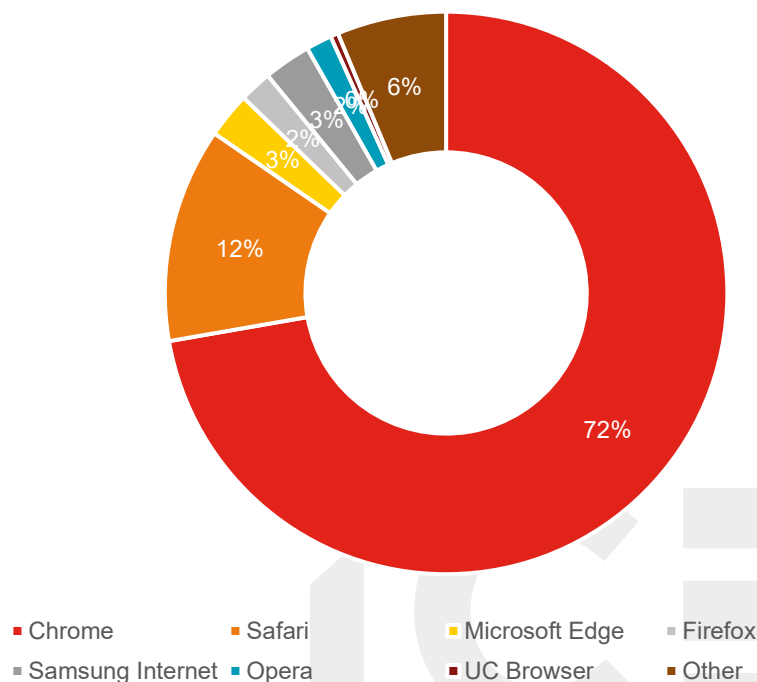
El gobierno en Jordania juega un papel fundamental en el desarrollo del *e-commerce* y transformación digital del país. A parte de ser el encargado de las tasas y regulación que se le aplican, está llevando a cabo varios programas para transformar la economía jordana en una digital. Apoyar a los sectores de la banca, el comercio electrónico y el transporte como sectores impulsores de la inversión en aplicaciones móviles y tecnologías emergentes. Preparar las oficinas de correos para que presten servicios financieros y sociales, comercio electrónico, servicios de administración electrónica y servicios postales, entre otros. Éstos son unos de los principales objetivos del plan REACH2025 y de la [Estrategia Nacional de Transformación Digital de 2021-2025](#). Los dos principales ministerios encargados de llevar a cabo dicha estrategia son el [Ministry of Digital Economy and Entrepreneurship](#) y el Ministerio de Industria y Comercio a través del [Jordan Enterprise Development Corporation](#).

2.5.1. Buscadores

Respecto a los navegadores más utilizados en el país a 2023, cabe destacar [Google Chrome](#), que cuenta con la mayor parte de la cuota de mercado (72,26%), seguido por [Safari](#) (12,34%) y [Microsoft Edge](#) (2,61%).

FIGURA 2: CUOTA DE NAVEGADORES

En porcentaje



Fuente: [Datareportal](#).

Por otro lado, los buscadores más usados en Jordania en 2023 según datos de [Statcounter](#) son: [Google](#) (96,04%), [Bing](#) (2,11%) y [Yahoo!](#) (0,68%). Google abarca prácticamente toda la cuota de mercado y no se le presenta ningún competidor importante.

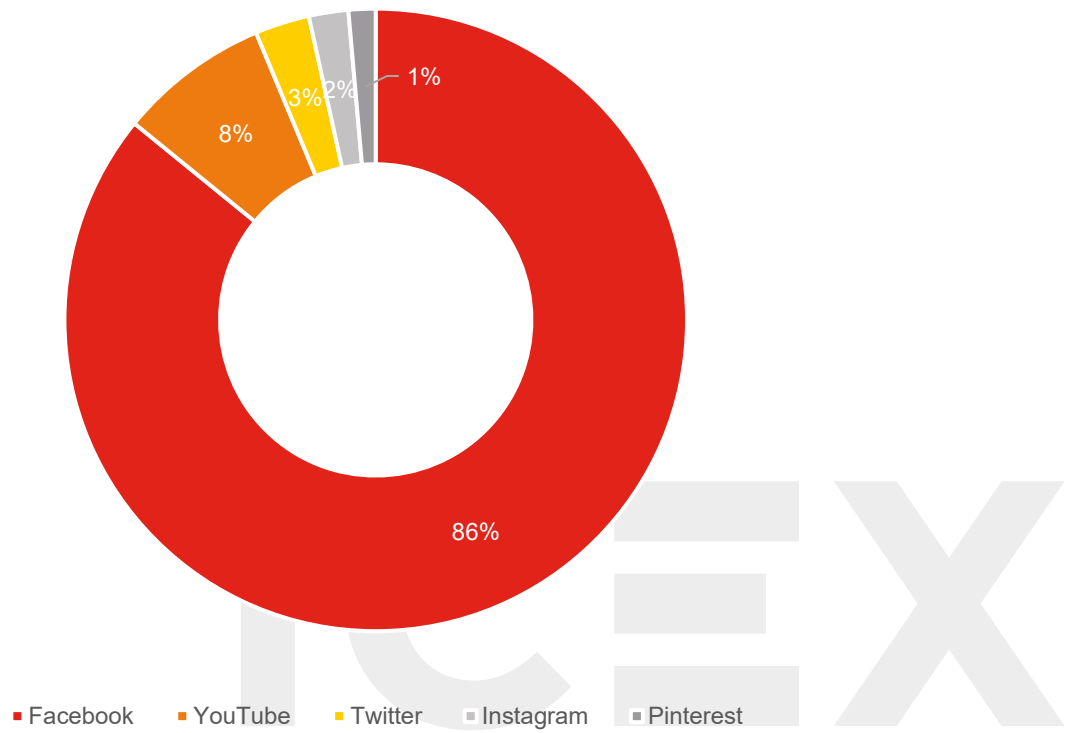
2.5.2. Redes Sociales

En Jordania hay 6,85 millones de usuarios de redes sociales. La cantidad de usuarios de redes sociales en Jordania equivale al 66,6% de la población total, pero es importante tener en cuenta que es posible que los usuarios de redes sociales no representen a personas únicas. El análisis de Kepios revela que los usuarios de redes sociales en Jordania aumentaron en 550 mil en el último año, esto supone un incremento del 8,7%. Las redes sociales más utilizadas son [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#), [Snapchat](#), [Twitter](#) y [Pinterest](#).

En el siguiente gráfico se refleja el tráfico web procedente de las redes sociales:

FIGURA 3: TRÁFICO WEB

En porcentaje



Fuente: [Statcounter](#).

3. La oferta digital

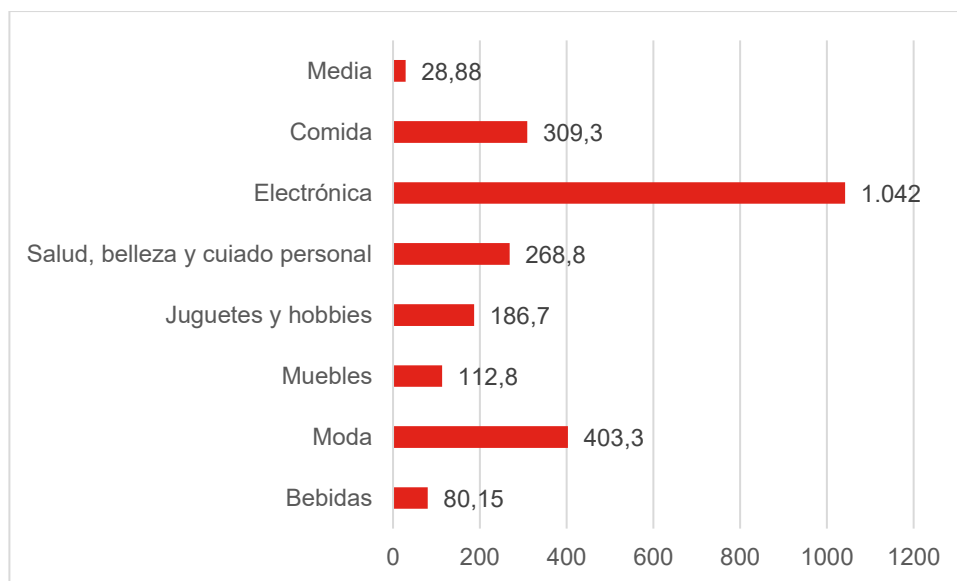
3.1. El e-commerce. ¿Qué empresas venden en el entorno digital? ¿Sectores más punteros?

