

GUÍA DE COMERCIO DIGITAL EN EL REINO UNIDO

2026



Contexto digital

Penetración Internet y Telefonía móvil

El 95% de los adultos en el Reino Unido tiene acceso a internet.
Smartphone: concentra el 77% del tiempo *online*.

Uso de Redes Sociales

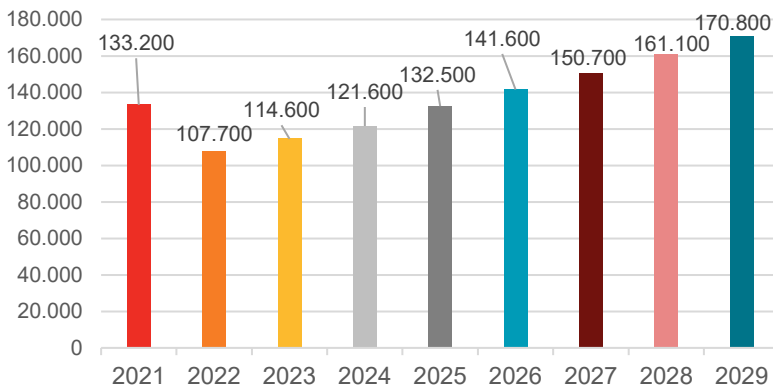
El 85% de los adultos usa redes sociales mensualmente.
YouTube, Facebook e Instagram fueron las plataformas con mayor alcance.



Tamaño y evolución del comercio digital B2C

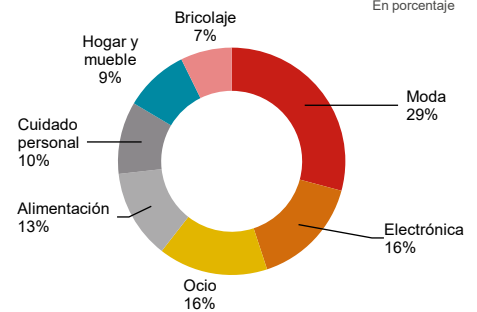
Volumen ventas B2C (2021 - 2029)

Datos en millones de libras



Distribución ventas B2C por sector

En porcentaje



Fuente: [ECBD](#), 2026

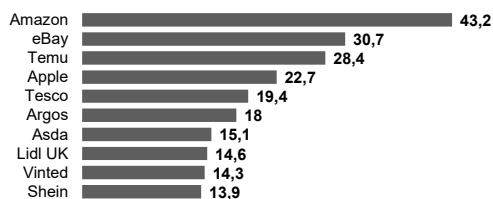
El Reino Unido se mantiene como el **tercer mayor mercado de comercio electrónico del mundo en 2026**. El comercio electrónico B2C británico mantiene una **tendencia de crecimiento** y alcanzará 141.600 millones de libras en 2026, con una previsión de 170.800 millones en 2029 y un **crecimiento medio anual del 6,4 % entre 2026 y 2029**. Por sectores, moda concentra el 29,2% de las ventas, casi el doble que electrónica (15,8%) y ocio (15,6%), mientras alimentación llega al 12,7% y gana peso respecto a 2022.



Principales marketplaces y retailers B2C por alcance

Servicios de *retail online* B2C por alcance

Datos en millones de usuarios



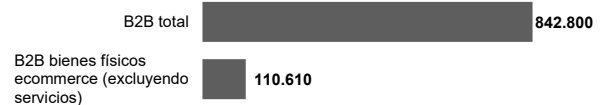
[Amazon](#) lidera el B2C por alcance, seguida de [eBay](#) y [Temu](#). El top 10 incluye también plataformas C2C como [Vinted](#), reflejo también del peso creciente de la segunda mano.



Volumen total de ventas B2B y principales marketplaces B2B

Volumen de ventas B2B (2026)

Datos en millones de libras



Entre las principales plataformas B2B destacan [Amazon Business](#), [Alibaba](#) y [eSources](#), junto con directorios y plataformas especializadas. Dentro de este canal también se incluyen las subastas online B2B, con plataformas como [Auction News](#).



Demanda, datos del comprador online

Perfil sociodemográfico comprador online:

25-54 años: >60% de los compradores.

Dispositivos más usados en la compra online:

Móvil: 70% de las ventas online

Penetración compra online:

>90 % de los internautas; unos 59 millones de compradores

Principales categorías de compra:

Moda (29,2%), electrónica (15,8%); ocio (15,6%) en B2C

Gasto medio comprador online:

£2.600 al año, unos £50 semanales.

Factores de decisión en las compras:

Comodidad, precio y confianza; el 63% compara precios antes de comprar.



Volumen de ventas cross-border y comparativa con presencia local

Evolución del volumen de ventas cross-border

En porcentaje



La **venta cross-border** permite acceder al mercado con **menor inversión inicial**, manteniendo buena parte de la operativa en España, mientras que la **presencia local** facilita **entregas y devoluciones más rápidas**, aunque implica mayores costes operativos..

