



INFORME
e-PAÍS

2022



Informe e-País: El comercio electrónico en Irlanda

noviembre, 2022

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Dublín

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



08 de noviembre de 2022
Dublín

Este estudio ha sido realizado por
Alberto Martín Treceño

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

<http://Irlanda.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-22-017-4

Índice

1. Resumen ejecutivo	5
2. Datos generales	8
2.1. Datos generales sociodemográficos	8
2.2. Habitantes digitales	11
2.3. Distribución de la población digital	11
2.4. Acceso a la red (banda ancha)	12
2.5. Otros datos digitales	13
3. La oferta digital	16
3.1. El <i>e-commerce</i> . ¿Qué empresas venden en el entorno digital? ¿Sectores más punteros?	16
3.1.1. Comercio electrónico B2C	16
3.1.2. <i>eCommerce</i> B2B	17
3.1.3. <i>eCommerce</i> C2C	20
3.1.4. <i>eCommerce</i> B2G	21
3.1.5. <i>eCommerce</i> transfronterizo	21
3.1.6. Utilización de los mercados electrónicos	22
3.1.7. Contenidos digitales	23
4. Operativa – Pasos para exportar <i>online</i>	26
4.1. Registro de marca	26
4.2. Fiscalidad y procedimiento aduanero	26
4.2.1. Entorno regulatorio	26
4.2.2. Fiscalidad/Aranceles	27
4.2.3. Etiquetado	28
4.3. Logística	29
4.3.1. Grado de desarrollo de las infraestructuras y gestión de la última milla	29
4.3.2. Principales empresas de logística del país	29
4.3.3. Plazos de entrega y política de devoluciones	30
4.3.4. Preferencias de envío	30
4.4. Medios de pago	31
4.4.1. Medios de pago más usados en <i>eCommerce</i> y porcentaje de uso	31
4.4.2. Uso de la banca <i>online</i> y acceso a medios de financiación	32
4.4.3. Mecanismos de seguridad en el pago	32
4.5. Publicidad y posicionamiento	33
4.6. Información adicional para la venta a través de la tienda online propia	34
4.6.1. Normativa	34
4.6.2. Gestión de dominios	34
4.6.3. Sellos de calidad y certificados	35
4.6.4. Política de privacidad y <i>cookies</i>	35
5. Barreras de entrada	37



6. Análisis de la demanda	38
6.1. Cuantificación de la demanda potencial	38
6.2. Comportamiento y hábitos de los consumidores	39
6.2.1. eCommerce O2O	41
6.3. Portales de venta donde acuden los consumidores / empresas	41
6.4. Medios de acceso al conocimiento del producto	42
7. Presencia española <i>online</i>	44
7.1. Referentes	45
8. Perspectivas y oportunidades del canal <i>online</i>	47
9. Otra información de interés	50
9.1. Puntos de encuentro profesionales	50
9.2. Organizaciones relacionadas	50
9.3. Otra información de interés	51
10. Índice de ilustraciones y tablas	52
11. Bibliografía	53



1. Resumen ejecutivo

Irlanda es un país que alcanzó los **5 millones de habitantes** en enero del 2022. Los datos muestran que la población de Irlanda aumentó en 41.000 personas (+0,8) entre 2021 y 2022. El **64,2%** de la población de Irlanda vive en centros urbanos, mientras que el **35,8%**, en zonas rurales. De entre ellos, **4,95 millones de usuarios irlandeses utilizan internet** diariamente. De ellos, **3,95 millones tienen presencia en redes sociales**. El número de usuarios de las redes sociales en Irlanda a principios de 2022 equivalía al 79 % de la población total.

El gobierno de Irlanda pretende impulsar la transformación digital de la administración y de su gobierno, con un enfoque centrado en el **ciudadano**. Este objetivo de digitalización también abarca a la población. Todos estos aspectos se recogen en el **Plan Anual de Recuperación y Resiliencia** del gobierno. Por otro lado, el país ocupa la quinta posición de 27 estados en el **índice DESI 2022**, mejorando su posición respecto a 2021 y por consiguiente, pero mejorando su calificación global.

Respecto al mercado del comercio electrónico, este generará aproximadamente **un total de 8.02 millones de euros en 2022 en su modalidad B2C (Business-to-consumer)**. Los grupos que más transacciones realizan en términos absolutos son la población entre los **25 y 54 años**. Las mujeres suponen el **52,3%** de los usuarios de comercio electrónico en Irlanda, mientras que los hombres, el **47,7%**. Respecto al nivel adquisitivo de los usuarios, el total de transacciones online se distribuye equitativamente entre los grupos de **bajos ingresos (33,2%), ingresos medios (33,8%) y altos (33%)**.

El sector de la moda se sitúa como el que mayor volumen de negocios tiene, con una estimación total para finales de 2022 de **2.34 millones de euros**. El mayor crecimiento se produjo en la categoría de muebles y electrodomésticos, con un **incremento del 24,4%**. Por otro lado, la categoría que menos ha evolucionado respecto a 2021 es la de juguetes, pasatiempos y bricolaje, **con un 10,9%**. Respecto al gasto medio por habitante en comercio electrónico en 2022, este será de unos **1.047,52€**, lo que supone **un aumento del 12,35% respecto al año anterior**.

La irrupción de la pandemia ha modificado el modelo de negocio de las empresas irlandesas: casi **una de cada cinco empresas (19%)** informó de un aumento en las ventas a través de sitios web o aplicaciones, durante la pandemia, y **una de cada diez** creó un sitio web para facilitar las ventas en línea. Por otro lado, el **18%** ofreció un servicio de click and collect. Por último, **un tercio (31%)** de las empresas aumentó su uso de las redes sociales en respuesta a la pandemia de la COVID-19, mientras que **el 8%** creó una nueva cuenta en las redes sociales.

En 2021, un **54% de las empresas** realizaron compras a otras empresas mediante el uso del comercio electrónico. Estos números superan el porcentaje de empresas que vendieron productos en línea, que fue del 40%. Se observa que **cuanto más grande es la empresa, más tiende a adquirir productos de otras empresas mediante el uso del comercio electrónico B2B**.

El comercio transfronterizo supondrá un **28% de las ventas netas en Irlanda** en el año 2021. Estas cifras se encuentran prácticamente, **en el mismo punto que en los años precedentes**, por lo que se observa que la pandemia apenas ha modificado a medio plazo este patrón de compra de los consumidores irlandeses. Además, las previsiones auguran unas cifras similares hasta al menos 2025.

Los *marketplaces* [Amazon](#) y [eBay](#) se sitúan como **los más utilizados** en Irlanda. Además de vender online en sus propias webs, muchas empresas cuentan con un perfil en estas plataformas para vender sus productos. En 2021, del [Top 100 de empresas en Irlanda](#), un **14% tenía perfil en Amazon** y un **19% lo tenía en eBay**. Respecto al [Top 50](#), el **10% tenía cuenta en Amazon** y el **26%, en eBay**.

A nivel fiscal, desde el 1 de julio de 2021, los vendedores de bienes en línea deben cobrar el IVA en el Estado miembro de la UE de su cliente (es decir, donde se envían los bienes), a menos que el valor total de sus ventas a distancia a los consumidores en todos los demás Estados miembros de la UE no exceda **10.000 € al año**. El IVA sobre las ventas a consumidores en otros Estados miembros de la UE debe declararse en una [declaración de ventanilla única](#) (“OSS”) trimestral. Si un vendedor no se registra en OSS, **está obligado a registrarse** a efectos del IVA en cada Estado miembro en el que vende.

Cuando se trata de compras online con envíos en Irlanda, se realizan en un plazo medio de **5 días** y tienen un precio entre **5,97€ y 6,96 €**. Para el consumidor irlandés, la **rapidez de entrega** es un factor de gran relevancia. La mitad de los consumidores esperan que sus productos lleguen en un plazo de dos días, sólo un tercio está dispuesto a esperar de tres a cinco días y el **77% estaría dispuesto a pagar más por tener el producto el mismo día o al día siguiente**. De hecho, actualmente, el método elegido con mayor frecuencia por el cliente es el del **Click & Collect**, con un 61%. Por otro lado, las dos empresas de mensajería escogidas con mayor frecuencia para los envíos son [DPD](#) y [An Post](#), con un 30% del total cada una.

Respecto a medios de pago, el **pago con tarjeta** continúa siendo el método preferido en Irlanda, con un total del **62.4% de las transacciones en 2021**. El número de pagos con tarjeta ha crecido en los últimos cinco años, pasando de 0,76 mil millones de transacciones en 2016 a 1,64 mil millones de transacciones en 2021; un aumento del 116%. Cabe destacar que se prevé que el método de pago de **E-wallet** continuará creciendo con gran rapidez, acercándose en 2025 al pago con tarjeta.

La seguridad se considera un aspecto esencial para los clientes, por lo que, **desde el 1 de enero de 2021**, las compras online en Europa están sujetas a medidas fuertes de autenticación del cliente (SCA, del inglés *Strong Costumber Authentication*), que exigen que los bancos soliciten información adicional a los consumidores para verificar una compra.

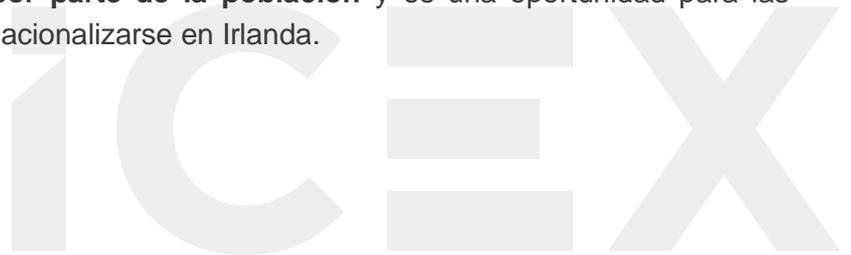
En el ámbito de la publicidad, se prevé que el gasto en el mercado irlandés **crezca un 10,3%** hasta los **1.2 millones de euros** para finales de 2022. Cabe destacar que esta ha aumentado progresivamente desde los **921 millones de euros que se gastaron en 2019**.



Los sectores en los que las empresas españolas tienen mayor presencia en el mercado irlandés son el de **la moda y el calzado**. Destacan [Mango](#), [Camper](#) y las empresas del **Grupo Inditex** ([Massimo Dutti](#), [Zara](#), [Bershka](#), [Stradivarius](#) y [Pull&Bear](#)). Estas compañías mezclan su presencia física con las **tiendas online** para el mercado irlandés, incluidas dentro del dominio “.com” mediante el uso de las extensiones “.ie” del país.

En conclusión, cabe destacar que la irrupción de la pandemia en 2020 provocó un **aumento considerable de las ventas online**: [un 37% de los consumidores irlandeses](#) realizó por primera vez compras online, y se espera que estos nuevos compradores continúen este nuevo hábito. Además, se estima que los consumidores seguirán buscando en las tiendas físicas una experiencia de compra diferente a la que era habitual antes de la pandemia, con ofertas y promociones distintas a las que pueden encontrarse en línea.

De igual forma, la pandemia supuso un **aumento en el uso de nuevas tecnologías por parte de grupos de avanzada edad**. Por ello, este grupo se ha convertido en un potencial cliente comprando en línea. Este auge, unido a los planes del gobierno en cuanto al desarrollo de conexiones de alta velocidad por todo el país y la formación en materia de nuevas tecnologías, hace que exista un **gran potencial de consumo electrónico por parte de la población** y es una oportunidad para las empresas españolas que quieran internacionalizarse en Irlanda.



2. Datos generales

2.1. Datos generales sociodemográficos

Irlanda está bien posicionada para atraer empresas como **punto** entre la UE-27 y el mundo anglosajón. Y es que, pese a que Irlanda es un mercado pequeño, hay que reseñar el gran dinamismo de su economía, muy abierta al comercio exterior y sede de las principales multinacionales, especialmente de los sectores tecnológicos, financieros y farmacéuticos.

Irlanda es un país de aproximadamente **5 millones de habitantes** (comparable a Finlandia con 5,5 millones o Dinamarca, con 5,8 millones), con una elevada renta per cápita y con la tasa de crecimiento **más elevada** de la UE en los últimos años. Sin embargo, un porcentaje significativo de este crecimiento está basado en la inversión directa extranjera (en adelante "IDE"). A esto se le suma que, a partir de 2021, después de un año de pandemia por la COVID-19, Irlanda inicia una nueva etapa en su historia con la salida definitiva del Reino Unido de la UE. En esta transición, Irlanda está bien posicionada para atraer empresas como **punto entre la UE-27 y el mundo anglosajón**.

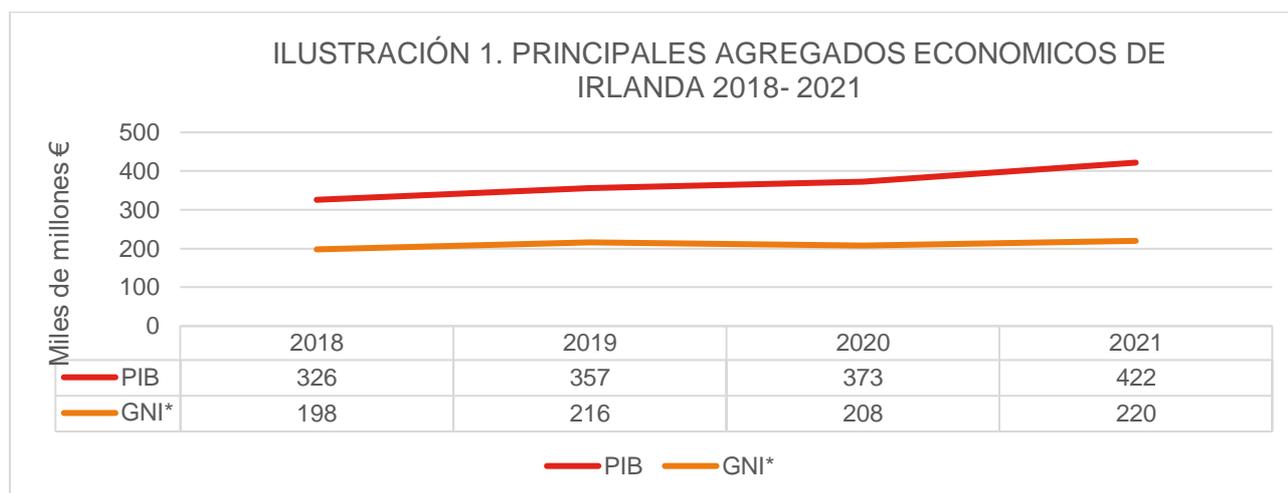
Esta **atracción de inversión extranjera** no es una estrategia reciente, el gobierno de Irlanda lleva décadas poniendo sus esfuerzos y recursos para situar a Irlanda como primera opción de establecimiento de estas empresas. Como resultado de esta atracción de **empresas multinacionales** (en adelante "EM"), se ha generado una **economía dual** en el país, separando las empresas multinacionales y las empresas domésticas. La actividad internacional de las EM radicadas en Irlanda, en los últimos años, ha incrementado de manera importante el coste de la vida, los alquileres y el precio de las viviendas, a pesar de que el empleo de nacionales irlandeses generado por dichas empresas es relativamente pequeño.

Esta **dependencia del gobierno de las multinacionales** también se refleja en la recaudación del **impuesto sobre sociedades**, la tercera recaudación más importante en volumen del gobierno irlandés. Con cifras publicadas por [Revenue Ireland](#), los 10 mayores contribuyentes representaron el 53% del impuesto sobre sociedades en el año 2021, su nivel más alto, en comparación con el 37% en 2014.

La atracción de las EM ha sido motivada, entre otros aspectos, por un tipo impositivo del impuesto sobre sociedades bajo (**12,5%**) y, sobre todo, por las facilidades para la **planificación fiscal**, especialmente para las empresas multinacionales estadounidenses. Estas facilidades fiscales están basadas en una falta de acuerdo en la lucha internacional sobre la erosión de bases impositivas y traslado de beneficios ("**BEPS**", por sus siglas en inglés) llevadas a cabo por las EM. Recientemente, se ha llegado a un [acuerdo por parte de la OCDE \(Organización para la](#)

[Cooperación y el Desarrollo Económico\) y G20](#) de imponer un tipo mínimo del 15%, que Irlanda finalmente ha aceptado y que en su caso será un tipo máximo.