El comercio electrónico en Jordania está aún en sus primeras fases de desarrollo, siendo esto un indicador de que el máximo potencial está todavía por alcanzarse. Ocupa el puesto 57º a nivel mundial, con unos ingresos previstos para el 2023 de 2.759,4 millones de dólares. Se espera que los ingresos muestren una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR 2023-2027) del 13%, lo que da como resultado un volumen de mercado proyectado de 4.494,5 millones de USD para 2027. El país presenta una serie de obstáculos al crecimiento del comercio electrónico: falta de legislación que apoye el comercio electrónico y proteja a los consumidores, los cambios arbitrarios en las licencias y los impuestos que disuaden a las empresas de invertir, así como la falta de un sistema viable de pago electrónico.

A pesar de dichas barreras, el mercado sigue creciendo y los ingresos esperados para 2023 se muestran en la siguiente figura:

FIGURA 4: INGRESOS DIGITALES POR SECTORES EN JORDANIA

Datos en millones de euros



Fuente: [Statista](#).

Se observa como los sectores del mercado que más ingresos están aportando en 2023 son los correspondientes a electrónica, moda y comida, con unos ingresos esperados de 1.042.000.000 €, 403.3000.000 € y 309.300.000 € respectivamente. ([Statista](#))

Debido a que este mercado se encuentra todavía en una fase temprana, no existen todos los tipos de comercio electrónico. El más presente es el que se da de empresa a consumidor (B2C), también se diferencian algunas plataformas de consumidor a consumidor (C2C), de empresa a empresa (B2B), de gobierno a consumidores (G2C) y también tienen presencia algunas de las plataformas de contenidos digitales que más se consumen en todo el mundo. Además, es difícil calcular el valor total de *e-commerce* en Jordania ya que desafortunadamente no se cuenta con datos oficiales de B2C y B2B.

3.1.1. Comercio electrónico B2C

Las plataformas *business to consumer* (de empresa a consumidor), son los más comunes en el mercado jordano. Dentro de éstas se pueden encontrar:

Marketplaces

- [Amazon.com](#): es el mayor Marketplace del mundo y un importante proveedor de servicios en la nube. La empresa fue originalmente un vendedor de libros, pero se ha expandido para vender una amplia variedad de bienes de consumo y medios digitales.
- [eBay.com](#): es una web de compras online que es más conocida por sus subastas y ventas de consumidor a consumidor. También es muy popular entre los comerciantes en línea para utilizarlo como un canal de ventas. eBay está disponible en muchos países diferentes.
- [Aliexpress.com](#): es una tienda online fundada en 2010 compuesta por pequeñas empresas de China y otros países que ofrece productos para compradores internacionales. Es propiedad del Grupo Alibaba y como eBay, los vendedores de Aliexpress pueden ser empresas o individuos.
- [Jordan.ubay.com](#): es una empresa líder en comercio electrónico que ofrece grandes ofertas y descuentos para compras online en Jordania.
- [Olahub.com](#): es uno de los principales startups, dedicada al B2C, donde se puede comprar en línea regalos, flores, perfumes, pasteles y mucho más, tanto en Ammán como en toda Jordania.

Además, la plataforma [CashBasha](https://cashbasha.com/en-jo) (<https://cashbasha.com/en-jo>), una de las principales empresas jordanas de comercio electrónico transfronterizo que permite a los usuarios comprar productos de diferentes sitios web de comercio electrónico líderes en el mundo, incluidos eBay y Amazon. Lo bueno que tiene esta plataforma para los jordanos es que no hace falta pagar con tarjeta de crédito o usar un banco como intermediario, se puede pagar en efectivo.

También se pueden encontrar Marketplace B2C especializados en un segmento, donde se ofrece una gran variedad de marcas dentro de éste, como por ejemplo [mumzworld](#) (accesorios de bebés), [Jamalon](#) (libros), [Namshi](#) (moda), [Joigifts](#) (belleza y cosmética). Cabe mencionar también las aplicaciones de delivery, siendo las principales del país [Talabat](#), [Careem](#) y [Uber](#). Por otro lado, se pueden encontrar diversas empresas que cuentan con su propia tienda online.

3.1.2. eCommerce B2B

Hace referencia a los negocios que se llevan a cabo entre empresas, ya sean compraventa de servicios como productos. El B2B online, es decir, la compraventa de servicios entre empresas a través de internet permite la compra de materia prima, stock, servicios u otros productos, sin necesidad de desplazamientos y con un alcance global. En Jordania, este tipo de comercio se encuentra en un periodo estanco y su uso es prácticamente inexistente, debido a un cambio en la normativa del gabinete sobre el comercio electrónico en agosto de 2019 (se explicará en fiscalidad/aranceles).

El poco movimiento que hay, aparte de hacerse a través de [Alibaba](#), se hace mediante una serie de startups, que tratan sectores y segmentos específicos. En la web de [Int@j](#), la asociación de TICs en Jordania, se puede encontrar un [mapa de los startups](#) que están ahora mismo funcionando en cada tipo de e-commerce.

3.1.3. eCommerce C2C

Dichas plataformas facilitan el comercio entre compradores finales, donde no intervienen las empresas, siendo los consumidores finales los propios proveedores de productos y servicios. En Jordania destacan:

- [OpenSoog](#): Se trata de la plataforma C2C principal en Oriente Medio con más de 2.000 millones de visitas mensuales la cual conecta a compradores y vendedores en tiempo real para poder vender, comprar, obtener un servicio o un trabajo.
- [OLX](#): Se trata de una plataforma que permite la compraventa de todo tipo de productos.
- [Facebook](#): A través de grupos como Expats & Locals in Jordan; Sale: Expat Leaving Amman; Garage Sale Amman; Amman Buy n Sell; Jordan Expats Leaving Amman; Garage Sale: Expat Leaving Amman; Jordan Moms in Amman Classifields.
- [Hatla2ee](#): Plataforma en la cual se puede comprar y vender coches de segunda mano.

3.1.4. eCommerce transfronterizo

El desarrollo de Comercio Electrónico Transfronterizo presenta importantes oportunidades para la inserción de nuevos mercados internacionales, especialmente para emprendedores y PYMES, a

través de sus propias tiendas online o mediante plataformas y aplicaciones de terceros para que las empresas puedan llagar a potenciales clientes de todo el mundo.

En el caso de los minoristas tradicionales, el comercio electrónico internacional también puede servir de campo de pruebas para determinar si los nuevos mercados extranjeros tendrán éxito antes de abrir un emplazamiento físico en ellos.

Desafortunadamente, en Jordania el e-commerce transfronterizo es prácticamente inexistente debido a las leyes impuestas por el gobierno, por lo que la empresa española que no se encuentre presente en Jordania, no debe considerar el e-commerce como una herramienta para vender en Jordania.

