



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

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.

CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en Dubín](#) 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 e-commerce, 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