A partir de 2015, el *Central Statistics Office* (en adelante “CSO”) y el *Economic and Social Research Institute* de Irlanda (en adelante “ESRI”) y el gobierno comienzan a utilizar **RNB (renta nacional bruta) modificada (GNI*, modified Gross National Income)**, en lugar del Producto Interior Bruto (PIB), que excluye las operaciones de las EM que no tienen impacto en la economía real del país. El PIB de Irlanda no es un buen indicador para medir el tamaño y la evolución de la economía nacional irlandesa. El PIB sobrevalora en casi un 50% el tamaño de la economía doméstica indígena del país en 2022. Con el GNI* se obtiene un valor de la renta nacional que en 2008 era un 84% del PIB, un 76% en el período 2013/14 y un 60% en 2019/20, alcanzando el 106% a finales del 2021. Sin embargo, en países como España, y en el resto de los países de la zona euro, el valor del PIB y la GNI, modificada o no, varía poco; incluso en el caso de Finlandia o Dinamarca, estos dos últimos con una población comparable a la irlandesa. En la gráfica 1 se observa, con datos del informe ([Artículo IV del Fondo Monetario Internacional sobre Irlanda, julio 2022](#)) la evolución de las magnitudes macroeconómicas mencionadas, siendo la evolución del GNI* la que representa el tamaño real de la economía irlandesa.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de [FMI \(Fondo Monetario Internacional\)](#)

En cualquier caso, la mejora de la producción y de la renta por habitante en Irlanda en los últimos años es incuestionable con cualquier medida, ya que el **crecimiento anual de la GNI***, no sólo del PIB, desde 2014 a hoy, ha sido el **más alto** de Europa con diferencia. Los **riesgos futuros** más importantes de la economía irlandesa son: la **desglobalización** creciente y la ruptura de las cadenas globales de valor, en las que Irlanda está muy integrada, sobre todo al final de la cadena, las incertidumbres que persisten sobre la implementación del reciente **acuerdo OCDE/G-20** sobre la imposición internacional de las multinacionales, que implicaría, no solo el tipo del 15%, sino que éstas paguen impuestos donde desarrollan su actividad real, la incertidumbre política sobre la implementación del **Brexit**, en particular, **el protocolo de Irlanda e Irlanda del Norte**, y los efectos de la pandemia causada por la **COVID-19**.

En la Ilustración 1 se ofrece un esquema de los principales atractivos para el establecimiento y la actividad de empresas extranjeras en Irlanda.

ILUSTRACIÓN 2. BENEFICIOS QUE OFRECE IRLANDA A LAS EMPRESAS



Fuente: Elaboración propia

Perspectivas de crecimiento y empleo 2022-2023

El crecimiento real del PIB estimado para la economía irlandesa estará en torno al 15% en 2021, al 10% en 2022 y al 4.7 % en 2023 , de acuerdo con el documento publicado por el gobierno de Irlanda “[Budget 2023 Economic and Fiscal Outlook](#)”. Esta estimación supone un incremento muy significativo en las previsiones de crecimiento para 2022, respecto a las estimaciones de antes del verano del propio Gobierno y de los organismos internacionales. El fuerte crecimiento esperado para 2022 del PIB. En el informe de octubre [2022 World Economic Outlook](#) (WEO) del Fondo Monetario Internacional (FMI) sobre la economía mundial, se acepta el **6% de crecimiento para 2021, y se estima un decrecimiento progresivo para 2022 y 2023 del 3.2% y 2.7% respectivamente, un poco menor respecto a lo previsto por las autoridades irlandesas.** Se trata del perfil de crecimiento más débil desde 2001, exceptuando la crisis financiera mundial y la fase aguda de la pandemia de COVID-19.

Respecto a las cifras de paro el gobierno irlandés estima una tasa media de desempleo ajustada por la COVID-19 (que incluye a los beneficios de subvenciones por desempleo por la COVID-19) del 8.7% en 2022, fue del 10.1% en 2021. En la medición estándar de la tasa de paro, según la definición de la OIT (Organización Internacional del Trabajo), la economía irlandesa pasó de apenas el 5% a finales de 2019 a un 7% en 2020, y se estima una tasa del 7.8% a finales de 2021. En 2022, el gobierno irlandés anuncia que la tasa de paro de la COVID-19 y la tasa de paro estándar-OIT convergerán, cifrando la **tasa de paro en el 7,2% en media anual para 2022**, un 6,5% para diciembre 2022. Los daños causados por la perturbación la COVID-19 durarán, y solo se prevé en 2025 reducir la tasa de paro al nivel de 2019. Los datos del [FMI-WEO](#) octubre 2022 son de 6,3% para 2021, 4,7% para 2022 y 4,8% para 2023.

2.2. Habitantes digitales

Irlanda es un país que presenta un acelerado crecimiento de su digitalización en su población, a un ritmo superior a la media. Esto puede observarse en la **ratio de penetración del país** (porcentaje de población del país que es usuaria de internet). Según [Data Reportal](#) (2022, cita en bibliografía), Irlanda tiene una ratio de penetración del **99%** (+8.5% respecto a 2021), es decir, el 99% de la población del país utiliza internet, un total de 4,95 millones de irlandeses. Esta cifra ha aumentado en unas 388 mil personas en 2022.

Nivel de tecnificación de los usuarios

Los niveles de habilidades digitales en la población en general están por **debajo de la media de la UE**, ya que **solo el 53%** de la población irlandesa de entre 16 y 74 años cuentan con competencias digitales básicas, en comparación con **el 58% de media de la UE** ([National Economic & Social Council](#), 2021).

- Los irlandeses mayores tienen niveles **mucho más bajos de habilidades digitales** que sus contrapartes en otros países de la UE. Por ejemplo, el 33% de los irlandeses de entre 65 y 74 años nunca había utilizado Internet en 2019, en comparación con el 11% en Gran Bretaña.
- Existen mayores desigualdades **según la situación socioeconómica y demográfica**. Los desempleados, la población con menos formación, los hogares monoparentales y los quintiles de ingresos más bajos tienen menos probabilidades de poseer dispositivos informáticos, utilizar *software*, descargar aplicaciones, usar la banca online o interactuar de forma telemática con el gobierno.
- Aquellos en **áreas rurales** también tienden a realizar un **menor uso de Internet**, lo que se vincula a una conectividad más pobre en estas áreas.

Por ello, el gobierno irlandés estima fundamental mejorar la inclusión digital entre la población. El país tiene como objetivo fomentar las habilidades digitales de la población mediante el desarrollo de un **nuevo plan de formación** para adultos y en las escuelas, así como una nueva estrategia digital en ellas. Este se incluye de manera adicional dentro del Plan Anual de Recuperación y Resiliencia.

2.3. Distribución de la población digital

De los 4,95 millones de usuarios irlandeses que utilizan internet, 3,95 millones tienen presencia en redes sociales. El número de usuarios de redes sociales en Irlanda aumentó en 160 mil (+4,2%) entre 2021 y 2022. Este número equivalía al 79% de la población total en enero de 2022. De los 4,95 millones de usuarios irlandeses que utilizan internet, 3,95 millones tienen presencia en redes sociales. El número de usuarios de redes sociales en Irlanda aumentó en 160 mil (+4,2%) entre 2021 y 2022. Este número equivalía al 79% de la población total en enero de 2022.

Respecto a las conexiones desde dispositivos móviles, se contabilizaron **4,89 millones de conexiones móviles** en Irlanda en enero de 2022. El número de conexiones móviles en Irlanda **incrementó en 22 mil (+0.4%)** entre enero de 2021 y enero de 2022. La cifra total en enero de 2022 equivalía al **97,8% de la población del país**.

La población que más transacciones digitales realiza en términos absolutos es la que se encuentra **entre los 25 y 54 años** ([Statista](#), 2022b). Las mujeres suponen el **52,3%** de los usuarios, mientras que los hombres, **el 47,7%**.

TABLA 1. PORCENTAJE DE USO DE DISPOSITIVOS POR USUARIOS DE INTERNET IRLANDESES

Teléfono móvil (cualquier tipo)	Smartphone	Móvil no smartphone	Ordenador (portátil o sobremesa)	Tablet
96,4%	95,9%	5,2%	82,2%	48,6%
Smart TV o Chromecast	Consolas de videojuegos	Smarthome	Smartwatch	Realidad virtual
23,9%	35,9%	15,7%	28,6%	4,6%

Elaboración propia. Fuente: [CSO](#) (2021b)

2.4. Acceso a la red (banda ancha)

La velocidad media de conexión a Internet, tanto en móviles como en equipos de mesa o portátiles, ha mejorado considerablemente desde 2021. En el caso de los dispositivos móviles, esta se ha disparado un **78.0%** desde el año pasado, alcanzando la media de descarga de **12,25 MBPS**. En el caso de los ordenadores de sobremesa y portátiles, estos han visto aumentada su velocidad media de descarga un **32,1%**, alcanzando la cifra de **15,85 MBPS**.

ILUSTRACIÓN 3. VELOCIDAD MEDIA DE DESCARGA EN IRLANDA EN MÓVILES Y ORDENADORES Y VARIACIÓN RESPECTO A 2021



27,96 MBPS

+78,0%



65,29 MBPS

32,1%

Elaboración propia. Fuente: [Data Reportal](#) (2022)

2.5. Otros datos digitales

Índice DESI (*Digital Economy and Society Index*)

El **índice DESI**, (Comisión Europea, 2022, cita en bibliografía) arroja datos positivos para el país en su última edición, pues Irlanda ocupa el **quinto lugar de 27 Estados miembros** de la UE, manteniendo su posición respecto a 2021 pero **mejorando su calificación global**.

TABLA 2. COMPARACIÓN DESI DE IRLANDA CON MEDIA DE LA UE

	Irlanda 		Media UE
	Posición	Valoración	
DESI 2020	6	61,8	52,6
DESI 2021	5	60,3	50,7
DESI 2022	5	62,7	52,3

Elaboración propia. Fuente: [Digital Economy and Society Index](#), 2022

Respecto a los distintos subapartados que se tratan en este índice, los datos de 2022 posteriores a la pandemia indican que Irlanda ha dejado de liderar en **integración de la tecnología** y ha pasado a ocupar un séptimo puesto, debido a que, las empresas locales se quedan atrás en el intercambio de información y las facturas electrónicas. Es preciso mencionar que ha conseguido afianzarse entre los 10 primeros países en los distintos subapartados, registrando un incremento notable en la cantidad de usuarios de internet.

El país pudo mantener su posición dentro de los 6 primeros en **servicios públicos digitales**, donde destaca en datos abiertos y en la provisión de servicios públicos digitales para empresas. Se produjo un cambio sustancial en la posición de Irlanda en **capital humano** de 7 puesto en 2021 a 3 en 2022. Esto se debe a que el 70% de los irlandeses tiene conocimientos digitales básicos (Irlanda se ha comprometido a alcanzar el objetivo de que el 80% de los adultos tengan al menos competencias digitales básicas para 2030), frente al 54% en toda la UE.

En cuanto a la conectividad el país ha subido un puesto en el ranking. Aun así, Irlanda se ha quedado atrás con respecto a otros países europeos en lo que se refiere al espectro 5G y a la adopción de la banda ancha de 1 GB.

TABLA 3. COMPARACIÓN DE SUBAPARTADOS DESI DE IRLANDA CON MEDIA DE LA UE

	Irlanda 		Media UE
	Posición	Valoración	
Conectividad	6	61.5	59.9
Capital humano	3	62.6	45.7
Integración de la tecnología digital	7	43.3	36.1
Servicios públicos digitales	6	83.5	67.3

Elaboración propia. Fuente: [Digital Economy and Society Index](#), 2022

Apoyo al comercio electrónico por parte del gobierno de Irlanda

En la actualidad, existen varios planes e instituciones creados por el gobierno de Irlanda para fomentar el desarrollo de las empresas digitales en el país, especialmente para fomentar la recuperación económica tras la irrupción de la pandemia.

[Enterprise Ireland](#) (2021) ha creó el fondo [COVID-19 Online Retail Scheme](#). Promovido por el [Ministerio de Empresa, Comercio y Empleo irlandés, DETE](#) (del inglés *Department of Enterprise, Trade and Employment*), el propósito de este fondo fue permitir que los minoristas con empresas en Irlanda mejoren su capacidad digital y desarrollen una oferta en línea más competitiva que permita aumentar su cartera de clientes y construir un negocio más competitivo en el mercado nacional y mundial.

Los candidatos seleccionados recibieron financiación para cubrir un máximo del 80% de los costes subvencionables del proyecto, con un máximo de 40.000 €. Los elementos que se incluyen en dicha subvención abarcan investigación de mercado, consultoría para el desarrollo, implementación y capacitación de estrategias.

El organismo público **Local Enterprise Office** también creó el fondo [Trading Online Voucher](#) (2021). Este dota de hasta 2.500 euros a los negocios como ayuda dentro de la Estrategia digital nacional del gobierno. El programa está diseñado para ayudar a las pequeñas empresas con hasta 10 empleados a aumentar sus ventas en línea y llegar a nuevos mercados, ofreciendo formación y asesoramiento durante el proceso.

Otra forma de apoyo por parte del gobierno de Irlanda a empresas que comienzan su trayectoria online es la [Digital Hub Development Agency](#) (DHDA). Este organismo ofrece espacio de oficinas y servicios de apoyo empresarial a empresas tecnológicas en crecimiento y organizaciones industriales. Más de 200 empresas han progresado desde que fue fundado en 2003, generando además más de 2.000 puestos de trabajo.

Centro Nacional de Investigación Digital (NDRC)

El [Centro Nacional de Investigación Digital](#) (NDRC por sus siglas en inglés *National Digital Research Centre*) fue establecido en 2007 por un grupo de instituciones educativas, y tiene como misión crear empresas en el sector digital proporcionando apoyo práctico e inversión a las empresas irlandesas en una etapa muy temprana, a modo de aceleradora. A finales de 2018, las empresas apoyadas por el NDRC tenían un valor total de capital de mercado de 608 millones de euros, habían recaudado 250 millones de euros en inversiones y habían empleado directamente a más de 1063 personas.

Plan Nacional de Recuperación y Resiliencia (*National Recovery and Resilience Plan 2021*)

El [Plan Nacional de Recuperación y Resiliencia del gobierno de Irlanda](#) (2021b) incluye en su componente número 2 la aceleración, **expansión y transformación de las plataformas digitales**. En términos generales, se pretende impulsar la transformación digital de la administración y gobierno irlandés, con un enfoque centrado en el **ciudadano**. Para ello, resultará clave la **interoperabilidad** de los servicios públicos. También resulta fundamental la mejora de las habilidades digitales de la población y las Pymes. En mayor detalle, este plan cuenta con los siguientes seis apartados diferenciados:

- Desarrollo de un centro de datos compartido para uso del gobierno para apoyar la digitalización de los servicios.
- Creación de un programa para fomentar la transformación digital de las empresas en Irlanda y el establecimiento de centros europeos de innovación digital en Irlanda mediante un sistema de subvenciones.
- Programa para proporcionar fondos e infraestructuras TIC suficientes en las escuelas, con el fin de alcanzar la cifra de más de 1.100 escuelas primarias con una conexión de alta velocidad.
- Provisión de una herramienta en línea para el censo de la población irlandesa, como parte del plan Census 2026 y que podría emplearse para otras encuestas del gobierno y la CSO (Oficina de Estadísticas Central de Irlanda).
- Uso de la tecnología 5G para optimizar la conectividad y la provisión de servicios.
- Desarrollo de iniciativas eHealth a escala nacional, fomentando igualmente la inversión en ePharmacy, así como la integración de sistemas de gestión financiera como un elemento relevante para la reforma del sistema sanitario.

3. La oferta digital

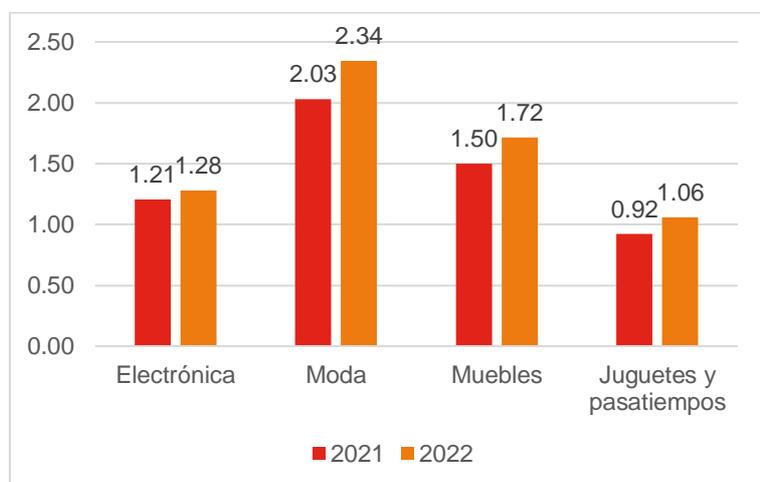
3.1. El e-commerce. ¿Qué empresas venden en el entorno digital? ¿Sectores más punteros?