3.1.5. Contenidos digitales

Los contenidos digitales en Jordania están experimentando un gran crecimiento en los últimos años. Pese a la alta incidencia de la piratería, aceptada socialmente, las descargas legales de música, cine, videojuegos o software no dejan de crecer año tras año. Los servicios de streaming y de suscripción atraen cada vez a más usuarios. El volumen de negocio estimado para el año 2023 dentro de este sector será de casi 28 millones de euros, con la venta de productos principalmente de libros, películas, música y videojuegos.

Las plataformas principales de música en Jordania son: <http://www.play.jo/> y <https://www.spotify.com/jo-ar/>.

Respecto a las plataformas digitales que ofrecen películas, documentales y series destacan: <https://www.netflix.com/> y <https://arabia.starzplay.com/>.

Respecto a los videojuegos, Jordania tiene el talento y la capacidad tecnológica para convertirse en un gran jugador en la creciente industria mundial de los e-sports, pero requiere inversiones y una infraestructura de juego ampliada para lograr este objetivo. Hoy en día cuenta con jugadores a nivel internacional y [Zain Jordan](#) inauguró la primera academia de deportes electrónicos en Oriente Medio en el Parque Empresarial Rey Hussein, con el objetivo de formar a jugadores de deportes electrónicos profesionales y aficionados y clasificarlos para competir en campeonatos nacionales e internacionales.

3.1.6. Servicios *online* a empresas

Dado que Jordania está experimentando un crecimiento en su digitalización, están surgiendo cada vez más nuevas empresas técnicas que se especializan en proveer servicios de asistencia a empresas online.



Se pueden encontrar empresas proveedores de soluciones integrales de e-commerce, se encargan de ayudar con el diseño del proyecto, desarrollo de la web y mejoras, es el caso de empresas como: Erabia (<https://erabia.com/>), empresa que ofrece soluciones digitales como Sistema de Gestión de Pedidos (OMS), Gestión de Contenido de Productos (PCM), Sistema de Gestión de Contenido (CMS), centro de datos para la integración y también módulo de servicio al cliente entre otros.

Existen plataformas dedicadas a conectar a personas que están buscando empleo con las diferentes empresas que buscan capital humano. La más reconocida es Bayt <https://www.bayt.com/en/jordan/> la cual cada día publica miles de nuevas ofertas de empleo.

Por último, el sector del marketing online ha tenido un gran crecimiento en los últimos años. Entre las empresas que se dedican a ofrecer servicios de marketing digital destacan: Qiotic (<https://www.qiotic.com/>), Bidaya Corporate Communications (<http://www.bidayacorp.com/>) y Convertsio (<https://convertsio.com/>).

ICEX

4. Operativa – Pasos para exportar *online*

4.1. Registro de marca

Jordania es miembro del [Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial](#) desde el 17 de julio de 1972. La novena edición de la [Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas del Arreglo de Niza](#) (Clasificación de Niza) ha sido adoptada oficialmente en Jordania con efecto a partir del 14 de noviembre de 2008, según la [Oficina de Marcas del Ministerio de Industria y Comercio](#).

Para poder registrar una marca se debe realizar una petición de registro con los siguientes requisitos de presentación:

- Un Poder firmado, notariado y legalizado por el Consulado Jordano de su país.
- El nombre, la nacionalidad, la dirección y la ocupación del solicitante.
- Una lista de los productos y las clases correspondientes a los que se refiere la solicitud.
- El significado de la marca (si está disponible).
- Un documento de prioridad certificado, si se va a solicitar la prioridad de la marca.

Una vez presentada una solicitud, se examina la existencia de registros y derechos anteriores. Las solicitudes de marca aceptadas por el Registrador se publican en el [Boletín Oficial](#).

Hay un período de 3 meses abierto para la presentación de oposiciones por cualquiera de las partes. La oposición a la inscripción de una marca debe ser tramitada ante el Registrador por un abogado en un plazo de 3 meses a partir de la fecha de publicación. En el caso de oposición se remite al [Tribunal Superior de Justicia](#), si no se puede resolver ante el Registrador, o si cualquiera de las partes apela la decisión del Registrador. Si no hay oposición, se expide el correspondiente certificado de registro.

Tasas oficiales para el registro de una nueva marca:

- Presentación de una solicitud de marca = 131€ (143\$).
- Publicación en el Boletín Oficial = 65€ (71\$).
- Tasas oficiales de registro = 392€ (430\$).

4.2. Fiscalidad y procedimiento aduanero

4.2.1. Entorno regulatorio

Jordania está experimentando dificultades para llevar a cabo sus actividades de comercio electrónico. Actualmente no existe ninguna ley que regule el comercio electrónico en Jordania, aunque a través del plan REACH2025 y de la [Estrategia Nacional de Transformación Digital de 2021-2025](#) el gobierno está trabajando para conformar una.

Sus mercados electrónicos deben reorganizarse para aumentar su competitividad nacional e internacional. Jordania necesita una reforma fiscal y reglamentaria por parte de los gobiernos y el sector privado para transformar su mercado electrónico en un entorno eficiente, seguro, transparente y previsible.

Una de las contribuciones más importantes del derecho electrónico son las firmas digitales. Jordania introdujo la [Ley de Comunicaciones Electrónicas en 2001](#), que reconoció la credibilidad de las firmas electrónicas y confirmó su validez como prueba en los tribunales.

Jordania ha comenzado a aplicar la [Ley de Operaciones Electrónicas No. 15 del año 2015](#), esencial para resolver conflictos entre las partes en el comercio electrónico, que rige las operaciones electrónicas que tienen lugar por medios electrónicos. La Ley permite a los ministerios, las instituciones oficiales y públicas y los municipios realizar sus operaciones por medios electrónicos siempre que se disponga de los requisitos de las operaciones electrónicas de conformidad con esta ley, sus reglamentos y las instrucciones pertinentes.

4.2.2. Fiscalidad/Aranceles

Los impuestos no son soportados casi por las empresas, la mayoría de estos, recaen en el consumidor final, lo que supone un problema a la hora de que la población consuma productos online. En agosto de 2019, antes de la decisión del Consejo de ministros, los jordanos podían comprar ropa, zapatos, alimentos y juguetes para niños de hasta 200 JOD¹ (258 euros) al mes sin tener que pagar tasas de aduana, con un límite de 2.400 JOD (3.098 euros) al año, sin embargo, tras la decisión, el límite se fijó en 500 JOD (645 euros) al año. Para autorizar los productos comprados en línea, los clientes tienen que visitar www.customs.gov.jo para rellenar los datos necesarios. A continuación, tienen que autorizar con su nombre la entrada de los productos adquiridos de las categorías en cuestión (ropa, calzado, productos alimenticios y juguetes para niños), pagando 5 JOD (6,46 euros) por cada pedido hasta 50 JOD (64,5 euros) y 10 JOD (12,9 euros) por cada pedido entre 50 (64,5 euros) Y 100 JOD (129,1 euros), sin superar el límite anual. Sin embargo, si se realiza una compra sin rellenar previamente los datos en la web, los clientes tienen que pagar 10 JOD (12,9 euros) por cada pedido hasta 50 JOD (64,5 euros) y 25 JOD (32,2

¹ 1 dinar jordano= 1,29 euros 04/07/2023 ([Xe converter](#)).

euros) por cada pedido entre 50 (64,5 euros) y 100 JOD (129,1 euros). Aunque en marzo de 2021, el [Departamento de Aduanas](#) amplió el límite máximo de la exención de derechos de aduana sobre los bienes comprados en línea desde fuera del Reino y destinados a uso personal de 100 (129,1 euros) a 200 JOD (258,2 euros). Para los pedidos inferiores a este límite, se impondrá ahora una tasa fija del 10%, después de dicho límite, el porcentaje varía dependiendo del ítem, pero según fuentes internas, la media es del 35%.

