

---

2022



# Informe e-País: El comercio electrónico en Luxemburgo

**Junio 2022**

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Bruselas

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



27 de junio de 2022  
Bruselas

Este estudio ha sido realizado por  
Álvaro Salazar Gámez

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

<http://Luxemburgo.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-22-017-4

El comercio electrónico ha experimentado un **crecimiento constante** en el Gran Ducado de Luxemburgo en los últimos años. Según datos de [Statista](#) los ingresos totales generados por el *e-commerce* en el Gran Ducado alcanzaron los **1.103,5 millones de euros en 2021**, lo que supone un 1,5% del PIB del país. Además, se espera que estos ingresos aumenten a una tasa de crecimiento anual (CARG 2022-2025) del 8,98%, lo que dará lugar a unos **ingresos totales de 1.546,66 millones de euros en 2025**.

El **uso de internet en Luxemburgo está ampliamente extendido** ya que casi **la totalidad de la población (99%) lo utiliza y el 94% lo hace a diario**. El porcentaje de uso de internet varía dependiendo de la edad del usuario, así, los jóvenes entre 16 y 24 años son los que más acceden a internet a diario (99%) frente a los adultos de entre 55 y 64 años, los que menos acceden con un 87% (Eurostat, 2022). Estos datos también son altos en comercio electrónico. Un 81% de los luxemburgueses afirmó haber adquirido en 2021 algún producto o servicio a través de Internet.

El mercado luxemburgués presenta una serie de peculiaridades que lo caracterizan. Se trata de un **mercado pequeño** con tan solo 645.397 habitantes y destaca el porcentaje de residentes no nacionales (47,2% sobre el total). A esta cifra se debe sumar la alta presencia de trabajadores transfronterizos (215.967), quienes también deben considerarse como potenciales consumidores. Asimismo, el país se encuentra **rodeado por dos grandes mercados** (el alemán y el francés) que, además, comparten idioma oficial con Luxemburgo. Por ello, el número de empresas francesas y alemanas que operan en el país es muy elevado y la **competencia** es muy fuerte.

El **e-commerce transfronterizo tiene una gran relevancia** en Luxemburgo. En 2021, el 84% de los compradores online del país afirmaron haber comprado por internet a vendedores con sede en otros países frente al 44% que afirmó haber comprado a vendedores luxemburgueses. Estas cifras se explican también por la presencia de gigantes del comercio electrónico extranjeros como Amazon y Aliexpress. En 2017, el gobierno luxemburgués creó un *marketplace* propio para fomentar el comercio electrónico de las empresas nacionales llamado [Letzshop](#). Se trata una plataforma *online* para que las tiendas del país muestren sus productos en línea e integren el canal de ventas online en su modelo de negocio.

Debido entre otras razones a su pequeño tamaño (2.568 km<sup>2</sup>) y su posición geográfica, el país destaca por su **buen desempeño logístico** y se sitúa en el puesto 16 del mundo en el [Índice de Desempeño Logístico del Banco Mundial](#). Cuenta con 165 km de autopistas y 839 km de carreteras nacionales (Departamento de movilidad y transporte, Gobierno de Luxemburgo, 2019). Además, el único aeropuerto del país contabilizó 1.125.000 toneladas descargadas en 2021. También se han de citar las dos plataformas multimodales: el espacio Eurohub Sud y el puerto fluvial de Mertert.

La **última milla**, según los datos del departamento de movilidad y transporte de Luxemburgo, supone el 20% del coste total del envío y también el 20% del tráfico de Luxemburgo. Con el objetivo de reducir el coste y la emisión de gases de este sistema de distribución, las compañías de

mensajería están apostando por el aumento de puntos de entrega externos y la progresiva electrificación de la flota de vehículos de reparto.

En 2021, Luxemburgo ocupó el octavo lugar entre los 27 miembros de la UE en el Índice de Economía y Sociedad Digitales (DESI). El gobierno además ha puesto en marcha una serie de estrategias e iniciativas para impulsar las **competencias digitales** de la población del país y desde hace años se ha realizado un despliegue de tecnología de fibra óptica y redes móviles 5G.

Cabe destacar el gran **impacto que tendrán los teléfonos móviles** en el *e-commerce*. [Las compras a través de teléfonos móviles representan ya el 24% del mercado del comercio electrónico en Luxemburgo](#) y se espera que continúe creciendo a una tasa anual compuesta del 16% hasta 2023. Por ello, el canal móvil debe ser considerado a la hora de vender online en Luxemburgo.

No existen **barreras de entrada** significativas en Luxemburgo para las empresas españolas, ya que ambos países forman parte del mercado único europeo. No obstante, existe una serie de barreras por parte del consumidor luxemburgués en las compras online que afectan a sus hábitos de compra y al tipo de productos que consumen. De acuerdo con una encuesta realizada por el el Ministerio de Protección del Consumidor del gobierno de Luxemburgo, un 37% de los encuestados declararon sentirse más inseguros realizando compras en línea que comprando a través del canal físico. Asimismo, esta encuesta reveló que aquellos que no compraban en internet lo hacía para apoyar al comercio local (22% de los encuestados) y para tocar/ver el producto antes de comprarlo (19%)

Los sectores a los que pertenecen los **productos más adquiridos** por compradores luxemburgueses a través del comercio electrónico son [la moda \(42%\)](#), [los billetes de autobús/tren/avión \(36%\)](#), [los viajes \(34%\)](#) y [los aparatos electrónicos \(33%\)](#). En cuanto a los **servicios más demandados**, destacan los [servicios bancarios \(37%\)](#), [el ocio \(28%\)](#) y [la telefonía móvil \(20%\)](#) (Ministerio de Protección del Consumidor, 2021). De todos ellos, los que más ingresos generaron en 2021 fueron la moda, la alimentación y los aparatos electrónicos.

La **presencia de empresas españolas es alta**, ya que muchas de ellas, en especial las del sector de la moda, cuentan con establecimientos físicos en la ciudad de Luxemburgo. Casi ninguna empresa española cuenta con una dirección web .lu, ya que la mayoría de ellas utiliza una web global dividida por países o idiomas. En cuanto al sector de alimentación y bebidas, en la plataforma de *e-commerce* luxemburgués [Letzshop](#) se pueden encontrar una gran oferta de vinos y otras bebidas espirituosas españolas. Del mismo modo, en [amazon.de](#) y [amazon.fr](#) también pueden encontrarse productos españoles y suponen una oportunidad para aquellas empresas que quieren introducir sus productos en Luxemburgo a través de los mercados alemán o francés.

## CONTACTO

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

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