El mercado irlandés de comercio electrónico generará aproximadamente un total de **7.17 millones de euros en 2022 en su modalidad B2C (Business-to-consumer) y tiene una penetración del 76,4%** (porcentaje de la población irlandesa que compra online). El sector de la moda se sitúa como el que mayor volumen de negocios tiene, con una estimación total para finales de 2022 de 2.10 millones ([Statista](#), 2022b).

La nueva situación post pandemia y las medidas gubernamentales implementadas para reducir su propagación han hecho que las empresas de Irlanda cambien su forma de hacer negocios. Para muchas empresas esto significó aumentar el uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) o adaptar nuevos usos de las TIC a su modelo de negocios. En una encuesta realizada por la [Central Statistics Office](#) (2021), se observó que casi **una de cada cinco empresas** (19%) informó de un aumento en las ventas a través de sitios web o aplicaciones durante la pandemia y **una de cada diez** creó un sitio web para facilitar las ventas en línea. Por otro lado, el **18%** ofreció un servicio de *click and collect*. Por último, **casi un tercio** (31%) de las empresas aumentó su uso de las redes sociales en respuesta a la pandemia de COVID-19, mientras que **un 8%** creó una nueva cuenta en las redes sociales.

3.1.1. Comercio electrónico B2C

ILUSTRACIÓN 4. COMERCIO ELECTRÓNICO EN IRLANDA EN 2021 POR CATEGORÍA (MILLONES DE EUROS)



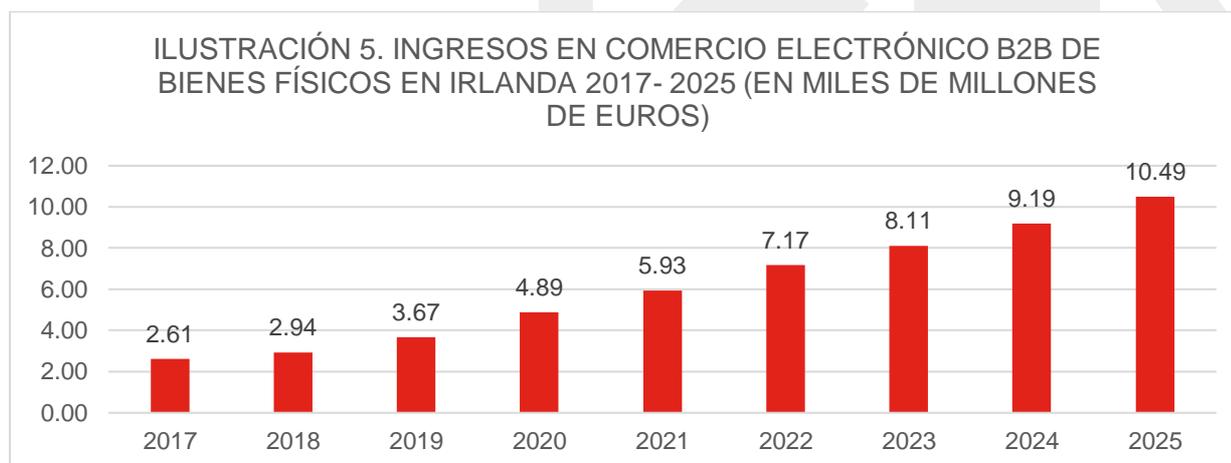
Elaboración propia. Fuente: [Statista](#) (2022b)

La categoría que supondrá una mayor facturación en Irlanda en 2022 será la de moda, con **2.10 millones** de euros (+15.4 % respecto a 2021), seguida de la de **muebles y electrodomésticos**, con 1.54 millones de euros (+14.5% respecto a 2021). El mayor incremento se ha producido en la categoría de alimentos, con un crecimiento del **33,1%**. Por otro lado, la categoría que menos ha crecido respecto a 2021 es la de medios de comunicación, con un **3.1%**.

El mercado B2C del comercio electrónico en Irlanda tiene un pronóstico positivo para 2022, con un volumen de ventas estimado para 2022 de 7.17 millones de euros, un **aumento del 14,3%** respecto a 2021. Por último, [el gasto medio por habitante en comercio electrónico en esta modalidad en 2022 será de unos 1.87 millones de euros](#), un aumento del 14,3% respecto al año anterior.

3.1.2. eCommerce B2B

En Irlanda, los ingresos por ventas de transacciones entre empresas (B2B) de bienes físicos (por ejemplo, piezas de automóviles o electrónica) se valoraron en **4.89 millones de euros en 2020**, lo que supuso **un aumento con respecto a los años anteriores** (Statista, 2022). Se prevé un nuevo crecimiento para 2025, cuando se espera que los ingresos por ventas de comercio electrónico B2B alcancen los **10.49 millones de euros**.



Elaboración propia. Fuente: [Statista](#), 2022c.

Las plataformas más comunes del comercio electrónico entre empresas son **las webs directas de las propias empresas**. No obstante, cabe destacar los siguientes *marketplaces*:

TABLA 4. PRINCIPALES PLATAFORMAS B2B IRLANDA 2022

PLATAFORMA	DESCRIPCIÓN	WEB
	Es el mayor mercado electrónico B2B multiseccional del mundo. Cuenta con más de 4 millones de empresas registradas y mil millones de productos distintos, por lo que puede encontrarse prácticamente cualquier artículo que se busque	Alibaba.com



Shopify Inc. es una empresa multinacional canadiense de comercio electrónico que ofrece a los comerciantes la posibilidad de crear sus propias tiendas en línea. Incluye conjunto de servicios de pagos, marketing, envíos y herramientas de participación de los clientes. Shopify cuenta con 2,1 millones de usuarios activos diarios y comerciantes en más de 175 países.

shopify.com/ie



eBay es un mercado electrónico de enfoque global orientado a consumidor final que cuenta con productos de multitud de categorías, como electrónica, hogar, moda o juguetes. Con más de 187 millones de compradores activos y 22 millones de vendedores, es uno de los mayores eMarketplaces del mundo. Aunque comenzó como un portal de subastas, hoy cuenta con un catálogo fijo, y entre todos los productos suma más de 1.000 millones de referencias.

ebay.ie

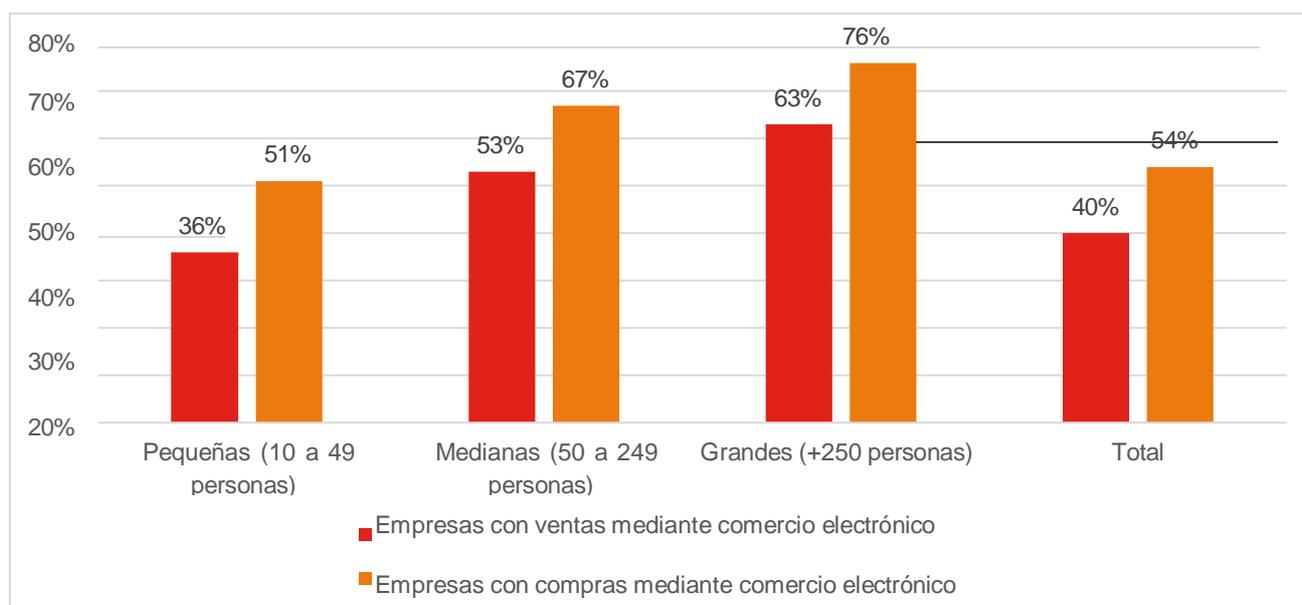


Es la plataforma de anuncios clasificados más importante de Irlanda para la venta de artículos nuevos y de segunda mano. Incluye un marketplace de compra y venta directa de productos de todo tipo, otro específico de coches y una sección de agricultura donde encontrar maquinaria agrícola y ganado. Es la web de referencia para la compraventa de automóviles en Irlanda.

DoneDeal.ie

En 2021, un **54% de las empresas** realizaron compras a otras empresas mediante el uso del comercio electrónico (CSO, 2021). Estos números superan el porcentaje de empresas que vendieron productos en línea, que fue del 40%. Es de destacar que **cuanto más grande es la empresa, más tiende a adquirir productos de otras empresas mediante el uso del comercio electrónico.**

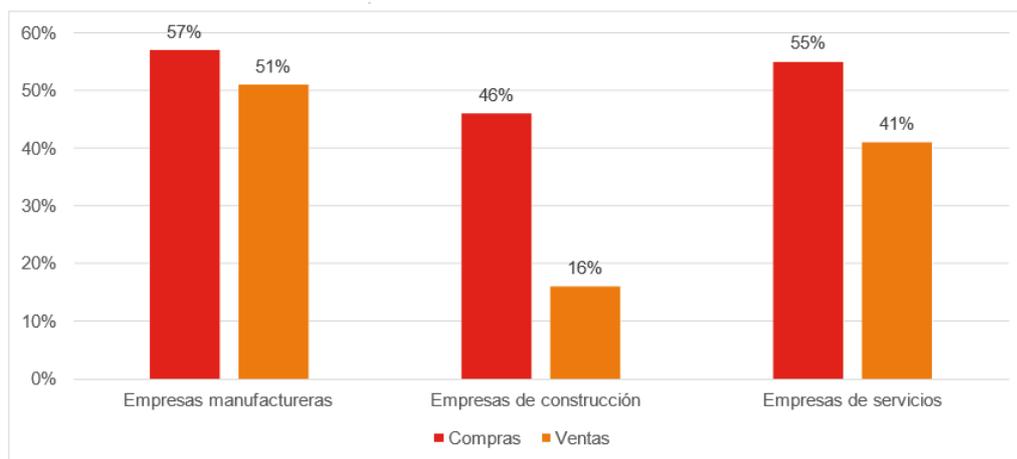
ILUSTRACIÓN 6. PORCENTAJE DE VENTAS Y COMPRAS B2B DE COMERCIO ELECTRÓNICO POR TAMAÑO DE EMPRESA, 2021



Elaboración propia. Fuente: [CSO](#), 2021.

Por otro lado, casi **seis de cada diez** (57%) de las empresas manufactureras realizaron compras por sitio web o aplicación en 2021, un **aumento del 51%** en 2019. Más de la mitad (55%) de las empresas de servicios realizaron compras de comercio electrónico en 2021, mientras que esta cifra fue del 46% en el caso de constructoras.

ILUSTRACIÓN 7. PORCENTAJE DE COMPRAS Y VENTAS EN COMERCIO ELECTRÓNICO B2B POR SECTOR DE ACTIVIDAD, 2021

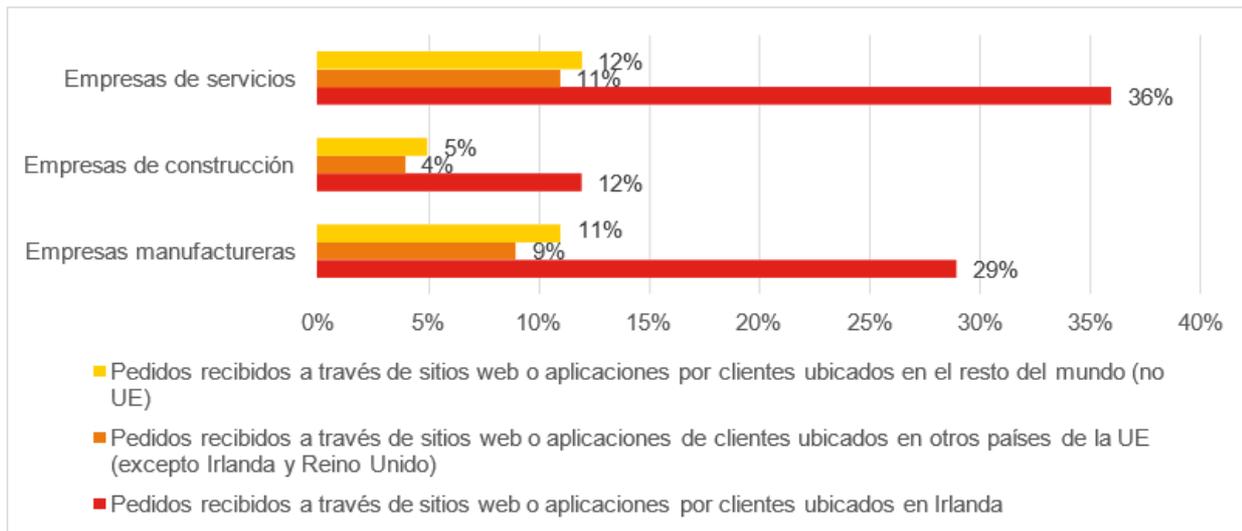


Elaboración propia. Fuente: [CSO](#), 2021.

Por último, **un tercio (33%) de las empresas** recibió pedidos a través de sitios web o aplicaciones de clientes ubicados en Irlanda en 2021. **Una de cada diez (10%)** empresas recibió pedidos en línea de clientes ubicados en otros países de la Unión Europea (UE). En 2021, **el 11% de las empresas** indicaron que recibieron pedidos de clientes ubicados en el resto del mundo (territorios fuera de la UE).

Más de **un tercio (36%)** de las empresas del sector servicios recibieron pedidos en línea de clientes ubicados en Irlanda, mientras que el 11% y el 12% recibieron pedidos de clientes ubicados en otros Estados miembros de la UE y del resto del mundo, respectivamente. En el sector manufacturero, **el 29%** recibió pedidos en línea de Irlanda, el 11% recibió pedidos del resto del mundo y el 9% recibió pedidos de la UE. En el sector de la construcción, el **12%** de las empresas recibieron pedidos de sitios web o aplicaciones de Irlanda en 2021, mientras que el 4% y el 5% recibieron pedidos de la UE y del resto del mundo, respectivamente.

ILUSTRACIÓN 8. UBICACIÓN DE LAS VENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO POR SECTOR, 2021



Elaboración propia. Fuente: [CSO](#), 2021.

3.1.3. eCommerce C2C

En 2019, casi **uno de cada cinco (19%) de los internautas** compró sus productos en línea a un particular ([CSO](#), 2020b).

El portal más utilizado en Irlanda para el comercio electrónico C2C es [Adverts.ie](#), que cuenta con más de **1.000.000 de usuarios registrados** que colocan más de 200.000 anuncios al mes y recibe más de **1,2 millones de visitas mensuales**.