4.2.3. Etiquetado

Los productos importados deben cumplir los requisitos de etiquetado y marcaje establecidos por el [Instituto de Normalización y Metrología](#) y los ministerios gubernamentales pertinentes.

Los importadores son responsables de informar a los proveedores extranjeros de cualquier requisito de etiquetado y marcado aplicable. Todas las etiquetas deben estar en árabe o tener una etiqueta adhesiva en árabe. El etiquetado nutricional es obligatorio en ciertas categorías de alimentos, incluidos los preparados para lactantes y los alimentos para uso dietético. En general, la etiqueta debe contener el nombre del producto, el nombre y la dirección del fabricante, el peso neto, la materia prima, el número de lote y la fecha de caducidad. Un envío de alimentos puede ser rechazado en base a un contenido de etiquetado ambiguo.

4.3. Logística

4.3.1. Grado de desarrollo de las infraestructuras y gestión de la última milla

Junto con la seguridad de pago, la entrega del producto/servicio comprado vía online, es uno de los retos más grandes a los que se enfrenta el *e-commerce*.

La entrega de los productos comprados por internet es uno de los principales aspectos a valorar y en donde deben tenerse en cuenta la eficacia de las empresas transportistas, así como la rapidez de entrega. Todo ellos son factores que los consumidores electrónicos valoran y son decisivos para asegurar que el consumidor vuelva a comprar en la misma empresa.

Servicios postales: la infraestructura postal en la mayoría del territorio jordano es por lo general deficiente. El correo postal no llega directamente a cada domicilio, sino a unas oficinas que cubren ciertas áreas. Algunas personas cuentan con un PO Box, es decir, espacios dentro de dichas oficinas donde llega el correo y los paquetes. Esto supone un gran inconveniente y afecta directamente al sector. Si se quiere que el paquete llegue a la residencia de cada individuo, se tiene que pagar un extra. En el sector privado funciona de la misma manera, aunque las empresas logísticas aportan un servicio de mayor calidad (mayor seguridad y acortamiento de plazos) aunque el precio aumenta.

Jordania ha invertido considerablemente en su sector de transporte en los últimos años. Ha ampliado el sector vial, mejorado la movilidad urbana, potenciado la industria logística, abierto un nuevo puerto marítimo en Aqaba, inaugurado un nuevo aeropuerto internacional de carga y de pasajeros y está diseñando una red ferroviaria nacional, todo ello con el objetivo de aumentar la eficiencia y la competitividad de la región. El sector del transporte y la logística cuenta con una infraestructura sofisticada y una fuerza de trabajo altamente calificada.

Respecto a la última milla, Jordania no tiene desarrollado una red eficiente de distribución de paquetería. Además, en Ammán, donde se concentra la mayor parte de la población, se suelen organizar grandes atascos y la red de carreteras y calles no está muy desarrollada. La última milla es muy probable que suponga un coste más elevado en Jordania que en otros lugares.

En cuanto a la logística inversa, el problema de la última milla también está presente. Sin embargo, todas las empresas de transporte de paquetería garantizan una logística inversa fiable y de calidad.

4.3.2. Principales empresas de logística del país

Las principales empresas logísticas en Jordania son:

- **Aramex**: es un proveedor mundial líder en soluciones de logística y transporte. Es una marca global reconocida por sus servicios personalizados y su diversa gama de productos. Los servicios que presta Aramex incluyen la entrega urgente internacional y nacional, el envío de carga, la logística y el almacenamiento, las soluciones de gestión de registros e información, las soluciones de comercio electrónico y los servicios de compras en línea.
- **Agility**: Comenzó como un proveedor de almacenamiento local en Kuwait y creció hasta convertirse en la mayor empresa logística de Oriente Medio. Agility es hoy en día uno de los mayores proveedores de logística del mundo con más de 20.000 empleados y operaciones en 100 países. La empresa ofrece servicios de transporte aéreo, marítimo y terrestre de carga, almacenamiento y distribución, así como servicios especializados en logística de proyectos, logística química y ferias y eventos.
- **Naouri Group**: fue establecido en 1994 por su presidente, el Sr. Ibrahim Naouri, como agente de líneas marítimas en una pequeña oficina en Ammán. En la actualidad, se ha ampliado para convertirse en un grupo de 20 empresas que operan en Jordania, Iraq y la Ribera Occidental empleando a más de 650 personas.
- **Net global**: ofrece servicios logísticos y de transporte de carga a sus clientes en todo el mundo a través de sus oficinas en el Líbano, Jordania, Irak, Emiratos Árabes Unidos y Turquía.
- **The Jordanian Logistics Association**: La Asociación Jordana de Logística (JLA) se estableció en 2006 con el fin de representar a la industria del transporte de mercancías en Jordania. La JLA cuenta con el apoyo y la aprobación de organismos oficiales como el Ministerio de Transporte de Jordania y la Federación Internacional de Asociaciones de Transitarios (FIATA).

4.4. Medios de pago

4.4.1. Medios de pago más usados en *eCommerce* y porcentaje de USO

Jordania cuenta con una infraestructura desarrollada y bien situada para apoyar la digitalización de los pagos nacionales e internacionales. La infraestructura del Reino se caracteriza por un alto nivel de interconexión entre los servicios móviles y el amplio sistema de pagos.

Jordania cuenta con el sistema de pagos móviles llamado [JoMoPay](#), el cual es un sistema electrónico operado por [JoPACC](#), para los pagos y los servicios financieros que se ofrecen a través de las carteras móviles. Los bancos, las empresas y los beneficiarios del servicio se registran en el sistema con el fin de intercambiar transacciones financieras.

La mayoría de las transacciones en Jordania se realizan en efectivo. La razón por la que el pago en efectivo es tan superior al pago electrónico es el miedo de los comerciantes a un posible fraude, y la relativa seguridad de recibir dinero en efectivo de inmediato. Sin embargo, la tendencia está empezando a cambiar, ya que, debido a la corta edad de la población, la mayoría de los jordanos están dispuestos a aumentar el uso de las tarjetas de crédito y los pagos electrónicos.

Otro acontecimiento que ha adelantado el aumento del comercio electrónico en Jordania es la creación de [CashU](#), un método de pago en línea que utiliza tarjetas de prepago en lugar de tarjetas de crédito para que tanto los comerciantes como los compradores se sientan más seguros al comprar.

4.4.2. Uso de la banca *online* y acceso a medios de financiación

La mayor parte de los adultos en Jordania disponen de una cuenta en una institución financiera. Estas cuentas son en su mayoría cuentas bancarias, pero también incluyen una pequeña parte de cuentas de cartera móvil y cuentas en el Fondo de Ahorro Postal.

En marzo de 2022, se celebró en Jordania un evento sobre Transformación Digital donde se reunieron cientos de delegados para dialogar sobre la futura economía digital de Jordania, haciendo énfasis en los marcos legislativos y reglamentarios y en las estrategias necesarias para impulsar la innovación y encaminar a Jordania hacia la evolución digital.

[ProgressSoft](#) fue el patrocinador asociado al evento, mostrando sus últimas soluciones bancarias y de banca central en los ámbitos de la banca digital, los cheques electrónicos, la verificación de firmas, los pagos instantáneos y más innovaciones diseñadas para aumentar las experiencias de pago.

La mayor utilización de los servicios financieros digitales convirtió la crisis de la COVID-19 en una oportunidad, pues ha propiciado la incorporación al sistema financiero de personas y pequeñas

empresas que antes no disponían de servicios bancarios. Si bien la normativa ha evolucionado para adaptarse al ritmo de la tecnología, se necesitan políticas específicas para garantizar que nadie quede relegado.