TABLA 5. PRINCIPALES PLATAFORMAS C2C IRLANDA 2021

PLATAFORMA	DESCRIPCIÓN	WEB
	Plataforma de compraventa entre particulares. La plataforma tiene más de 1.000.000 de usuarios registrados que colocan más de 200.000 anuncios cada mes y recibe más de 1,2 millones de visitas mensuales	Adverts.ie
	Plataforma para encontrar, comprar y vender a través de Facebook artículos nuevos y de segunda mano a otros usuarios. Utilizado por 800 millones de personas cada mes en 70 más de países	Facebook Marketplace
	Permite a los clientes publicar anuncios y navegar por los de otros usuarios. Es la versión digital de una publicación gratuita de anuncios	The Dealer
	Plataforma de anuncios y comunidad de usuarios online.	Gumtree
	Plataforma de compra venta de artículos de segunda mano con más de 3 millones de anuncios publicados cada año	DoneDeal

Elaboración propia

3.1.4. eCommerce B2G

TABLA 6. PRINCIPALES PLATAFORMAS B2G IRLANDA 2021

PLATAFORMA	CONTENIDO	WEB
	Plataforma de licitación electrónica del gobierno de Irlanda, administrada por la Oficina de Compras Públicas.	eTenders
	Servicio de Licitación Electrónica Profesional para todos los proyectos de construcción e ingeniería de Irlanda.	e-Tender

Elaboración propia

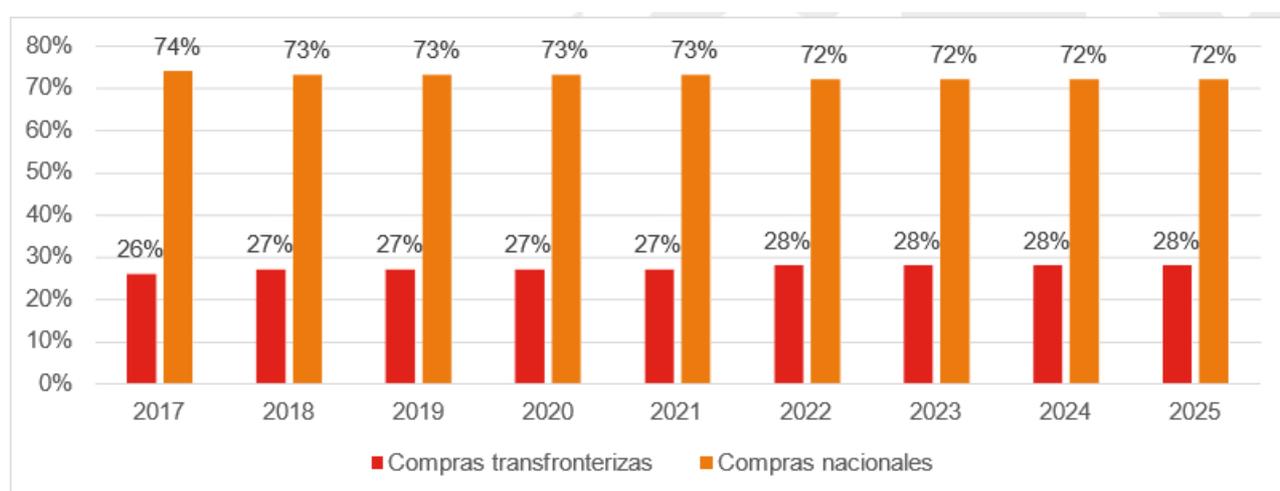
3.1.5. eCommerce transfronterizo

El Reino Unido e Irlanda comparten acuerdos de importación y exportación y una gran proximidad, lo que convierte al Reino Unido en el mayor mercado internacional para los compradores online irlandeses, aún incluso con el impacto negativo que el Brexit tuvo y tendrá

en el comercio entre estos dos países. La moda es un segmento transfronterizo clave, con [Boohoo](#) y [ASOS](#) del Reino Unido entre los 20 sitios de comercio electrónico más populares en Irlanda. Por otro lado, Amazon.co.uk es uno de los 10 sitios más visitados en Irlanda ([JP Morgan](#), 2020).

El comercio transfronterizo supondrá **un 28% de las ventas netas en Irlanda** en el año 2022 ([Statista](#), 2022b). Estas cifras se encuentran un punto por encima que las de años precedentes, por lo que cabe destacar que la pandemia no ha modificado a medio plazo este patrón de compra de los consumidores irlandeses. Además, las estimaciones auguran unas cifras similares hasta 2025.

ILUSTRACIÓN 9. PORCENTAJE DE TRANSACCIONES TRANSFRONTERIZAS Y NACIONALES AÑOS 2017-2021



Elaboración propia. Fuente: [Statista](#) (2022b)

El valor del comercio transfronterizo en Irlanda fue de **19.5 millones de euros en Agosto 2022** ([CSO](#), 2022). Según los datos de 2019, los países extranjeros a los que más se compraba desde Irlanda eran **Reino Unido (61% del comercio transfronterizo), China (20%) y Estados Unidos (5%)** ([Retailx](#), 2020, cita en bibliografía).

3.1.6. Utilización de los mercados electrónicos

Los *marketplaces* [Amazon](#) y [eBay](#) se sitúan como **las más utilizados** en Irlanda. Además de vender online en sus propias webs, muchas empresas en Irlanda también tienen un perfil en *marketplaces*.

En 2020, del Top 100 de empresas en Irlanda, un **14% tenía perfil en Amazon** y un **19% lo tenía en eBay**. Respecto al Top 50, **el 10% tenía cuenta en Amazon** y el **26%, en eBay** ([Statista](#), 2021b).

TABLE 7. PRINCIPALES MERCADOS ELECTRÓNICOS EN IRLANDA

EMPRESA	SECTOR	DESCRIPCIÓN	WEB
	Multisectorial	Plataforma de subasta y comercio electrónico	eBay Irlanda
	Multisectorial	Plataforma de comercio electrónico y servicios de computación	Amazon
	Multisectorial	Plataforma orientada al comercio electrónico B2B	Mercateo
	Multisectorial	Plataforma de comercio electrónico y comparador de precios	LeGuide
	Multisectorial - Regalos	Plataforma de venta online de artesanía irlandesa	Market Street
	Multisectorial - Regalos	Plataforma online de regalos Premium de diseño y fabricación irlandesa	Cuando

Elaboración propia

3.1.7. Contenidos digitales

Noticias

En 2022, destaca el interés de la población por las noticias. **Alrededor del 67%** de los irlandeses estaban muy interesados en la lectura diaria de noticias, un decrecimiento de tres puntos porcentuales con respecto a las cifras de 2021. Esta cifra está **7 puntos por encima de la media de la UE** (60%), el Reino Unido (51%) y América del Norte (54%) ([Reuters Institute](#), 2022).

En Irlanda, el dispositivo principal para acceder a las noticias en línea sigue siendo el **smartphone** (72%, mismo porcentaje que en 2021), seguido del ordenador portátil o de escritorio (43%) y la **tablet** (22%).

Se observa que la mayor parte de consultas de noticias en Irlanda es de manera digital. El número de consumidores que citan a la radio como su principal fuente de noticias se ha incrementado en dos puntos porcentuales respecto a 2021, **siendo del 11%**, y el número de consumidores que citan a los

periódicos impresos se ha reducido en un punto porcentual, constituyendo únicamente el **3%** del total en 2020.

Plataformas de *streaming*

Las principales plataformas de *streaming* de pago en Irlanda son [Disney+](#), [Netflix](#), [NOW TV](#) (servicio de streaming de Sky), [Amazon Prime Video](#) y [Hayu](#). Como alternativas gratuitas están [RTÉ Player](#) y [Virging Media Player](#).

Estas plataformas están suponiendo una progresiva sustitución de la televisión tradicional del país, con **un 40% de irlandeses que afirman ver menos televisión tradicional** o que han dejado de verla en su totalidad ([Independent](#), 2021). Un total de **12%** de las personas ha dejado de ver la televisión tradicional por completo, mientras que solo el **16%** afirma que todavía pasa la misma cantidad de tiempo viéndola.

Música

En Irlanda el **66%** de los adultos escuchan audio digital durante **13,6 horas de media** a la semana. Las principales plataformas de música en Irlanda son: [YouTube Music](#), [Apple Music](#), [Spotify](#), [Tidal](#) y [Deezer](#).

Las plataformas de *streaming* de música en Irlanda alcanzarán unos ingresos de **48.66 millones de euros en 2022**, un 13.7% más que en 2021. Las estimaciones afirman que este sector alcanzará la cifra de 55.57 millones de euros para 2025 ([Statista](#), 2022b).

Publicaciones electrónicas

Las publicaciones electrónicas tienen en Irlanda **1,6 millones de usuarios** y en 2020 alcanzaron unos ingresos de cerca de **40 millones de euros**. Además, se espera que el sector crezca a un ritmo del 2,9% anual.

El mayor segmento de este sector es el de los eBooks o libros electrónicos, con unos ingresos esperados para 2021 de **34.86 millones de euros** ([Statista](#), 2022a).

El gobierno de Irlanda aprobó en mayo de 2020 un fondo de apoyo de 200.000 euros para que las bibliotecas públicas del país fortalezcan sus contenidos electrónicos, cuya demanda ha experimentado un gran crecimiento desde el comienzo de la crisis de la COVID-19.

Podcasts

Se han registrado en 2021 más de **7,5 millones** de reproducciones de *podcasts* por mes en Irlanda. Esto supone **un aumento del 39%** respecto al año anterior. El uso de audio digital se ha expandido a gran velocidad, alcanzando **los 2,53 millones de oyentes** en Irlanda por semana ([Honey+Buzz](#), 2021, cita en bibliografía).

Videjuegos

Se prevé que los ingresos del segmento de los videojuegos alcancen los **210,20 millones de dólares en 2022**. La industria tendrá una tasa de crecimiento anual (CAGR 2022-2027) del 7,85%, lo que dará lugar a un volumen de mercado previsto de 306,70 millones de dólares en 2027.

El **mayor segmento es el de los juegos para móviles**, con un volumen de mercado de **139,10 millones** de dólares en 2022. Se prevé que el ingreso medio por usuario (ARPU) en el segmento de los videojuegos ascienda a 87,30 dólares en 2022.

E-sports

Aunque hasta la fecha no se ha realizado ningún estudio exhaustivo sobre la población de jugadores irlandeses, Ireland Esports calcula que hay más de **700.000 jugadores** habituales en Irlanda. ([Irish Times](#), 2019)

Y está creciendo, ya que alrededor del **22% de los adultos** irlandeses afirman que ven o participan en torneos en línea. En total, alrededor del 36% de los adultos juegan a diversos tipos de juegos en línea, y es una cifra que muy probablemente seguirá creciendo a lo largo de este año y más adelante. ([Irish Post](#), 2021)

Ha habido **251 jugadores irlandeses** de esports que han recibido un total de **1.043.928,06 USD** en premios en 750 torneos. El juego más premiado fue [Fortnite](#) con 188.677,48 USD ganados, lo que supone el 18,07% de todas las ganancias de los jugadores irlandeses ([Esport Earning](#), 2022)

4. Operativa – Pasos para exportar *online*

4.1. Registro de marca

La institución encargada del registro de marca en Irlanda es la [Oficina de Propiedad Intelectual de Irlanda](#). Su nombre en inglés es *Intellectual Property Office of Ireland* o IPOI, y se encarga de la concesión de patentes, registro de marcas, dibujos y modelos, así como de la administración y el mantenimiento de los derechos de propiedad industrial.

En cuanto a la regulación irlandesa aplicable a las marcas destacan:

- [Ley de Propiedad Intelectual de 2014](#)
- [Ley de Marcas de 1996](#)

Por otro lado, resultan aplicables en Irlanda los siguientes acuerdos internacionales:

- [Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas \(2006\)](#): crea un marco internacional para la armonización de los trámites administrativos de registro de marcas. Vigente en Irlanda desde 2015.
- [Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas \(1989\)](#): tiene el objetivo de permitir a las personas y empresas presentar una única solicitud de marca, a través de sus propias Oficinas nacionales, designando a cualquiera o todos los países que son parte del acuerdo. Vigente en Irlanda desde 2011.

4.2. Fiscalidad y procedimiento aduanero

4.2.1. Entorno regulatorio

Las principales normas que regulan el comercio electrónico en Irlanda son:

- [Reglamento General de Protección de Datos de la UE \(2016/679\)](#)
- [Ley de Comercio Electrónico de Irlanda](#)
- [Directiva sobre Comercio Electrónico \(2000/31/CE\)](#)
- [Directivas sobre los Derechos de los Consumidores \(2011/83/EC\)](#)
- [Ley de Ciberseguridad de la UE \(2019/881\)](#)

- [Directiva sobre prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior \(2005/29/CE\)](#)
- [Directiva de servicios de pago \(2015/2366\)](#)

4.2.2. Fiscalidad/Aranceles

Antes del 1 de julio de 2021, los vendedores en línea en Irlanda debían cobrar el IVA irlandés en sus ventas de bienes a consumidores en otros Estados miembros de la UE, a menos que sus ventas en un Estado miembro en particular superaran el umbral de ventas locales a distancia o eligieran registrarse para el IVA en otro Estado miembro (KPMG, 2021b) **Antes del 1 de julio de 2021**, los vendedores en línea en Irlanda debían cobrar el IVA irlandés en sus ventas de bienes a consumidores en otros Estados miembros de la UE, a menos que sus ventas en un Estado miembro en particular superaran el umbral de ventas locales a distancia o eligieran registrarse para el IVA en otro Estado miembro (KPMG, 2021b).

Según [normativa de la UE-27](#), desde el **1 de julio de 2021**, los vendedores de bienes en línea deben cobrar el IVA en el Estado miembro de la UE de su cliente (es decir, donde se envían los bienes), a menos que el valor total de sus ventas a distancia a los consumidores en todos los demás Estados miembros de la UE no exceda **10.000 € al año**.

El tipo del IVA que se aplica a cada venta es el tipo del IVA para el producto concreto en el **Estado miembro en el que se venden las mercancías**. Las ventas de los vendedores en línea en Irlanda a clientes dentro del país deben seguir registrándose en sus declaraciones de IVA irlandesas de forma habitual.

Sin embargo, el IVA sobre las ventas a consumidores en otros Estados miembros de la UE, incluido Irlanda del Norte, debe declararse en una [declaración OSS](#) (del inglés **One Stop Shop**) o de **ventanilla única** trimestral. Si un vendedor no se registra en la OSS, **está obligado a registrarse** a efectos del IVA en cada Estado miembro en el que vende. Como esta opción es poco probable que sea atractiva para la mayoría de los vendedores, los vendedores en línea deben tomar las medidas necesarias para registrarse en la OSS mediante el portal online de la [Agencia Tributaria irlandesa \(Revenue\)](#) a través de ros.ie (*Revenue Online System*).

Cabe señalar que, habiéndose registrado para la OSS, todas las ventas procedentes de consumidores en otros Estados miembros de la UE deben registrarse en la declaración de la ventanilla, incluso si el vendedor tiene un registro local de IVA en otro Estado miembro de la UE por otro motivo.

Se aplican reglas y requisitos adicionales a las ventas a distancia a consumidores de la UE desde países no pertenecientes a la UE. Se **suprimió la desgravación del IVA** para las importaciones en envíos de menos de 22 euros, por lo que todas las mercancías importadas en la UE ahora están sujetas al IVA al tipo adecuado.

El **OSS (One-Stop-Shop)** está diseñado, por lo tanto, para empresas que venden productos de un Estado miembro de la UE a **clientes de otros países de la UE**. Adicionalmente, también se ha introducido el IOSS (del inglés *Import-One-Stop-Shop*) como ventanilla única de importación diseñada para empresas que venden productos a clientes en la UE desde un tercer territorio, por **un valor de 150 € o menos**. Para bienes de mayor valor, se aplican las reglas estándar de importación de IVA. Las empresas pueden registrarse para ambos sistemas.

Es decir, la **Ventanilla Única de Importación** ("IOSS") se introdujo para permitir a los vendedores pagar el IVA sobre las importaciones de mercancías en envíos con un valor **no superior a 150€** mediante una devolución mensual, en lugar de que el cliente pague el IVA en el momento de la entrega. Es importante asegurarse de que se incluya la información correcta en el envío de las mercancías, para que las autoridades aduaneras sean conscientes de que el IVA se debe a través de la IOSS y no en el punto de importación.

Respecto a las ventas a través de plataformas electrónicas en línea o *marketplaces*, puede surgir una complejidad adicional. Los vendedores irlandeses establecidos que venden productos dentro de la UE en un mercado en línea generalmente **serán responsables de cobrar y remitir el IVA al tipo correcto** y en la jurisdicción correcta (en lugar de que el mercado sea responsable).

Sin embargo, el mercado **será responsable del IVA** en los casos en que "faciliten" las ventas en línea B2C de bienes importados desde fuera de la UE en envíos con un valor de 150 € o ventas dentro de la UE por un vendedor establecido fuera de la UE.

Cuando un vendedor establecido **fuera de la UE** desea registrarse en el IOSS con respecto a sus ventas a distancia desde fuera de la UE a la UE, generalmente está obligado a designar un "intermediario" establecido en el Estado miembro en el que desea registrarse en IOSS.

La Agencia Tributaria irlandesa, [Revenue.ie](https://www.revenue.ie) ha emitido una guía sobre el papel y las obligaciones de un intermediario. El intermediario debe solicitar un **número de identificación fiscal** (TAIN, del inglés *Tax Advisory Identification Number*) antes de poder registrarse como intermediario IOSS en Irlanda. La guía señala que se espera que los intermediarios del IOSS se involucren en prácticas estándar de gestión de riesgos y que mantengan una comunicación fluida con Revenue en caso de que tengan cualquier problema con el sujeto pasivo al que representan. La guía también establece que una notificación de responsabilidad conjunta que se aplicará solo de manera prospectiva y solo se impondrá en casos excepcionales en los que se hayan identificado problemas de cumplimiento.

Antes de aceptar actuar como intermediario para un vendedor fuera de la UE, cualquier empresa o empresa debe considerar cuidadosamente sus obligaciones y consultar con Revenue o su asesor fiscal en caso de duda.

4.2.3. Etiquetado

La legislación que afecta al etiquetado de productos en Irlanda tiene como función que la información que contengan las etiquetas sea precisa, no engañosa y segura, y procede de la transposición de

normativas de la UE La legislación que afecta al etiquetado de productos en Irlanda tiene como función que la información que contengan las etiquetas sea precisa, no engañosa y segura, y procede de la transposición de [normativas de la UE](#).

Existen normas especiales para el caso de etiquetado de [alimentos](#), [textiles](#), [calzado](#), y [cosméticos](#).

4.3. Logística

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

Irlanda es un país con una **superficie reducida** (70.000 km²), por lo que no presenta grandes dificultades respecto a accesibilidad a los compradores online, ya que gran parte de la población se concentra en **núcleos urbanos**. Un claro ejemplo es la capital, Dublín, que concentra un quinto de la población total ([IMRG](#), 2020, cita en bibliografía).

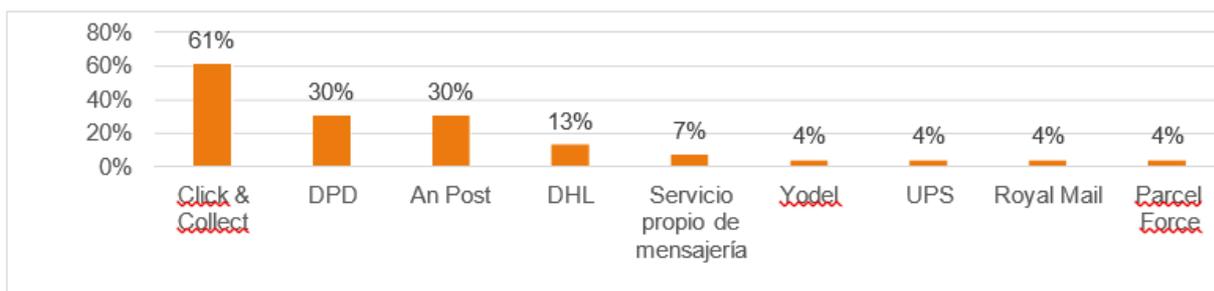
Al tratarse de una isla, la logística irlandesa es **muy dependiente del transporte marítimo**, afectando esto a todos los sectores. No obstante, el país cuenta con muchas facilidades en cuanto al transporte de mercancías por cualquier medio.

Un problema que existía hasta hace 6 años era que al menos el 35% de los domicilios compartía la misma dirección con al menos otra propiedad, complicando la entrega de pedidos online. Desde **julio de 2015** se ha introducido un sistema de código postal denominado **Eircode**, que diferencia un domicilio de otro.

4.3.2. Principales empresas de logística del país

A partir de los datos recopilados de las 100 tiendas que más venden online en Irlanda, se obtiene que el método elegido con mayor frecuencia por estos negocios es el del **Click & Collect**, con un 61% ([Statista](#), 2021b). Por otro lado, las dos empresas de mensajería escogidas con mayor frecuencia para los envíos son **DPD** y **An Post**, con un 30% cada una.

ILUSTRACIÓN 10. PORCENTAJE DE USO DE LAS DISTINTAS EMPRESAS DE MENSAJERÍA EN IRLANDA (TOP 100 TIENDAS ONLINE)



Elaboración propia. Fuente: [Statista](#) (2021b)

4.3.3. Plazos de entrega y política de devoluciones

Cuando se trata de compras online con envíos, en Irlanda, los envíos se hacen en un plazo medio de **5 días** y tienen un precio entre **5,97€ y 6,96 €** ([Retailx](#), 2021).

Por norma general el plazo en el que un artículo debe ser entregado depende de lo acordado entre las partes en el momento de compra, sin embargo, si no se acuerda un plazo de entrega la regulación establece que debe ser entregado en un plazo máximo de 30 días. Si la empresa no lo entrega en el plazo acordado, el consumidor puede optar entre dos alternativas: acordar una fecha diferente que le convenga o cancelar el contrato y obtener un reembolso ([Citizens Information](#), 2022).

Por norma general el **plazo** en el que un artículo debe ser entregado depende de lo acordado entre las partes en el momento de compra, sin embargo, si no se acuerda un plazo de entrega la regulación establece que debe ser entregado en un **plazo máximo de 30 días**. Si la empresa no lo entrega en el plazo acordado, el consumidor puede optar entre dos alternativas: acordar una fecha diferente que le convenga o cancelar el contrato y obtener un reembolso ([Citizens Information](#), 2022).

Respecto a la **política de devoluciones**, y conforme a la normativa europea, los consumidores tienen el derecho a devolver los bienes en un plazo de 14 días. Las facilidades que tenga un comprador a la hora de devolver un producto son un factor decisivo a la hora de comprar, el **22% de los consumidores irlandeses son reacios a realizar compras transfronterizas porque suponen que las devoluciones serán difíciles o costosas** ([IMRG](#), 2020). Los gastos de devolución serán pagados por el comprador o la empresa, dependiendo de las circunstancias. En caso de devolución de la compra por parte del comprador, éste podría estar obligado a hacer frente al pago asociado a la devolución ([Citizens Information](#), 2022).

4.3.4. Preferencias de envío

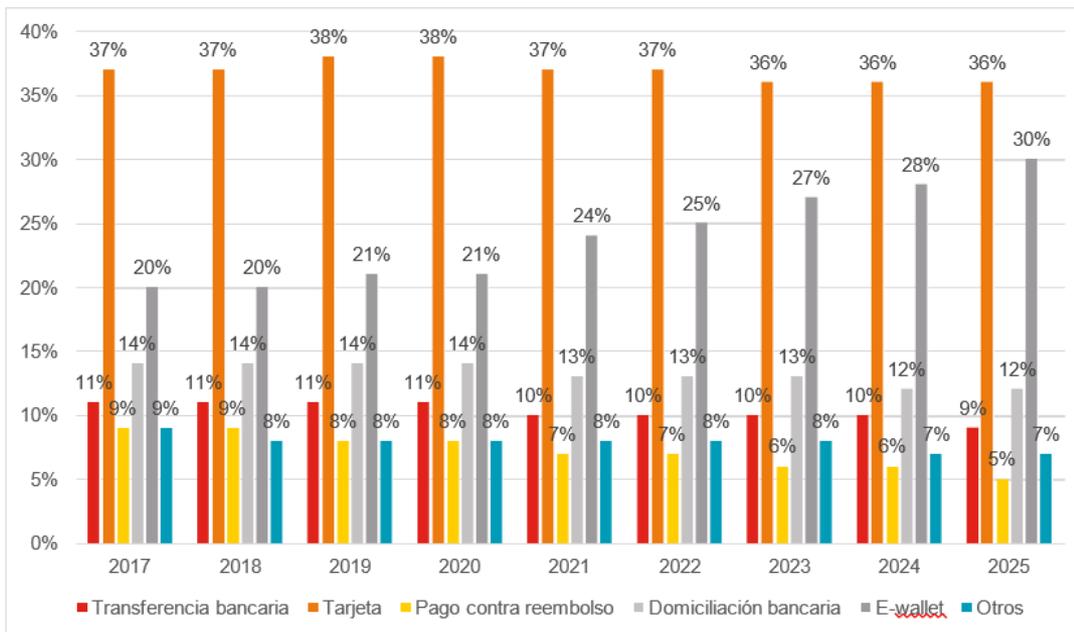
Para el consumidor irlandés, la **rapidez de entrega** es un factor de gran relevancia: la mitad de los consumidores esperan que sus productos lleguen en un plazo de dos días, sólo un tercio está dispuesto a esperar de tres a cinco días ([JP Morgan](#), 2020), y el **77% estaría dispuesto a pagar más por tener el producto el mismo día o al día siguiente**. El 9% de los compradores irlandeses dicen que les disuade comprar con minoristas transfronterizos porque creen que la entrega tardará más tiempo ([IMRG](#), 2020). Respecto a pagar por la entrega, **el 88% de los consumidores online irlandeses están dispuestos a pagar los cargos adicionales**.

Las entregas por medio del **click and collect** continúan aumentando en popularidad, particularmente entre los jóvenes ([JP Morgan](#), 2020). Por último, la preferencia del lugar de entrega de los pedidos es en primer lugar en el domicilio, seguido por el trabajo o en puntos de recogida.

4.4. Medios de pago

4.4.1. Medios de pago más usados en eComerce y porcentaje de uso

ILUSTRACIÓN 11. PORCENTAJE DE USO DE DISTINTOS MEDIOS DE PAGO EN COMERCIO ELECTRÓNICO Y ESTIMACIONES 2021-2025



Elaboración propia. Fuente: [Statista](#) (2022b)

El **pago con tarjeta** continúa siendo el método de pago preferido en Irlanda, con un **total del 37%** de las transacciones en 2022. De igual forma, se estima que estas cifras se mantendrán en el futuro, con un 36% en 2025. Cabe destacar que se estima que el método de pago de **E-wallet** continuará creciendo con gran rapidez, acercándose en 2025 al pago con tarjeta.

Por otro lado, métodos como el pago contra reembolso y las transferencias bancarias irán **descendiendo su uso** en los próximos años en aras de una mayor digitalización de la población. En cuanto a las tarjetas, las más utilizadas en Irlanda son [VISA](#), seguido de [MasterCard](#) y [AmericanExpress](#).

Respecto al fraude en línea en el país, [Bank of Ireland](#) destaca un **aumento de un 164%** en los seis primeros meses del 2022, representando estos, el 80% de las pérdidas personales de dicho banco. ([RTE](#), 2022), Dichas pérdidas van desde los **2.000 euros hasta los 800.000 euros**. La edad media de los irlandeses que habían sido víctimas de estas estafas **era de 53 años**. En consecuencia, se ha lanzado un nuevo programa, como se ha comentado previamente en este informe, para reforzar las habilidades digitales de la población mayor.

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

Más de ocho de cada diez usuarios de internet en Irlanda (78%) utilizaban la **banca online** en 2020, mientras que en 2020 era el 80% ([Central Statistics Office](#), 2021a). El **22% de los irlandeses** que utilizan la banca online actualmente tienen cuentas exclusivamente digitales ([Finder](#), 2021), lo que equivale a 1.098.900 personas. Se espera que esa cifra alcance **el 28%** (1.396.600 usuarios) para 2023 y el 34% (1.698.300) para el año 2027, un aumento de 6 puntos porcentuales durante los próximos 5 años.

Los grupos de edad que más se decantan por estos bancos 100% online son de los 25 a los 34 años (34%) y de los 35 a los 44 (27%).

Aunque el crecimiento de la banca digital en Irlanda se prevé que sea más lento que en otros países europeos, **la pandemia ha impulsado** su uso, ya que las sucursales bancarias y de otras instituciones financieras han permanecido cerradas durante largos periodos.

Algunos ejemplos del aumento de la popularidad de la banca digital son [Revolut](#), con 1.900.000 usuarios en Irlanda en 2022, y [N26](#), con doscientos mil usuarios según el portal [Bonkers.ie](#) (2022).

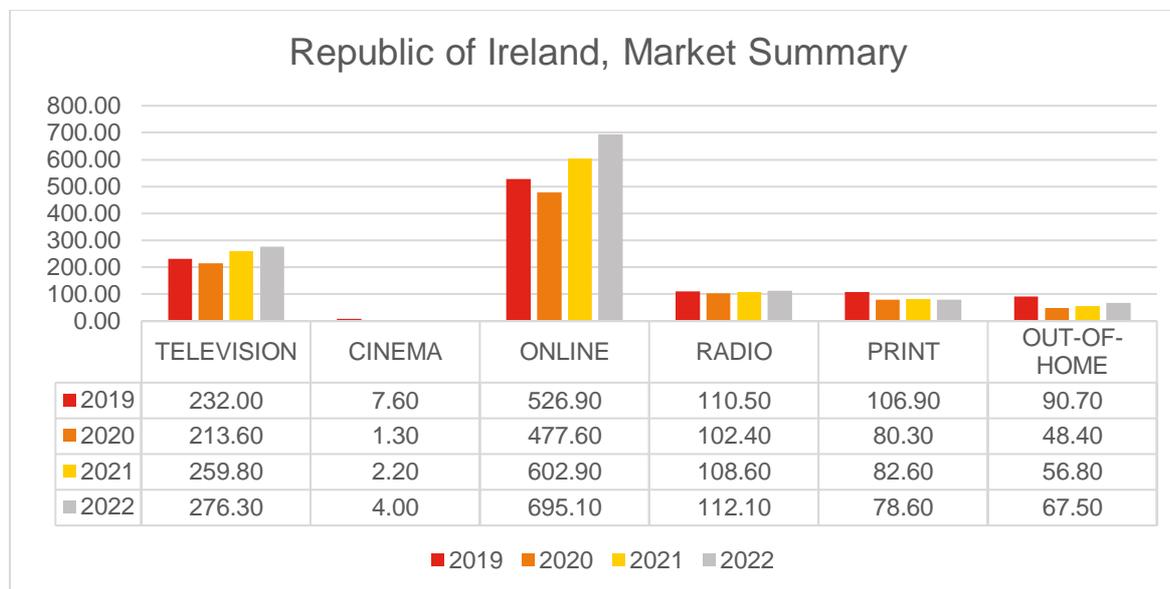
4.4.3. Mecanismos de seguridad en el pago

La [Normativa PSD2](#) (del inglés *Payment Services Directive*) es un sistema que facilita los servicios de pago online en toda la Unión Europea con mayor seguridad y adaptado a las nuevas tecnologías. Esta Directiva contribuirá al desarrollo del mercado de pagos electrónicos dentro de la UE y los cambios afectarán sobre todo a la industria *Fintech* y el sistema bancario. Las empresas que se verán más afectadas serán las que tengan integrado en su sistema su propia pasarela de pago. Existe una [Guía](#) sobre el impacto práctico de esta normativa para las empresas que podría ser de utilidad para empresas interesadas en comenzar a vender online en la UE.

Desde el 1 de enero de 2021, las compras online en Europa están sujetas a medidas fuertes de autenticación del cliente ([SCA](#), del inglés *Strong Customer Authentication*), que exigen que los bancos soliciten información adicional a los consumidores para verificar una compra, como una huella dactilar o una contraseña de cuatro dígitos de un solo uso.

4.5. Publicidad y posicionamiento

ILUSTRACIÓN 12. INVERSIÓN EN PUBLICIDAD EN MILLONES DE EUROS 2013 – 2021



Elaboración propia. Fuente: [Onecore.ie, 2022](https://www.onecore.ie/)

Se prevé que el gasto en publicidad en el mercado irlandés **crezca un 10.85%** hasta los **1.233,6 millones de euros** para finales de 2022 ([Onecore.ie, 2022](https://www.onecore.ie/)). Sin embargo, esta cifra todavía se aleja un poco del porcentaje de crecimiento que tuvo el sector en **2021, creciendo en un 20.5 %**, alcanzando los **1.112,9 millones de euros**.

Se prevé que la participación de la televisión en la inversión publicitaria aumentará un **6,3%** hasta los **276 millones de euros**, frente a los **193 millones de euros en 2021**. Por otro lado, la radio podría experimentar un **aumento del 3.2%** hasta los **112 millones de euros**, frente a los **108 millones de euros del año pasado**.

Respecto a la prensa, se espera que **crezca un 4.8%** este año hasta los 78.6 millones de euros, frente a los **82.6 millones de euros del año pasado**. La industria de la impresión se vio gravemente afectada por la pandemia tanto a nivel nacional y local en 2020.