Según datos de una encuesta realizada en Jordania, el análisis sobre la educación, el género y los ingresos son características individuales fundamentales que afectan a la inclusión en Jordania. A continuación, se presentan algunas estadísticas clave:

- Existe una brecha de género del 26% en Jordania, con un 27% de mujeres frente a un 53% de los hombres que tienen acceso a la cuenta bancaria.
- Los jóvenes de 18 a 24 años tienen menos tendencia a poseer una cuenta que las personas mayores de 25 años.
- Los miembros del grupo de bajos ingresos tienen muchas menos cuentas que los que tienen altos ingresos.
- El 52,6% de los adultos que no tienen cuentas bancarias no están interesados en tenerla en un futuro. Por otro lado, el 47,4% restante se ve a menudo desalentado por las condiciones y prácticas de los productos bancarios.

La banca móvil parece ser más popular que la banca por internet, si bien ninguna de las dos se utiliza ampliamente. Sólo el 1,4% de los adultos utilizan la banca por internet y el 2,1% la banca móvil, y el uso de estos servicios (al menos una vez al año) era incluso menor, con un 1,2% y un 1,6% de los adultos. La cultura, el bajo nivel financiero y los conocimientos tecnológicos de los clientes desempeñan un papel fundamental para explicar el uso limitado de estos servicios. La conexión de las carteras móviles a la cuenta bancaria existente es un paso clave para impulsar el comercio electrónico.

4.4.3. Mecanismos de seguridad en el pago

Las plataformas de pago de los comercios electrónicos en Jordania cuentan con uno de los dos sistemas principales para la seguridad de las transacciones:

Electronic transaction Secure Socket Layer (SSL)

El [SSL](#) es el sistema de servicio seguro más utilizado y es una medida importante para establecer la confianza entre el vendedor y el comprador en comercio electrónico. El cifrado y el descifrado permiten la transferencia segura de información entre un navegador de internet y un servidor. Los

datos no pueden ser interceptados o modificados durante la transmisión. El SSL también permite la identificación del comerciante mediante certificados de servidor SSL.

Secure Electronic Transaction (SET)

[SET](#) es un sistema de seguridad alternativo y más complejo basado en certificados y firmas digitales. SET necesita un software específico y es más difícil de obtener y utilizar para los titulares de tarjetas, y a pesar del alto nivel de seguridad que ofrece no se ha generalizado su uso.

4.5. Publicidad y posicionamiento

Tradicionalmente, los periódicos y la televisión han dominado la escena publicitaria. Sin embargo, el consumo de medios y el gasto en publicidad se están desplazando rápidamente hacia los medios digitales, específicamente los medios sociales, que han experimentado un enorme crecimiento en el gasto de las principales marcas. Se espera que esta tendencia continúe en los próximos años.

El marketing online a través del Pay-Per-Click (PPC) es muy común en Jordania y consiste en una forma de publicidad pagada para las páginas web donde el pago depende de la cantidad de búsquedas que se hagan en el enlace de su anuncio (CTR, click-through-rate). El PPC permite a los anunciantes hacer sus propios anuncios de texto y colocarlos en la primera consulta de los motores de búsqueda, o a la derecha de los listados “orgánicos” en la página de resultados de un motor de búsqueda. La publicidad PPC se realiza a través de Google Adwords. Además, la publicidad en las redes sociales está aumentando de gran manera debido al crecimiento en el uso de estas.

El número de personas que pueden alcanzar los anuncios en las diferentes redes sociales es el siguiente:

- [Facebook](#): 5.25 millones
- [Snapchat](#): 3.10 millones
- [Instagram](#): 3.05 millones
- [LinkedIn](#): 1.20 millones
- [Twitter](#): 735.6 miles.

4.6. Información adicional para la venta a través de la tienda online propia

4.6.1. Gestión de dominios

El registro del nombre de dominio en Jordania es muy importante para las empresas que se dirigen al mercado jordano. El dominio web en Jordania es el .jo y existen diferentes páginas web a través de las cuales se pueden comprar el dominio siempre y cuando no coincida el nombre de una página web con uno ya existente. Algunas páginas donde se puede realizar este trámite son:

- https://www.asiaregistry.com/domains/domains_jo
- <https://web-solutions.eu/jo-domain-name-registration.htm>
- <https://www.101domain.com/jo.htm>

Existen una serie de requisitos para poder obtener el dominio .jo:

- En el caso de los solicitantes extranjeros, se requiere un contacto administrativo local.
- El nombre de dominio debe coincidir con el nombre de la empresa solicitante o con una marca registrada de cualquier país.
- Los caracteres mínimos para el dominio son 2 y los máximos 63.
- Existen extensiones del dominio que no requieren presencia local y puede ser sin restricciones.

Estos son: .com.jo y .org.jo:

- El tiempo de registro suele ser de aproximadamente 30 días.
- El precio es aproximadamente entre 200 y 300 euros dependiendo de la página web.

4.6.2. Idiomas

El idioma oficial de Jordania es el árabe, sin embargo, en lo referente al comercio electrónico todas las páginas web en Jordania se encuentran en árabe y la gran mayoría también cuenta con una versión en inglés.

De cara a la creación de páginas web y contenido digital, es necesario que se presenten al consumidor jordano en inglés y árabe. El árabe permite una mayor penetración a nivel total del territorio. Si solo se opta por el inglés debido a la falta de recursos y se piensa que se puede abarcar una demanda más internacional probablemente no se vaya a tener todo el éxito posible en Jordania.

4.6.3. Política de privacidad y cookies

El 30 de diciembre de 2021, el Consejo de ministros jordano aprobó el [proyecto de ley de protección de datos personales 2021](#). El proyecto de ley pretende establecer marcos reguladores sobre el almacenamiento, el tratamiento y la circulación de datos dentro de un conjunto claro de limitaciones y obligaciones que garanticen la confianza necesaria para participar en la economía digital y fomentar el comercio y los servicios electrónicos del Reino.

[La Ley de Información Crediticia](#) – Los artículos 8 y 18 se refieren a la privacidad del cliente. En el artículo 8, la ley estipula que la aprobación escrita del cliente debe ser solicitada antes de cualquier divulgación de información sobre su situación crediticia. Sin embargo, el mismo artículo estipula que una empresa está autorizada a revelar información sobre el cliente si la parte que solicitó la información es un “banco o una compañía de seguros o cualquier otra parte aprobada por el gobernador”. El artículo 18 también permite el intercambio de información entre empresas autorizadas con la aprobación del gobernador, con o sin cargo.

[La Ley de libertad de información](#) – En el artículo 13, se establece que la información sobre la correspondencia entre las entidades gubernamentales y otras partes no se divulgará independientemente del medio de comunicación. Dejando de lado la correspondencia entre entidades gubernamentales, no se menciona si la correspondencia entre los ciudadanos puede ser divulgada o no. Sin embargo, en la Ley de los delitos cibernéticos, el artículo 5 demuestra que la vigilancia o el control de las comunicaciones enviadas a través de sistemas de información o de internet se castiga con una pena de hasta 1.000 dinares jordanos.

En Jordania, la propiedad intelectual está protegida por una serie de diferentes actos legislativos, entre ellos la [ley de derechos de autor](#), la [ley de marcas comerciales](#), la [ley de patentes](#), la [ley de diseños industriales](#) y la [ley de competencia desleal](#). En conjunto, contribuyen a establecer un sistema completo de derechos de propiedad intelectual.

Jordania es miembro de la [Organización Mundial de la Propiedad Intelectual \(OMPI\)](#), que se ocupa de los convenios sobre propiedad intelectual desde 1984. Jordania también se incorporó a la [Organización Mundial del Comercio \(OMC\)](#) después de haber cumplido todos los requisitos. El Gobierno de Jordania ha promulgado varias leyes, reglamentos e instrucciones relativas a la propiedad intelectual, que han pasado por las etapas constitucionales y se han publicado en el Boletín Oficial.