La publicidad exterior y el cine, que se vieron afectados negativamente durante los tres confinamientos en el país, también experimentarían un auge: se espera que crezca la **publicidad exterior un 18.8%** alcanzando los 67.5 millones de euros, frente a los 56.8 millones de euros del año pasado. Por otro lado, se prevé que la inversión en publicidad en el cine **crezca un 82,5%** este año, llegando a los 3.96 millones de euros, **2.5 millones del año pasado**.

Mientras tanto, la inversión en publicidad digital seguirá creciendo y se prevé un aumento del 15,3% **alcanzando los 695.1 millones de euros este año**, frente a los 409 millones de euros de 2021.

De hecho, a pesar de su crecimiento global, los ingresos publicitarios **combinados de Google y Facebook en la República se contrajeron un 5,5%** a 403,1 millones de euros en 2020 (Irish Times, 2021b). Este año, sin embargo, se espera que [Google](#) y [Facebook](#) crezcan gracias a la inversión continua en vídeo, aunque con un nuevo competidor: [TikTok](#).

El segmento de vídeo del mercado online se expandió en 2002 con **Google y Meta** (Facebook e Instagram) siendo los principales beneficiarios de este crecimiento y ahora representan el **85%** del gasto de la inversión publicitaria en línea, que asciende a 512,9 millones de euros. La industria en línea cosechó los beneficios de un cierre continuo y restricciones en 2021. Core estima que la inversión publicitaria creció un 26,2% hasta los 602,9 millones de euros.

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

4.6.1. Normativa

El proceso de creación de una página irlandesa con dominio .ie está estandarizado y facilita la labor al usuario o a la empresa. Basta con seguir las guías que ofrecen portales como [WeAre.ie](#) (2022). Esta web permite comprobar si el dominio está disponible y elegir el proveedor que el usuario o la empresa estime. En el caso de la creación de dominios para empresas, es necesario aportar **uno de los siguientes documentos**:

- Número de RBN / CRO (número de la [Oficina de Registro de Empresas](#))
- Número de IVA (VAT number registrado en la República de Irlanda / Irlanda del Norte).
- Certificado de **liquidación de impuestos** de la Ireland's Revenue Commissioners (u otra correspondencia de la institución que muestre el número IVA de la empresa).

4.6.2. Gestión de dominios

De cara a llevar a cabo la creación de un negocio en línea en Irlanda, se consideran relevantes los siguientes aspectos:

- Crear y proteger el nombre comercial de la empresa. Todo negocio online en Irlanda debe estar registrado en la [Oficina de Registro de Empresas](#). De igual forma, se deberá crear un dominio, si la tienda online va a estar enfocada principalmente a clientes irlandeses la mejor opción será utilizar un dominio acabado en *.ie*.
- Elegir una plataforma para el desarrollo de la tienda online. Las más populares son [WordPress](#) y [Shopify](#).
- Buscar **proveedores**. Si se quiere que los productos sean de origen irlandés buscar en [WholesaleDirectory.ie](#); por otro lado, si se quiere que sean de origen internacional, buscar en [SaleHoo](#).

- Crear presencia en redes sociales para tu marca. El idioma **inglés** se considera suficiente para la promoción online de los negocios en Irlanda.

Podría ser de interés la guía [Selling Online In 2020. Tips For Traders In Ireland.](#)

4.6.3. Sellos de calidad y certificados

La asociación de compras irlandesa [Retail Excellence](#), junto con [Ecommerce Europe](#), lanzó la primera marca de confianza de comercio electrónico irlandesa en 2016: [Irish eCommerce Trustmark](#). Por otro lado, cabe destacar [Ecommerce Europe Trustmark](#), un sello de ámbito europeo para el comercio transfronterizo que ofrece a los eCommerce un certificado de calidad reconocible en la eurozona.

La existencia de **sellos de confianza** asegura que las plataformas de compras online se ajustan a criterios de calidad exhaustivos, ofrecen a sus clientes protección contra riesgos financieros con garantía de devolución de dinero y gestionan los datos personales según lo establecido en la normativa correspondiente. Un sitio web con la marca de confianza aumentará las tasas de conversión en un 40% y el tamaño de las cestas en un 30% ([Irish Retail Excellence](#), 2022).

4.6.4. Política de privacidad y cookies

La institución encargada de la **Protección de Datos en Irlanda** es la [Comisión de Protección de Datos](#) (del inglés *Data Protection Commission*), autoridad supervisora del [Reglamento General de Protección de Datos](#) (GDPR, del inglés *General Data Protection Regulation*) de la UE, y que también tiene funciones relacionadas con el [Reglamento Irlandés Sobre La Privacidad Electrónica](#) (Irish

Statute Book, 2011). Por otro lado, en Irlanda también están vigentes las [Leyes de Protección de Datos 1988-2018](#).

Los **aspectos clave de la normativa aplicable** en Irlanda en cuanto a política de privacidad y cookies son:

- Cada web debe **explicar con claridad qué datos se recogerán**, por qué desea recogerlos y cómo serán utilizados por su empresa.
- **Ningún sitio web** podrá impedir que los usuarios naveguen por sus páginas si no aceptan su política de cookies. Esto es lo que se conoce como "muros de cookies", y están prohibidos.
- Si una web está recopilando y almacenando datos personales, debe **garantizar su seguridad y cumplir con la normativa vigente** de protección de datos.
- Los usuarios deben **poder elegir las cookies** que permiten recoger.
- Las webs deben dar la opción al usuario de **dar, mantener o retirar** su consentimiento o si cambian de opinión respecto a cada cookie.



- Las webs que vendan online deben presentar un conjunto de términos y condiciones, en un **lenguaje claro, inteligible e inequívoco**, con información clara y completa sobre las mercancías, los precios, la entrega, el método de pago, el 'período de reflexión', el proceso de tramitación de quejas, el servicio posventa, la política de devoluciones y reembolsos, etc.

icex

5. Barreras de entrada

En el mercado irlandés **no se encuentran barreras específicas** en términos generales con las que se vaya a encontrar una empresa que quiera operar en el sector del comercio electrónico nacional. Sin embargo, cabe destacar las potenciales **barreras idiomáticas y geográficas** que pueden surgir.

Por otro lado, la irrupción de la pandemia ha generado una tendencia entre los consumidores irlandeses de **apoyar a las pequeñas/medianas empresas irlandesas frente a los gigantes del comercio electrónico** como Amazon.

Desde el comienzo de la pandemia en 2020, **dos tercios de los consumidores irlandeses** han optado por apoyar y comprar en pequeñas empresas irlandesas durante la crisis de la COVID-19, y por primera vez en la historia, la tendencia se ha invertido y el 53% de las compras online durante este período se han realizado en webs irlandesas en vez de webs internacionales ([WeAre.ie](#), 2020).

Se ha observado que esta tendencia **no ha perdurado en el tiempo** ([Statista](#), 2021b), ya que se espera que el valor de las compras transfronterizas se mantenga en las cifras ya vistas antes de la irrupción de la pandemia (entre el 27 y el 28% del total de las ventas de comercio electrónico).

Respecto a **barreras geográficas**, debemos tener en cuenta que Irlanda es una isla, por lo que esta situación que podrían afectar a la logística de una empresa. Por este motivo, una compañía interesada en vender online en Irlanda debería contar con una **logística de calidad adaptada a las circunstancias y tamaño del país**.

En cuanto a **regulación y divisa**, al ser Irlanda un país miembro de la Unión Europea y la Eurozona, no existen barreras relacionadas con estos aspectos para una empresa que ya operé en el mercado español.

6. Análisis de la demanda

6.1. Cuantificación de la demanda potencial

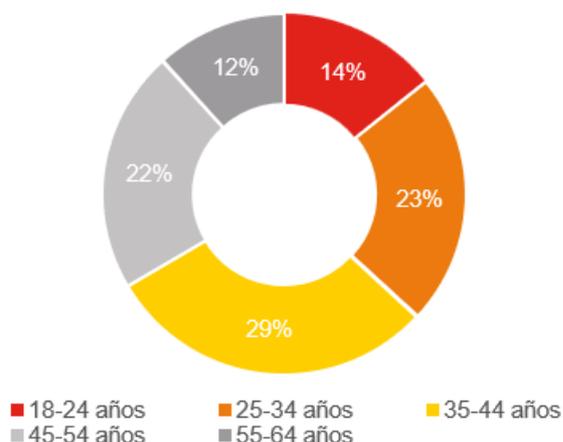
La situación vivida desde la irrupción de la pandemia de la COVID-19 ha generado un impulso del comercio electrónico en Irlanda. El comienzo de 2021 estuvo marcado por la introducción por parte del gobierno del nivel máximo de restricciones (nivel 5) en todo el país, lo que supuso el **cierre de todos los comercios minoristas** no esenciales. Como resultado, la proporción de ventas minoristas realizadas en línea creció del 11% en enero al 13% en febrero de 2021, según la Oficina Central de Estadísticas ([CSO](#), 2021).

En la actualidad, el mercado irlandés de comercio electrónico cuenta con una penetración en 2021 de un **70,7%** (porcentaje de la población que compra online) y un total de **3,5 millones de usuarios** ([Statista](#), 2021b). Irlanda cuenta con 4,51 millones de usuarios en internet, por lo que el **77,61%** de **la población que usa internet en Irlanda compra online** ([Data Reportal](#), 2021). Un porcentaje alto de los usuarios de internet de entre 16 y 64 años, **un 45,9%** realizan compras online desde su smartphone.

Se estima que esta cifra alcance los 4 millones de usuarios para 2025, con una tasa de penetración del 77,5% para ese mismo año. Respecto al gasto medio por consumidor, este fue de unos **1.047,52 euros por usuario en 2021** ([Statista](#), 2021b). En el apartado 8 del informe se pueden consultar las tendencias de los últimos años y pronósticos de estas cifras para los próximos años.

Respecto a los grupos que más transacciones realizan en términos absolutos se encuentra la población entre los **25 y 54 años** ([Statista](#), 2021b). Las mujeres suponen el **52,1%** de los usuarios de comercio electrónico, mientras que los hombres, el **47,9%**. Respecto al nivel adquisitivo de los usuarios, se observa que no influye en las compras en línea, ya que el total de transacciones online se distribuye equitativamente entre los grupos de **bajos ingresos** (33,2%), **ingresos medios** (33,8%) y altos (33%).

ILUSTRACIÓN 13. PORCENTAJE DE USUARIOS POR EDAD DE TRANSACCIONES ONLINE EN IRLANDA (2021)



Elaboración propia. Fuente: [Statista](#) (2021b)

Por otro lado, las categorías de productos que más se compran en Irlanda son **ropa, comida/ bebida, zapatos y libros/películas/música/juegos** ([Statista](#), 2021b). Respecto al género de los compradores, predominan las mujeres en las cuatro categorías (57%, 55%, 59% y 51% respectivamente). Si nos referimos a la franja de edad predominante a la hora de adquirir estos productos, predomina la de los 35 a 44 años, con un 30%, 29%, 31% y 27% respectivamente

6.2. Comportamiento y hábitos de los consumidores

La irrupción de la pandemia en 2020 y el cierre de tiendas físicas en Irlanda supuso un aumento de las ventas online en Irlanda. El mayor aumento del gasto online en un solo día se produjo el **viernes 10 de abril de 2020**, Viernes Santo, cuando los consumidores gastaron un 107% más de lo normal en ropa ([AIB](#), 2020). **Cork** (+139%), **Louth** (+137%) y **Westmeath** (+135%) registraron el mayor aumento del gasto online en ropa ese día. Por otro lado, el gasto en ropa de los habitantes de **Dublín**, la capital, fue **un 92% superior al normal**.

Este aumento del gasto en ropa en este día fue impulsado en gran medida por los menores de 25 años, ya que **gastaron un 249% más de lo habitual**. Por otro lado, los mayores de 65 años gastaron un 37% más de lo habitual en la compra de ropa online ese mismo día.

Respecto a nuevas tendencias, los consumidores irlandeses exigen cada vez más una **experiencia digital fluida** y sin interrupciones. Esta prioridad como **componente esencial del servicio al cliente** ya era la más importante antes de la irrupción de la pandemia ([KPMG](#), 2021a).

Como era de esperar, la COVID-19 ha acelerado el paso a lo digital para los consumidores irlandeses, con un **68% haciendo más compras en línea** ahora que antes de la pandemia. De estos,

un 62% realizan una búsqueda exhaustiva en internet, sirviéndose como herramienta principal de análisis de los productos ([Statista](#), 2021b).

Por otro lado, la nueva situación ha demostrado que las empresas con canales digitales bien establecidos desde el principio contaban con una clara ventaja competitiva, ya que **el 99% de los consumidores irlandeses** afirma que consideran fundamental una buena página web a la hora de realizar compras en línea (Statista, 2021b).

Por otro lado, mientras que los consumidores irlandeses muestran predisposición por el uso independiente de las plataformas, también esperan poder acceder al apoyo humano en caso de necesitarlo; de hecho, **el 95% estima que disponer de un chat web humano** a quien presentar sus cuestiones es fundamental.

Un aspecto que resulta destacable es que los elementos del servicio al cliente más valorados por los consumidores irlandeses se han mantenido **sin cambios desde la llegada de la pandemia**. Un **93% de los consumidores** irlandeses afirman que la capacidad de una empresa para resolver problemas es importante para ellos y el **86% de los consumidores afirma que considera relevante la integridad de una empresa**, lo que confirma la creciente demanda de minoristas que tengan una política de negocio ética, así como marcas que retribuyan positivamente a la sociedad.

A raíz de la pandemia, el **88% de los consumidores** está más preocupado que antes por su **bienestar personal**, que también influye en las expectativas en torno al servicio al cliente; de hecho, el **99% considera** que es importante que las empresas cumplan las normativas de seguridad pertinentes.

Por otro lado, si bien la pandemia ha influido en las prioridades financieras de algunas personas, **la riqueza personal fue una de las preocupaciones más bajas** de los consumidores irlandeses. Las finanzas de cara a futuro tienen prioridad sobre las finanzas actuales para el 49% de los consumidores, en comparación con el 42% antes de la pandemia. Por otro lado, el 51% indicó que han comenzado a ahorrar más desde que se produjo el primer confinamiento.

Respecto a en qué artículos **recortarían el gasto** si sus ingresos disminuyeran, los irlandeses afirmaron que la **ropa (46%) y las actividades de ocio (44%)** serían las más afectadas.

Los consumidores irlandeses también están **preocupados por sus datos personales** y cómo las organizaciones los utilizan. De hecho, un **92% de los consumidores quieren que las empresas protejan sus datos** sin tener que pedirlo, y el **93% nunca querría que sus datos se vendieran** a otros. Si bien los clientes quieren que sus datos se utilicen para reducir la fricción en torno a sus compras y entregas, las organizaciones deben encontrar el equilibrio adecuado. **Al 40% de los consumidores les inquieta** la idea de que una empresa sepa lo que quieren antes de que ellos mismos lo sepan.

Como era de esperar, la COVID-19 ha acelerado el paso a lo digital para los consumidores

Por otro lado, durante el mes de enero de 2021 el **87,9%** de los irlandeses entre 16 y 64 años realizaron alguna búsqueda online de un producto o servicio con intención de compra, el **88,8%** visitó una tienda online (en cualquier dispositivo), el **65,8%** utilizó una aplicación de compra en un teléfono móvil o Tablet. El **78,4%** de esta franja de edad realizó una compra online y el **45,9%** adquirieron un producto online mediante un teléfono móvil, lo que implica el uso creciente de esta plataforma en el comercio electrónico en el país ([Data Reportal](#), 2021).

6.2.1. eCommerce O2O

Los últimos datos de la Oficina de Estadísticas de Irlanda, la CSO, revelan que casi **una de cada cinco empresas** brindó un servicio de *click & collect* durante la pandemia de COVID-19 ([Independent](#), 2021). Las cifras muestran que **una de cada 10 empresas** creó un sitio web para facilitar las ventas en línea ante la situación de confinamiento, mientras que el **18% proporcionó un servicio de click & collect**.

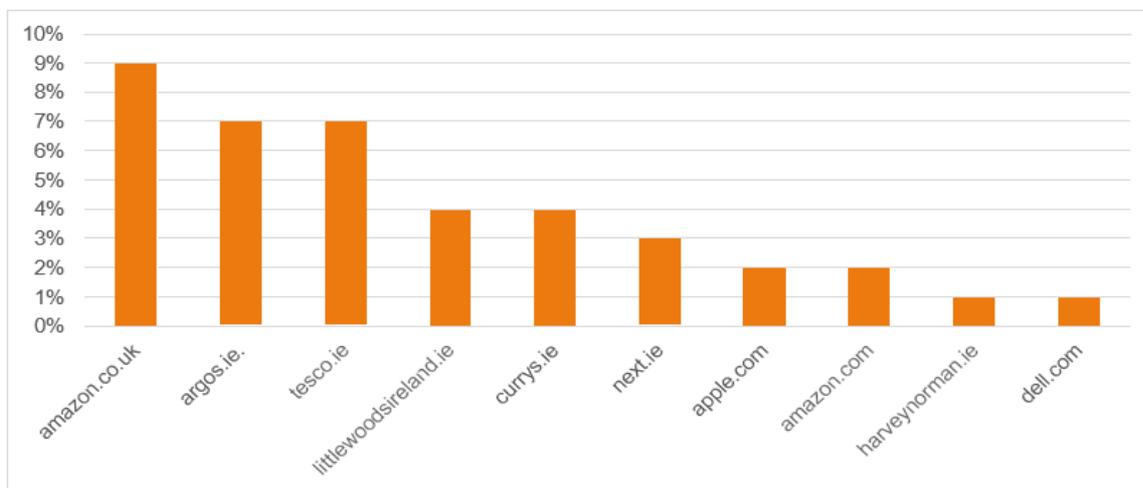
Por otro lado, los datos más recientes informan de que **más de cuatro de cada cinco (82%)** empresas tienen un sitio web, lo que ha supuesto un aumento del 3% si se compara con el **79% de las empresas** en 2020 y 2019. Por otro lado, **cuatro de cada 10 empresas venden en línea**. Las grandes empresas cuentan con un mayor porcentaje a la hora de vender online, un 63% en comparación con el 36% de las pequeñas empresas.

La pandemia ha modificado la política de negocio de las empresas irlandesas. Esto se constata en que **uno de cada doce negocios** ha creado una nueva cuenta en las redes sociales, mientras que el 31% ha aumentado su uso de las redes sociales durante la pandemia.

6.3. Portales de venta donde acuden los consumidores / empresas

El portal [amazon.co.uk](https://www.amazon.co.uk) sigue posicionándose como el que más volumen de ventas acumula, pese a no disponer aún de una web propia en Irlanda, sumando un total de **203,81 millones de euros** anuales, un 9% de cuota de mercado, y cuya principal categoría es la de productos electrónicos. ([Statista](#), 2021b). Le sigue el portal de productos de ocio [argos.ie](https://www.argos.ie) con **160,63 millones de euros**, un 7% de cuota mercado. A continuación, se sitúa [tesco.ie](https://www.tesco.ie) como principal web irlandesa de supermercados, con **152,86 millones de euros** y una cuota de mercado del 7%. En cuarto y quinto lugar destacan [littlewoodsireland.ie](https://www.littlewoodsireland.ie) (ocio) y [currys.ie](https://www.currys.ie) (electrodomésticos), ambas con una cuota de mercado del 4% y un volumen de ventas **de 102,78 y 87,23 millones de euros** respectivamente.

ILUSTRACIÓN 14. TOP 10 WEBS IRLANDESAS CON MAYOR CUOTA DE MERCADO



Elaboración propia. Fuente: [Statista](#) (2021b).

Este **top 10 supone un total del 40% de las ventas en línea en el mercado irlandés**, por lo que ofrece una visión general de las transacciones en línea que se realizan en el país. El top 100 de negocios online que más vende en Irlanda supone **un 76% de la cuota de mercado total**. Dentro de este top 100, se destaca que el 52% de las tiendas online se enmarcan en la categoría de moda, situándose la categoría de ocio en segunda posición con un 50%.

Por último, cabe destacar que [SuperValu](#) y [Tesco](#) son las principales cadenas de supermercados que actualmente venden online en Irlanda, y ambos han visto un gran crecimiento de sus ventas por internet en los últimos años. Por otro lado se ha producido un gran crecimiento de la plataforma [buyme.ie](#), que a través de compradores profesionales realizan compras en [Dunnes Stores](#) y [Lidl](#) y las entregan a domicilio. **En los próximos años se espera que la mayoría de las tiendas de alimentación aumenten su inversión en e-commerce.**

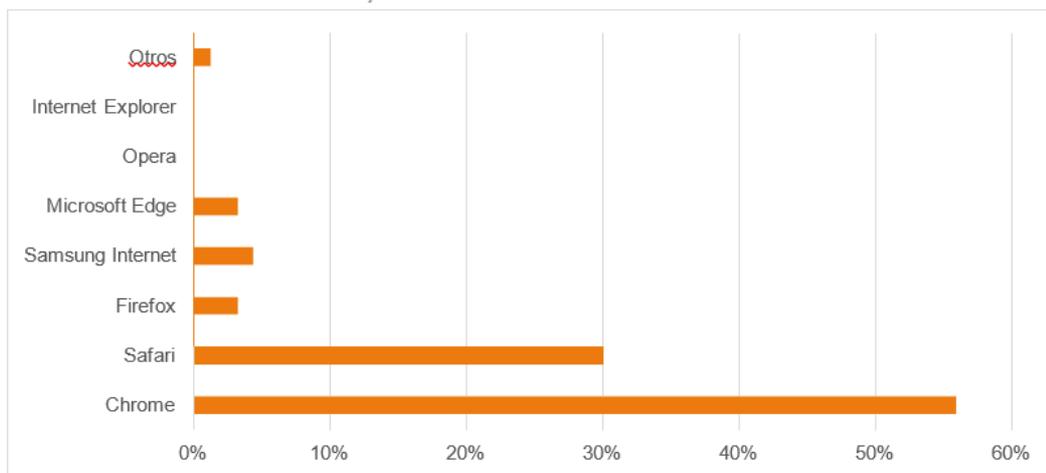
6.4. Medios de acceso al conocimiento del producto

Como ya se ha comentado en el apartado 6.2 del comportamiento del consumidor, se considera la **atención al cliente un factor esencial de cara a la fidelización del consumidor**. Para ello se está realizando una mayor inversión en tecnología; un claro ejemplo es que seis de cada 10 empresas adquirieron servicios en la nube en 2021, con un **incremento de un 51%** respecto a 2020. Este fue seguido de software de oficina, con un aumento del 43%.

De cara al marketing y ventas, el uso de la **Inteligencia Artificial** y el machine *learning* se ha situado como la opción más habitual de la IA con el fin de promocionar los productos: una de cada doce empresas ya la utilizan.

Respecto a los navegadores más utilizados por los irlandeses, destacan [Chrome](#) con un 56% y [Safari](#) con un 30%. Los patrones de búsqueda más representativos son que un 98,8% de los irlandeses de entre 16 y 64 años que utilizan internet realizaron una **búsqueda orgánica** en el último mes, un 28,8% emplearon **comandos de voz** en sus búsquedas, un 33,4% se sirvió de las **redes sociales** para investigar sobre marcas y un 24,8% utilizó herramientas de reconocimiento de imágenes en el último mes en sus dispositivos móviles.

ILUSTRACIÓN 15. NAVEGADORES MÁS EMPLEADOS EN IRLANDA (EN % DE WEBS CARGADAS POR NAVEGADOR)



Elaboración propia. Fuente: [Data Reportal](#), 2022.

El perfil de publicidad principal en las redes sociales en Irlanda es el del hombre o mujer de entre **25 y 34 años** (12,7% y 12,4% del total respectivamente). Las redes sociales que permiten la publicidad digital y que tienen mayor tráfico entre la población son [YouTube](#) (88,5% de la población que usa internet entre 16 y 64 años), [Facebook](#) (77,6%) e [Instagram](#) (62,3%) ([Data Reportal](#), 2021). Por último, destaca [Shopmania.ie](#) como principal plataforma comparadora de precios de productos de electrónica, cosméticos y cuidado personal, moda y artículos para el hogar.

7. Presencia española *online*

Los sectores en los que las empresas españolas tienen mayor presencia en el mercado irlandés son el de **la moda y el calzado**. Destacan [Mango](#), [Camper](#) y las empresas del **Grupo Inditex** ([Massimo Dutti](#), [Zara](#), [Bershka](#), [Stradivarius](#) y [Pull&Bear](#)). Estas compañías mezclan su presencia física con las **tiendas online** para el mercado irlandés, incluidas dentro del dominio “.com” mediante el uso de las extensiones “.ie” del país.

Todas ellas cuentan con una estructura en la página web y un modelo de negocio de venta online optimizados para el país. [Zara](#) es la única empresa española que se posiciona **entre las diez plataformas de comercio electrónico que más venden en Irlanda**, en concreto en octava posición en 2020, con un **1,1% de cuota de mercado online** en el país (+0,1% respecto a 2019) ([Euromonitor](#), 2020). Otras empresas conocidas como [Adolfo Domínguez](#) o las marcas de calzado de [Jaime Mascaró](#), no cuentan con tienda física propia, pero venden a través de su propia web.

La manera más habitual para adquirir productos en línea de empresas españolas en el país es mediante **la web de sus respectivos distribuidores en Irlanda**. Dentro del sector de la cosmética destaca [Natura Bissé](#) como distribuidor, y en el sector del hábitat, [Porcelanosa](#).

Este patrón también se cumple en el caso del **sector de la alimentación y el vino**. No obstante, cabe destacar que en los últimos años se han popularizado las **tiendas online especializadas** exclusivamente en alimentos y vinos españoles. Algunas de estas tiendas venden exclusivamente online, como es el caso de [Your Wine](#), [My Spanish Bridge](#) y [Terra Foods](#); otras tiendas presentan un modelo omnicanal como [Heart Of Spain](#) (con tienda física en Cork y venta online en todo el territorio irlandés) y [Vera Foods](#). Otras tiendas venden únicamente de forma física, como [A Taste Of Spain](#) (con una nueva tienda en el centro de Dublín abierta en marzo de 2021).

Respecto al **sector servicios**, destaca [Iberia](#) como la principal empresa española con presencia online en el país.

Marketplaces

En el mercado irlandés, contrariamente a otros países, **no son habituales** los *marketplaces* sectoriales o especializados que puedan servir de plataformas para impulsar su presencia online a empresas españolas, por lo que se suele acceder al mercado a través de los **líderes generalistas** como [Amazon](#) o [eBay Irlanda](#), o a través de los líderes sectoriales como puede ser el caso de [Zalando](#) o [Asos](#).

Existen algunos *marketplaces* de nichos muy especializados, pero dirigidos exclusivamente a empresas irlandesas con el fin de potenciar la compra de productos locales. Un ejemplo es el de [Market Street](#), especializado en arte y artesanía.

En el sector agroalimentario, las empresas españolas cuentan también con el proyecto de [Foods and Wines From Spain](#) entre Amazon e ICEX. Este portal, [Amazon UK](#), permite a numerosas empresas españolas del sector vender sus productos en el Reino Unido e Irlanda. Esto es aplicable a otras empresas españolas que pueden vender sus productos y exportarlos a Irlanda a través Amazon España o de Amazon UK, ya que **hasta finales de este año 2022 no existirá Amazon Irlanda**.

Desde la entrada en vigor del Brexit en enero de 2021, ha comenzado a ser cada vez más habitual el envío de mercancías desde Amazon Alemania, Francia o España. No obstante, esta nueva situación logística ha propiciado que, **en 2022**, se abra finalmente un **centro de distribución** de Amazon en Dublín, lo que facilitará enormemente el uso de este *Marketplace* en la isla ([Aboutamazon.eu](#), 2022a).

Respecto a la percepción del producto español es buena, sobre todo las categorías de productos **agroalimentarios, moda y calzado**; estas son las mejor valoradas por los irlandeses. No obstante, la percepción de los productos españoles en su conjunto continúa situándose bastante por debajo de otros países de la Unión Europea como Francia, Italia, Suiza y Dinamarca ([Statista](#), 2022).

En la actualidad, no existen prácticamente ejemplos de marcas españolas que hayan abierto un portal web exclusivo para Irlanda. La mejor forma de abordar el mercado online en Irlanda para una empresa española, dado el tamaño del país y los inconvenientes logísticos propios de una isla, es a través de las **tiendas online de los distribuidores e importadores locales**, en primer lugar, y de los **marketplaces generalistas**, en segundo lugar.

Para concluir, y tal y como se ha comentado en el apartado 5 de “Barreras de entrada”, el mercado irlandés se ha visto alterado desde la irrupción de la pandemia, ya que se ha generado una tendencia entre los consumidores irlandeses de **apoyar a las Pymes empresas irlandesas y al producto irlandés**, lo que dificulta la entrada de nuevos productos españoles que intenten entrar en el mercado en la actualidad, aunque se trate de una tendencia a corto plazo que no será significativa a medio ni largo plazo.

7.1. Referentes

Como ya se ha comentado previamente, empresas de calzado y de moda como [Mango](#), [Camper](#) y el **Grupo Inditex** ([Massimo Dutti](#), [Zara](#), [Bershka](#), [Stradivarius](#) y [Pull&Bear](#)) cuentan con una presencia destacable en el país. El caso de [Zara](#) es el más destacable, pues se sitúa en octava posición respecto la cuota de mercado en ventas online en el país. La marca ha optado por utilizar una **extensión “.ie”** dentro del dominio global “.com”, lo que le permite concretar los productos disponibles en su tienda online en el país y a la vez mantener su dominio original, que goza de un excepcional posicionamiento debido al conocimiento de la marca en todo el mundo, lo que le permite colocarse entre los primeros resultados fácilmente mediante búsqueda orgánica con palabras clave como “zara ireland” “zara ireland online” o simplemente “zara”.



De hecho, el **tráfico medio mensual** en Irlanda en búsquedas orgánicas de la empresa (sin tener en cuenta la publicidad pagada) es de **561.386 visitas**, un número muy elevado teniendo en cuenta que la población de Irlanda es de aproximadamente 5 millones de habitantes.

Respecto a la estrategia de marketing digital, esta es comparable a la empleada en España, con **banners publicitarios en webs irlandesas** que redirigen al consumidor a una *landing page* específica de la versión de la empresa del mercado irlandés ([Semrush](#), 2022).

icex

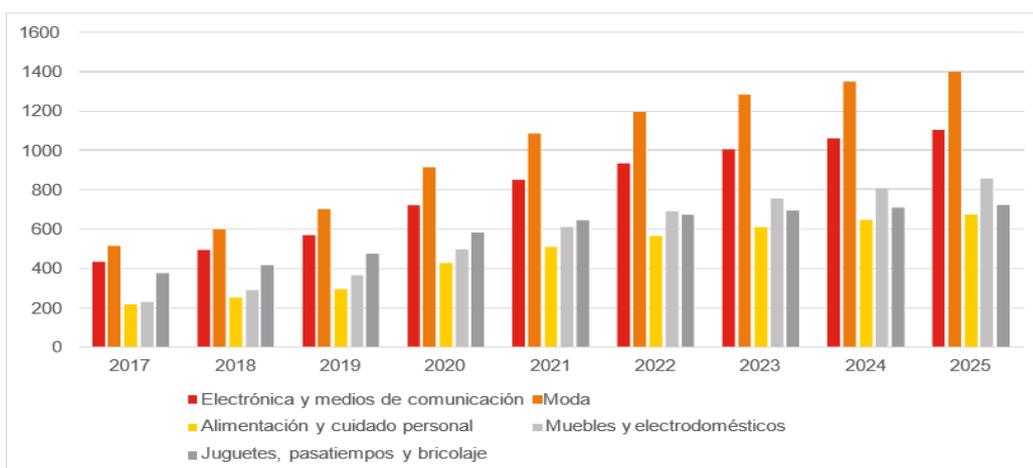
8. Perspectivas y oportunidades del canal online

La irrupción de la pandemia en 2020 provocó un **aumento considerable de las ventas online**: un 37% de los consumidores irlandeses realizaron por primera vez compras online, y se espera que estos nuevos compradores continúen este nuevo hábito. Además, se estima que los consumidores seguirán buscando en las tiendas físicas una experiencia de compra diferente a la que era habitual antes de la pandemia, con ofertas y promociones distintas a las que pueden encontrarse en línea.

De igual forma, la pandemia supuso un **aumento en el uso de nuevas tecnologías por parte de grupos de avanzada edad**. Por ello, este grupo se ha convertido en un potencial cliente comprando en línea. Este auge, unido a los planes del gobierno en cuanto a desarrollo de conexiones de alta velocidad por todo el país y formación en materia de nuevas tecnologías, hace que exista un **gran potencial de consumo electrónico por parte de la población**. Asimismo, desde el 1 de enero de 2021, las compras online en Europa **están sujetas a medidas fuertes de autenticación del cliente** que **reducen los niveles de fraude y aumentan la seguridad** a la hora de comprar online.