5. Barreras de entrada

Introducción al mercado: normalmente, a la hora de penetrar o establecerse en cualquier mercado en Jordania, lo más aconsejable es entrar de la mano de un socio local. En el caso del *e-commerce*, compensa en términos fiscales establecerse en el país como empresa inversora (regulado por la *Jordan's Investment Law of 2022*), ya que el gobierno da multitud de ayudas fiscales a este tipo de empresas sin discriminar si se trata de una local o extranjera. Aunque es importante hacer hincapié en que la mejor forma de entrar sigue siendo a través de un importador/distribuidor (plataforma en este caso), ya que es una buena manera de testear el mercado y producto y ver si funciona en el país, sin hacer una inversión excesiva.

Legislación en el país: actualmente no existe ninguna ley que regule el comercio electrónico en Jordania, aunque a través del plan REACH2025 y de la [Estrategia Nacional de Transformación Digital de 2021-2025](#) el gobierno está trabajando para conformar una.

Servicios postales: la infraestructura postal en la mayoría del territorio jordano es por lo general deficiente. El correo postal no llega directamente a cada domicilio, sino a unas oficinas que cubren ciertas áreas. Algunas personas cuentan con un PO Box, es decir, espacios dentro de dichas oficinas donde llega el correo y los paquetes. Esto supone un gran inconveniente y afecta directamente al sector, ya que una de las ventajas del comercio electrónico es que llega directamente al domicilio. A pesar de ello, hay empresas privadas de logística como las mencionadas anteriormente que entregan a domicilio, pero por unos recargos mayores.

Aduanas e impuestos: como se ha mencionado antes, los impuestos no son soportados casi por las empresas, la mayoría de estos, recaen en el consumidor final, lo que supone un problema a la hora de que la población consuma productos online. En agosto de 2019, antes de la decisión del Consejo de ministros, los jordanos podían comprar ropa, zapatos, alimentos y juguetes para niños de hasta 200 JOD² (258,2 euros) al mes sin tener que pagar tasas de aduana, con un límite de 2.400 JOD (3.098,7 euros) al año, sin embargo, tras la decisión, el límite se fijó en 500 JOD (645,5 euros) al año. Para autorizar los productos comprados en línea, los clientes tienen que visitar www.customs.gov.jo para rellenar los datos necesarios. A continuación, tienen que autorizar con su nombre la entrada de los productos adquiridos de las categorías en cuestión (ropa, calzado, productos alimenticios y juguetes para niños), pagando 5 JOD (6,46 euros) por cada pedido hasta 50 JOD (64,5 euros) y 10 JOD (12,9 euros) por cada pedido entre 50 (64,5 euros) Y 100 JOD (129,1 euros), sin superar el límite anual. Sin embargo, si se realiza una compra sin rellenar previamente los datos en la web, los clientes tienen que pagar 10 JOD (12,9 euros) por cada pedido hasta 50 JOD (64,5 euros) y 25 JOD (32,2 euros) por cada pedido entre 50 (64,5 euros) y 100 JOD (129,1

² 1 dinar jordano= 1,29 euros 04/07/2023 ([Xe converter](#)).



euros). Aunque en marzo de 2021, el Departamento de Aduanas amplió el límite máximo de la exención de derechos de aduana sobre los bienes comprados en línea desde fuera del Reino y destinados a uso personal de 100 (129,1 euros) a 200 JOD (258,2 euros). Para los pedidos inferiores a este límite, se impondrá ahora una tasa fija del 10%, después de dicho límite, el porcentaje varía dependiendo del ítem, pero según fuentes internas, la media es del 35%.

Traducción del sitio web: el idioma es un factor muy importante a la hora de atraer a clientes de otros países y conviene tener la página, además de en inglés, también en los idiomas oficiales del país al que se quiere acceder, en este caso en árabe.

Sensibilidad al precio: Jordania es un país importador donde por lo general el atributo más importante es el precio. En el mercado del *e-commerce*, esta característica se sigue dando en la mayoría de sus sectores, pero en otros como la electrónica o incluso la moda, la tendencia está cambiando hacia la búsqueda de un producto de calidad con cada vez más atributos.

ICEX

6. Análisis de la demanda

6.1. Cuantificación de la demanda potencial

Jordania cuenta con una población de más de 11 millones, según datos de [datareportal](#), 6.87 millones de jordanos tienen acceso a internet, lo que supone una penetración de más del 60%.

En 2022, tan solo el 7,1% de la población mayor de 15 años que usa internet hizo compras online a través de cualquiera de los dispositivos disponibles, de los cuales 7,4% fueron hombres y un 6,8% fueron mujeres. Las compras se realizaron en su mayoría en zonas urbanas y el consumo predomina en los barrios con mayor poder adquisitivo. Es importante recalcar que pese a tratarse de cifras relativamente pequeñas, se está experimentando un crecimiento en los últimos años.

6.2. Comportamiento y hábitos de los consumidores

Jordania ha sido tradicionalmente sensible a los precios, pero el comportamiento de los consumidores está cambiando rápidamente hasta el punto de que la mayoría de los jordanos gastan más de sus ingresos (hay una diferencia de 1.000 JOD entre los ingresos y los gastos anuales según las estimaciones oficiales). Además, los jóvenes, que representan más del 60% de la población total, son muy aficionados a la innovación tecnológica y gastan una cantidad considerable de sus ingresos en productos y servicios de telecomunicaciones. Como se ha visto anteriormente, se distinguen como los sectores más demandados del mercado en 2022 son los correspondientes a productos electrónicos, moda, comida y productos de belleza y cuidado personal. El gasto medio anual en eCommerce entre usuarios jordanos con acceso a internet es de 358€ para 2023. ([Statista](#))

Los jóvenes jordanos entre 18 y 35 años con formación académica son la base del consumo clave para el comercio electrónico, siendo la ropa y el calzado y los productos electrónicos de consumo unos de los productos más populares que se compran a través del canal. Esto se debe a que hay una mayor oferta, ya que Jordania aún no ha llegado al punto en el que los productos son más asequibles de manera online. Las principales motivaciones del consumidor jordano son el ahorro de esfuerzo y tiempo y la disponibilidad de los productos. Además, de ayudar a reducir los gastos de transporte y aparcamiento de los coches, ofrece una mayor variedad de productos y permite el acceso a distintos grados de calidad, precios y comodidad.

Las principales festividades en Jordania se presentan como potenciales oportunidades para hacer promociones de temporada:

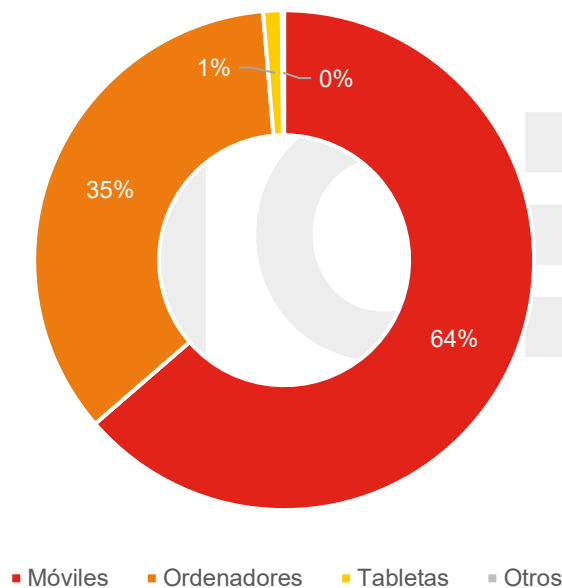
- **Año nuevo:** 1 de enero

- **Día de la independencia:** independencia de Reino Unido el 25 de mayo
- **Eid al-Isra:** celebración del Viaje Nocturno, la fecha varía según el calendario islámico
- **Eid al-Fitr:** fin del Ramadán, la fecha varía según el calendario islámico
- **Eid al-Adha:** día del sacrificio del cordero, la fecha varía según el calendario islámico
- **Nuevo año Heyira:** Nuevo año musulmán, varía según el calendario islámico

El dispositivo más utilizado a la hora de realizar compras online es el smartphone. La cuota de tráfico web por dispositivo es la siguiente:

FIGURA 5: CUOTA DE INTERNET POR DISPOSITIVO

En porcentaje



Fuente: [Statcounter](#)

Se puede apreciar como el dispositivo más usado para las búsquedas en internet es el smartphone con una cuota del 64%, seguido por los ordenadores con un 35% de cuota y, por último, las tabletas suponen un 1,20% y otros dispositivos como las videoconsolas un 0,15%. Por lo tanto, de los datos se puede inferir como el *m-commerce* es el que se da de manera más recurrente, ya que una gran mayoría de los artículos que se compran por internet se realizan a través del móvil.

Como se ha mencionado anteriormente, el bajo grado de digitalización de la población en la cual nos encontramos que solo el 42,1% posee una cuenta en una institución financiera y un 2,5% cuenta con una tarjeta de crédito, el 4% de los hombres y el 0,9% de las mujeres. Además, tan solo un 1,1% de la población posee una cuenta de dinero en el móvil. Estos datos reflejan una serie de

hábitos como el uso del dinero en efectivo, la falta de conciencia y una confianza limitada en las instituciones financieras.

La poca confianza de la población jordana en las instituciones financieras y el miedo de realizar pagos a través de internet supone una gran barrera a cualquier comercio electrónico que vaya a operar en el país. El método de pago preferido por los consumidores es el contrarrembolso. Respecto a los productos más comprados online, los billetes de avión, los libros, la música, la tecnología y los videojuegos son los más populares para comprar usando los servicios de comercio electrónico. Pero bienes como las joyas, productos de salud y belleza y muebles tienen más tendencia a adquirirse de manera offline y los productos de alta rotación, como los comestibles, y los productos de alto margen, como los electrodomésticos más raramente se compran online.

6.3. Portales de venta donde acuden los consumidores / empresas

Como ya se ha mencionado anteriormente en el estudio, el grado de digitalización del consumidor jordano es bajo. Nos encontramos ante un país donde al comercio electrónico todavía le queda mucho recorrido y las páginas más frecuentadas son *marketplaces* generalistas como opensooq.com y amazon.com.

La estética de las tiendas online es muy parecida a la estética usada en los países europeos, permiten ponerse en contacto con el vendedor a través de correo electrónico y dependiendo del tamaño del comercio también tienen atención al cliente vía chat y teléfono. Cuentan con buscadores internos y los productos están divididos por tipos y sectores.

La mayor parte de las tiendas web, apps de comida a domicilio y apps de transporte permiten el pago en efectivo, ya que como se ha comentado previamente, el consumidor jordano tiene una alta preferencia por este método de pago.

Los supermercados más importantes del país son [Carrefour](#), [C-town](#) y [Cozmo](#), los cuales ofrecen la posibilidad de realizar pedidos online, aunque es una medida bastante reciente y todavía necesita mejorar la calidad del servicio.

En cuanto al transporte, [Uber](#) y [Careem](#) son las aplicaciones más usadas. A través de ellas se pueden solicitar transporte privados o de taxi.

6.4. Medios de acceso al conocimiento del producto

Hacer llegar el producto a los consumidores es un reto al que se enfrentan todos los comercios electrónicos. Las mejores vías para promocionar productos online y generar ventas son las siguientes:

Priorizar la estrategia de SEO. [Google](#) es el buscador más usado en Jordania con una cuota del 96,04%. Si se hace bien el SEO, es probable que un sitio web termine en la primera página de resultados de los motores de búsqueda. Los datos muestran que alrededor del 74% de los consumidores utilizan motores de búsqueda como Google para encontrar empresas locales. Y dado que los consumidores suelen escanear y revisar el primer par de páginas, aparecer en ellas es vital.

Facebook Ads. El alto nivel de penetración en los últimos años ha convertido a Facebook en una gran opción a la hora de publicitar productos online. Permite un acceso sencillo y cercano del e-consumer a las empresas. Además, otro de los incentivos es el precio, resulta más económico la compra de publicidad de Facebook que además ofrece distintas variantes de publicidad: mediante anuncios o publicación patrocinados. El coste medio de Facebook por clic (CPC) es de unos \$0.18. con un coste tan bajo, se pueden promocionar productos online por tan solo 10 euros al día.

Google Ads. Los anuncios de [Google](#) (Google AdWords) es otro gran método para promocionar un producto. Los anuncios de Google son un tipo de anuncio de pago por clic (PPC) en el que el anunciante paga cada vez que un nuevo cliente potencial hace clic en el anuncio.

Redes sociales. El posicionamiento en las redes sociales a través de “influencers” es cada vez más común debido al alto nivel de penetración que ofrecen. Según un estudio de la Unesco, el 91% de los jóvenes utilizan a diario las redes sociales, frente al 2% que no lo hace. Otros usan las redes sociales de dos a cinco días a la semana. Los influencers más famosos en Jordania son:

- @queenrania, con 8.3 millones de seguidores y un engagement del 4,92%.
- @reda_elwahabii, con 4.9 millones de seguidores y en engagement del 3,08%.
- @wessamq, con 4.3 millones de seguidore y un engagement del 6,91%.

Directo: los visitantes acceden directamente a la página web e-commerce, esto son usuarios que ya conocían la página o el servicio con anterioridad.

En general, la población más joven que está habituada al uso de internet utiliza medios electrónicos como fuentes primarias, seguidos de la televisión. Un porcentaje mucho menor de ellos recurre a la radio y aún menos a los medios impresos.

7. Presencia española *online*

Las empresas españolas no tienen una gran presencia en los mercados electrónicos de Jordania. Son el grupo Inditex y Eurodivisas S.A. las que más presencia online presentan:

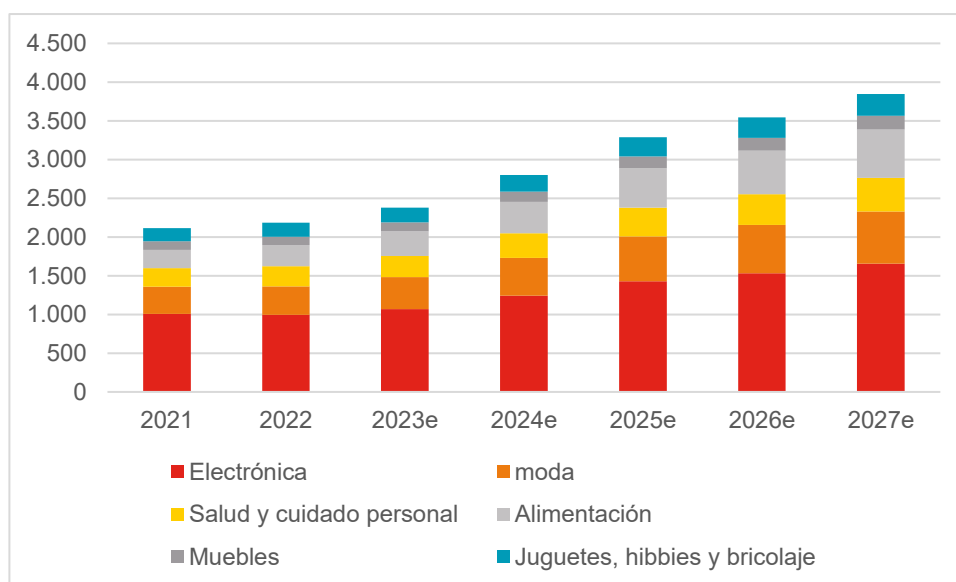
- **Industria de Diseño Textil S.A. (Inditex):** En Jordania opera a través de una oficina de representación llamada Azadea Group (<https://www.azadea.com/english/home>). Marcas como ZARA están disponibles y a través de su página web se pueden realizar pedidos a domicilio (<https://www.zara.com/jo/>).
- **Eurodivisas S.A.:** Opera en Jordania a través de la filial Global Exchange. Se trata de una empresa de cambio de divisas. A través de su página web (<https://www.globalexchange.com.jo/>) se pueden reservar la divisa online para posteriormente pagar y retirar en su oficina física.