Las **ventas totales** esperadas en comercio electrónico en Irlanda son de 7.17 millones de euros para 2022. Se espera que estas ventas muestren una tasa de crecimiento anual del 6,50%, lo que resultará en un volumen de mercado de unos 10.49 millones de euros para 2025 (Statista, 2022b).

ILUSTRACIÓN 16. VENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN MILLONES DE EUROS POR CATEGORÍA Y PRONÓSTICO 2021-2025

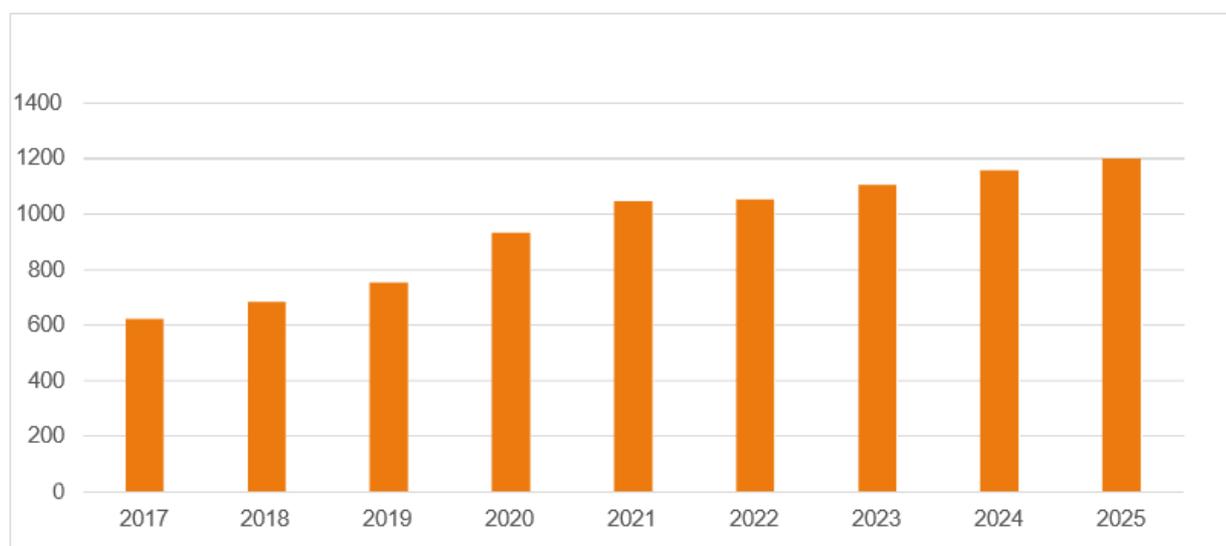


Elaboración propia. Fuente: [Statista](#) (2022b).

El segmento más grande del mercado es el de moda, con un volumen de mercado de **2.10 millones de euros en 2022**.

Respecto al número total de usuarios, se espera que el número de usuarios alcance los 4,0 millones para 2025. El **gasto medio** por usuario en Irlanda, se estima que pasará de unos **1.869 euros por usuario en 2022** hasta los **1.199,14€ en 2025**, con un crecimiento más lento desde 2022 en adelante.

ILUSTRACIÓN 16. VENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN MILLONES DE EUROS POR CATEGORÍA Y PRONÓSTICO 2021-2025



Elaboración propia. Fuente: [Statista](#) (2022b)

El porcentaje de usuarios que se sirvan del comercio electrónico será del **72% en 2022** y se espera que alcance el **77,5% para 2025**. Por último, en 2021, el **72% de las compras totales** de comercio electrónico en el país serán nacionales, manteniendo un crecimiento proporcional hasta 2025 respecto a las compras transfronterizas (**72% y 28% respectivamente**), contrariamente a la tendencia inicial que se había previsto al inicio de la pandemia hacia el producto nacional respecto al extranjero.

En cuanto a los dispositivos, se espera que el comercio electrónico a través de móviles crezca a una **tasa anual media del +12,4%** teniendo en cuenta la franja temporal entre la irrupción de la pandemia en 2019 hasta 2024 ([Euromonitor](#), 2021). Esto estaría justificado por el **aumento en el uso de los móviles** y la cantidad de funciones para las que estos dispositivos son cada vez más útiles, como pagos móviles.

Respecto a perspectivas del sector, cabe destacar que las empresas irlandesas están bien posicionadas respecto a la media de la UE en el uso de las **redes sociales, servicios en la nube** y el **big data**, aunque están por debajo de la media de la UE en cuanto al uso de la inteligencia artificial y las facturas electrónica ([Irish Examiner](#), 2021).



De cara a futuro, se considera la **modalidad omnicanal** como la mejor forma de optimizar la experiencia del usuario. El éxito dentro de este modelo es el resultado de la creación de transacciones basadas en la experiencia en todos los canales de venta.

En Irlanda, para 2025, se considera que **la tecnología cambiará fundamentalmente la relación que mantiene con los consumidores** dentro de este modalidad omnicanal, lo que ya es evidente en algunos supermercados con el uso de un scanner que se acopla al smartphone para agilizar el proceso de compra, así como con recompensas por el uso de estas nuevas tecnologías para incentivar su uso ([The Irish Times](#), 2021c). También destaca la modalidad de “**compra en directo**”, que permite al consumidor iniciar una videollamada con expertos mientras realiza una compra online. El objetivo es **optimizar la experiencia del cliente y que no abandone la compra**.

Como conclusión, cabe destacar que el sector del comercio electrónico en Irlanda no está tan desarrollado como en otros países del mundo respecto al volumen de actividad total del sector *retail*, lo que implica que, tal y como muestran las estadísticas, **aún existe un gran potencial de crecimiento en el país y de implementación de nuevas tecnologías que mejoren la experiencia del cliente**.

icex

9. Otra información de interés

9.1. Puntos de encuentro profesionales

- [eComm Live Conference 2022](#): conferencia y evento de formación líder en Irlanda dedicado al comercio electrónico destinado a profesionales. La edición se llevó a cabo los días 27 y 28 de abril de 2022 en Irlanda del Norte (Belfast).
- [E-commerce Expo Ireland](#): feria internacional a la que asisten empresas de todos los tamaños, que operan solo en Irlanda o de manera internacional.
- [GrowSME](#): la mayor conferencia y exposición de Irlanda dedicada a las PYMES y que ofrece la posibilidad de conocer a más de 80 expositores y asistir a más de 100 seminarios, entre ellos algunos de comercio electrónico y negocios digitales.
- [Ecommerce Entrepreneurs helping Ecommerce Entrepreneurs Meetaway](#): evento online destinado a profesionales del comercio electrónico para compartir conocimientos, contactos y tendencias de la industria.
- [Ecommerce Open Mic: The Ecommerce LIVE Q&A Hour](#): sesión de preguntas y respuestas en tiempo real para empresas del sector del comercio electrónico.
- [eCommerce Workshop](#): taller online para profesionales del comercio electrónico.

9.2. Organizaciones relacionadas

- [Enterprise Ireland](#): organización gubernamental que tiene como misión el desarrollo y crecimiento de las empresas irlandesas en los mercados internacionales.
- [E-Commerce Association of Ireland](#): asociación de empresas, servicios, grupos empresariales e individuos interesados en desarrollar la industria del comercio electrónico en Irlanda al más alto nivel en todo el mundo.
- [E-Commerce Europe](#): asociación que representa a más de 100.000 empresas que venden bienes y/o servicios online a los consumidores de Europa. Representa una única voz del sector del comercio digital europeo.
- [Retail Excellence Ireland](#): organización sin ánimo de lucro que apoya a más de 2.000 empresas minoristas líderes que operan en el mercado irlandés. Es el mayor organismo del sector minorista en Irlanda.



- [Ministerio de Comunicación, Energía y Recursos Naturales de Irlanda](#): departamento gubernamental que se encarga del comercio electrónico.
- [Registro de Dominios de Irlanda](#): registro nacional de nombres de dominio .ie

9.3. Otra información de interés

Webs de interés

- [Retail Excellence Ireland](https://www.retailexcellence.ie/): <https://www.retailexcellence.ie/>
- [E-commerce News Europe](https://ecommercenews.eu/): <https://ecommercenews.eu/>
- [Irish Tech News](https://irishtechnews.ie/): <https://irishtechnews.ie/>
- [Enterprise Ireland](https://www.enterprise-ireland.com/en/): <https://www.enterprise-ireland.com/en/>
- [eMarketservices](https://www.emarketservices.es/emarketservices/es/index.html): <https://www.emarketservices.es/emarketservices/es/index.html>

Datos estadísticos sobre el sector

- [Data Reportal](https://datareportal.com/digital-in-ireland): <https://datareportal.com/digital-in-ireland>
- [Statista eCommerce Ireland](https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/ireland): <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/ireland>
- [Euromonitor eCommerce Ireland](https://www.euromonitor.com/e-commerce-in-ireland/report): <https://www.euromonitor.com/e-commerce-in-ireland/report>
- [CSO \(Central Statistics Office of Ireland\)](https://www.cso.ie/en/index.html): <https://www.cso.ie/en/index.html>





10. Índice de ilustraciones y tablas

Índice de ilustraciones

No table of contents entries found.

Índice de tablas

No table of contents entries found.

ICEX

11. Bibliografía

Adworld.ie (2021). *Irish Ad Spend to Grow by 13.3% in 2021 According to Dentsu*. Recuperado de <https://www.adworld.ie/2021/02/12/irish-ad-spend-to-grow-by-13-3-in-2021-according-to-dentsu/>

Citizens Information (2022). *Shopping online*. Recuperado de https://www.citizensinformation.ie/en/consumer/shopping/shopping_online.html#l39f97

Comisión Europea (2021). *Digital Economy and Society Index (DESI) 2021*. Recuperado de <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2022>

Central Statistics Office (2020a). *Impact of COVID-19 on ICT Usage by Households*. Recuperado de <https://www.cso.ie/en/releasesandpublications/ep/p-ictc19/impactofcovid-19onictusagebyhouseholds/typeofinternetactivities/>

Central Statistics Office (2020b). *Information Society Statistics - Households 2020*. Recuperado de <https://www.cso.ie/en/releasesandpublications/ep/p-isshh/informationssocietystatistics-households2020/internetpurchases/>

Central Statistics Office (2021). *Information Society Statistics Enterprises 2021*. Recuperado de <https://www.cso.ie/en/releasesandpublications/ep/p-isse/informationssocietystatisticsenterprises2021/>

Data Reportal (2022). *Digital 2021: Ireland*. Recuperado de <https://datareportal.com/reports/digital-2022-ireland>

Enterprise Ireland (2022). *COVID-19 Online Retail Scheme*. Recuperado de <https://www.enterpriseireland.com/en/funding-supports/Online-Retail/Online-Retail-Scheme/>

Euromonitor (2021). *E-commerce in Ireland*. Recuperado de <https://www.euromonitor.com/pest-analysis-ireland/report?recid=2118280729765&id=730318>

Euromonitor (2021). *Cross-border E-commerce in Ireland – Datagraphics*. Recuperado de <https://www.euromonitor.com/ireland>

Finder (2022). *Digital Only Banking Adoption 2022*. Recuperado de <https://www.finder.com/ie/digital-banking-statistics>

- Citizens Information (2022). Shopping online. Recuperado de https://www.citizensinformation.ie/en/consumer/shopping/shopping_online.html#l39f97
- Fondo Monetario Internacional (2022). *Ireland: 2022 Article IV Consultation-Press Release; and Staff Report*. Recuperado de <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2022/07/07/Ireland-2022-Article-IV-Consultation-Press-Release-Staff-Report-and-Informational-Annex-520463>
- Government of Ireland (2022). *Digital Inclusion*. Recuperado de <https://www.gov.ie/en/policy-information/cecd1c-digital-engagement/#digital-businesses>
- Government of Ireland(2021a). *Economic Recovery Plan 2021*. Recuperado de <https://assets.gov.ie/136523/03f31f12-10eb-4912-86b2-5b9af6aed667.pdf>
- Government of Ireland (2021b). *National Recovery and Resilience Plan*. Recuperado de <https://assets.gov.ie/162639/e5f1a2bf-35aa-4e25-9a8a-9b49c8b0b50f.pdf>
- Honey+Buzz (2021). Irish podcast advertising in 2021 – Stats and approaches. Recuperado de <https://www.honeyandbuzz.com/blog/understanding-podcasts-an-advertisers-perspective>
- Independent (2021). *Impact of streaming services revealed as 40pc now watch less traditional televisión*. Recuperado de <https://www.independent.ie/business/technology/news/impact-of-streaming-services-revealed-as-40pc-now-watch-less-traditional-television-40259591.html>
- Irish Retail Excellence (2022). Irish Ecommerce Trustmark. Recuperado de <https://www.retailexcellence.ie/irish-ecommerce-trustmark/>
- Independent (2021). *Rise in businesses providing click and collect service*. Recuperado de <https://www.independent.ie/breaking-news/irish-news/rise-in-businesses-providing-click-and-collect-service-40959279.html>
- Irish Examiner (2021). *Ireland SME's online sales revenues double the EU average*. Recuperado de <https://www.irishexaminer.com/business/economy/arid-40744065.html>
- Irish Statute Book (2011). *S.I. No. 336/2011 - European Communities (Electronic Communications Networks and Services) (Privacy and Electronic Communications) Regulations 2011*. Recuperado de <https://www.irishstatutebook.ie/eli/2011/si/336/>
- JP Morgan. *E-Commerce Payments Trends 2020*. Recuperado de <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/ireland-2020>
- KPMG (2021a). *Irish consumer trends post-COVID*. Recuperado de <https://home.kpmg/ie/en/home/media/press-releases/2021/03/retail-consumer-trends-covid.html>

KPMG (2021b). *New EU VAT e-commerce rules*. Recuperado de <https://home.kpmg/ie/en/home/insights/2021/09/new-eu-vat-ecommerce-rules.html>

Local EnterpriseOffice (2021). *Trading Online Voucher Scheme*. Recuperado de <https://www.localenterprise.ie/Discover-Business-Supports/Trading-Online-Voucher-Scheme/>

National Economic & Social Council (2021). *Digital Inclusion in Ireland: Connectivity, Devices & Skills*. Recuperado de http://files.nesc.ie/nesc_reports/en/154_Digital.pdf

Retailx(2021). *Ecommerce Region Report*. Recuperado de <https://www.asendia.com/resource/europe-2021-e-commerce-region-report>

Reuters Institute (2022). *Digital news report Ireland 2022*. Recuperado de <https://www.medialiteracyireland.ie/news/the-digital-news-report-ireland-2022-published>

Semrush (2021). *Visión general de dominio: zara.com*. Recuperado de <https://es.semrush.com/analytics/overview/?q=zara.com%2Fie&searchType=domain&db=ie>

Statista (2020). *Percepción de los productos fabricados en otros países por parte de los consumidores en Irlanda*. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/679979/percepcion-de-los-productos-fabricados-en-otros-paises-por-los-consumidores-irlandeses/>

Statista (2022a). *eBooks Ireland*. Recuperado de <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/epublishing/ebooks/ireland?currency=EUR>

Statista (2022b). *eCommerce Ireland*. Recuperado de <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/ireland?currency=EUR>

Statista (2022c). *B2B e-commerce in Europe - statistics & facts*. Recuperado de <https://www.statista.com/topics/8059/b2b-e-commerce-in-europe/>

The Irish Times (2021a). *Amazon to create 500 jobs in State with new distribution centre*. Recuperado de <https://www.irishtimes.com/business/technology/amazon-to-create-500-jobs-in-state-with-new-distribution-centre-1.4669297> The Irish Times (2021b). *Irish advertising market to grow 8.9% this year but media prognosis 'concerning'* Recuperado de <https://www.irishtimes.com/business/media-and-marketing/irish-advertising-market-to-grow-8-9-this-year-but-media-prognosis-concerning-1.4506339>

The Irish Times (2021c). *Big shift in retail and customer experience* Recuperado de <https://www.irishtimes.com/advertising-feature/inside-marketing/big-shift-in-retail-and-customer-experience-1.4537196>



WeAre.ie (2020). *IE Tipping Point 2022*. Recuperado de <https://www.weare.ie/tipping-point/>

WeAre.ie (2022). How to register a domain. Recuperado de https://www.weare.ie/how-to-register-a-domain/#supporting_documentation

icex

CONTACTO

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

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