En general, en Jordania el producto español va claramente asociado a Europa y se atribuyen estándares elevados de calidad. Además de por razones estrictamente técnicas y de carácter empresarial, la percepción del producto español es generalmente positiva. El jordano es muy receptivo y muestra un gran interés por todo lo español.

8. Perspectivas y oportunidades del canal online

El desarrollo del Comercio Electrónico Transfronterizo presenta importantes oportunidades para la inserción en nuevos mercados internacionales, especialmente para emprendedores y PYMES, a través de sus propias tiendas online o mediante plataformas y aplicaciones de terceros para que las empresas puedan llegar a potenciales clientes de todo el mundo. En el caso de los minoristas tradicionales, el comercio electrónico internacional también puede servir de campo de pruebas para determinar si los nuevos mercados extranjeros tendrán éxito antes de abrir un emplazamiento físico en ellos. En Jordania en particular, es prácticamente inexistente debido a los altos impuestos de aduanas establecidos por el gobierno en 2019, pero en julio de 2021 se tomaron medidas para relajar la situación, además el gobierno a través del plan REACH2025 y de la [Estrategia Nacional de Transformación Digital de 2021-2025](#) está poniendo de su parte para que el comercio electrónico crezca en los años venideros.

FIGURA 6: INGRESOS POR SECTORES DEL MERCADO ELECTRÓNICO EN JORDANIA
En millones de USD



Fuente: Statista

Se distingue como los sectores del mercado que más ingresos aportaron en 2022 fueron los correspondientes a electrónica, moda alimentación, con unos 993, 368 y 273 millones de dólares

respectivamente, como hemos mencionado anteriormente, pero las estimaciones apuntan a un crecimiento paulatino de todos los sectores en el país.

La población de Jordania es abrumadoramente urbana, ya que el 90% de los jordanos residen en ciudades. Esta elevada tasa de urbanización ofrece una gran oportunidad para la geolocalización de los anuncios tanto en ciudades concretas como en determinados distritos de Jordania, de modo que los anuncios sean específicos y muy relevantes para la audiencia.

Se puede apreciar como la sociedad jordana está muy apegada a las formas tradicionales de compra, pero las generaciones venideras, representadas por los recién licenciados, tienen cada vez más experiencia digital y aceptan el potencial de las experiencias de compra en línea. Esto significa que pueden preverse cambios en el comportamiento de los consumidores (es decir, en las tendencias de compra) en un futuro próximo, con la difusión de conocimientos informáticos más avanzados. Además, el aumento del uso de las redes sociales en la vida cotidiana de la sociedad jordana está afectando al comportamiento de compra, independientemente de la categoría de edad.

Como se ha mencionado antes, el mercado del comercio electrónico en Jordania aún está en una etapa temprana de desarrollo. Pero a pesar de esto, el gobierno jordano ha estado haciendo esfuerzos de forma intensiva en los últimos 5 años. En este periodo de tiempo ha puesto en marcha un gran número de proyectos integrales de infraestructura que constituyen un fuerte impulso para que el país pase a los siguientes niveles de digitalización de los servicios gubernamentales y de los servicios de pago electrónico a nivel nacional. Sin embargo, es urgente un cambio creciente hacia los pagos digitales. De hecho, la difusión de nuevas herramientas electrónicas y móviles ha abierto la puerta a una potencial revolución en los pagos. Otro de los proyectos llevados a cabo por el gobierno es el programa de la red nacional de fibra óptica que proporciona una red de alta velocidad mediante cables de fibra óptica a nivel del Reino para conectar todos los organismos educativos, las oficinas gubernamentales y los organismos sanitarios. Con el fin de aumentar la cobertura de banda ancha en el Reino, impulsar la inversión, aumentar los ingresos, mejorar la competencia y convertir a Jordania en un centro regional de plataformas en la nube, ciberseguridad y servicios de comunicación internacionales. Dichos esfuerzos son en sí mismos un buen indicativo de que la tendencia del mercado se dirige hacia el crecimiento y desarrollo del comercio electrónico en Jordania.

9. Otra información de interés

9.1. Puntos de encuentro profesionales

Ferias profesionales de interés:

SEAMLESS E-Commerce 2024

14 al 15 de mayo de 2024.

Dubái, UAE.

<https://www.terrapinn.com/exhibition/seamless-middle-east/index.stm>

Mena ICT Forum 2024

noviembre 2024.

Ammán, Jordania.

<https://www.menaictforum.com/>



9.2. Organizaciones relacionadas

Jordan Ministry of Information and Communications Technology

8th Circle, Bayader Wadi Al Seer, P.O. Box 9903 Amman 11191 Jordan.

+962 6 580 5700

moict@moict.gov.jo

Jordan Businessmen Association (JBA)

11 Jamal Al-Quda, Amman Jordan.

+962 6 533 8035

<http://www.jba.com.jo/>



Ministry of Digital Economy and Entrepreneurship

Eighth Circle Bayader Wadi Essir - Hosni Sobar Street - Building Number 3.

+962 6 5805700

<https://modee.gov.jo/#>

Jordan Europe Business Association (JEBA)

Shmeisani, Shaker Bin Zeid Str., Investment Building of Amman Chamber of Commerce.

+962 79 696 6798

<https://www.jeba.org.jo/>

The Information and Communications Technology Association of Jordan

Amman, Swaifieh, 20 Salah Al Shaimat St, Park Plaza, Office 724

+962 (6) 581 2013

<https://intaj.net/>

9.3. Otra información de interés

9.3.1. Referencias de estudios e informes de interés

- **ICEX eMarket services** (<https://www.emarketservices.es/emarketservices/es>)

Programa de apoyo de ICEX que tiene como objetivo facilitar a las empresas españolas, particularmente a las PYMES, la venta internacional a través de canales online y especialmente la utilización de los mercados electrónicos.

- **Digital Finance COUNTRY REPORT (USAID LENS)**

https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00W9T5.pdf

- **Digital 2022 Jordan**

<https://datareportal.com/reports/digital-2022-jordan>

- **JORDAN ECONOMIC GROWTH PLAN 2018 – 2022**



<http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/jor170691.pdf>

- **ESTRATEGIA NACIONAL DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 2021-2025:**

https://www.moddee.gov.jo/En/List/Legislation_and_policies

9.3.2. Otros contactos de interés

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN AMMAN

Zahran Street. Nº 28, Jabal Ammán (3er Círculo)

P.O. Box 927148 - AMMAN 11110

Tel.: (00/962-6) 5601281 / 5689205

Telefax: (00/962-6) 4603161

e-mail: amman@comercio.mineco.es

EMBAJADA Y CONSULADO DE ESPAÑA

Zahran Street. Nº 28 Jabal Ammán (3er Círculo)

P.O. Box 454 AMMAN 11118

Tel.: + 962 6 461 41 66 / 7 / 8 / 9

Telefax: + 962 6 461 41 73

e-mail: emb.amman@maec.es

AMMAN CHAMBER OF COMMERCE

P.O.BOX 287 Amman 11118

Tel.: 962-6-5666151/4

Fax: 962-6-5666155

E- mail: info@ammanchamber.org.jo



Web: <http://www.ammanchamber.org.jo>

ICEX

CONTACTO

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

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