GUÍA DE COMERCIO DIGITAL EN EL REINO UNIDO

2026

Estrategias para la venta online

- En el Reino Unido, la venta *online* se articula principalmente a través de tienda propia, *marketplaces*, tiendas *online* de terceros, redes sociales y distribuidores. En el **inicio del proceso de compra**, **Google** concentra el 38% de las búsquedas, seguido de los **marketplaces** (33,5%) y las **webs de retailers** (18%). La elección del canal depende del grado de control comercial, la inversión necesaria y la capacidad logística de la empresa.

Diferentes estrategias para la venta online

Tienda <i>online</i> propia	Venta desde España sin constituir entidad legal británica. El .co.uk es el dominio local y se recomienda una web en inglés . Requisitos en Online and distance selling .
Principales redes sociales	TikTok Shop e Instagram Shopping lideran el <i>social commerce</i> . El 63% de los compradores británicos ya ha comprado a través de redes sociales; también crecen el <i>live shopping</i> .
Marketplaces	Visibilidad y acceso a compradores, a cambio de comisiones, competencia y menor control. Destacan Amazon , eBay y OnBuy .
Distribuidores	Tienen especial peso en B2B y alimentación y bebidas , aunque reducen márgenes y control comercial.



Acceso al mercado: Operativa

Normativa	UK GDPR , Online and distance selling y requisitos específicos según producto y sector.
Logística y última milla	Entrega media de 3 días y devoluciones gratuitas en el 72% de los principales <i>retailers</i> . <i>Lockers</i> y puntos de recogida agilizan entregas.
Medios de pago	Visa y Mastercard: 91,8% de las tiendas; PayPal: 78,7%. Además de <i>e-wallets</i> y BNPL.
Fiscalidad y aduanas	IVA general 20%. Envíos ≤135: IVA en la venta. Envíos >£135: IVA de importación según Incoterm. <i>Marketplaces</i> : gestionan IVA. Arancel cero si cumple reglas de origen (UE) y en todos los envíos <135 libras.
Marketing	£40.500 M de inversión en 2025. Buscadores concentraron el 44% y las RR.SS. el 28%.

Perspectivas y oportunidades del sector

- Perspectivas:** Crecimiento previsto del **+6,4% anual entre 2026 y 2029**, impulsado por el comercio móvil, las RR.SS., los formatos audiovisuales, la inteligencia artificial y la omnicanalidad.
- Oportunidades:** el *social commerce* y las **herramientas de IA** abren nuevas vías de descubrimiento y conversión, especialmente en categorías visuales. En 2026, ASOS incorporó la [prueba virtual](#) y un [asistente de compra en ChatGPT](#).
- Omnicanalidad:** avanza la **integración de los canales** físico y digital con *click & collect*, puntos de recogida y devoluciones en tienda.
- Retos:** elevada **competencia** y **presión sobre precios**, costes de marketing y **logística**, gestión del IVA, aduanas y devoluciones.



Presencia española en el comercio electrónico local

- Imagen positiva de España**, asociada especialmente a alimentación y bebidas y moda y textil.
- Moda:** elevada visibilidad ante el consumidor: [Inditex](#), [Mango](#) o [Camper](#).
- Alimentación y bebidas:** vinculada a gastronomía y relación calidad-precio; el **Reino Unido fue el 5.º mercado agroalimentario** español en 2025.
- Hábitat:** Buena imagen de calidad y diseño de la oferta española con Mayor reconocimiento entre el público profesional y escaso entre consumidores. Presencia de [RS Barcelona](#), [Zara Home](#), [Andreu World](#).
- Servicios:** presencia digital de empresas españolas, especialmente en servicios financieros como [Santander](#) y [BBVA](#), y también [Telefónica/Q2](#).

Información práctica

Ferias	Publicaciones	Asociaciones
E-Commerce Expo https://www.ecommerceexpo.co.uk/	London Tech Week https://londontechweek.com/	Internet Retailing https://internetretailing.net/
IRX / Internet Retailing events https://www.internetretailingexpo.co.uk/	London E-commerce Summit https://retailsummits.com/events/london-ecommerce-summit/	IMRG https://www.imrg.org/
		IAB https://www.iabuk.com/
		Tech UK https://www.techuk.org/
		ERA https://eraltd.org/
		TLA https://www.techlondonadvocates.org.uk/

Más info [Accede aquí](#) a la Guía digital completa**Realización**
María Dolores Arráez Vera
Eva Moreta Martín27 de agosto de 2026
Londres**Supervisión**
Oficina Económica y Comercial de la
Embajada de España en Londres<https://www.icex.es/es/explora-por-pais/reino-unido>**Editado**
ICEX España Exportación
e Inversiones, E.P.E.

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.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Información y atención al cliente
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
www.icex.es/es/contacto
www.icex.es

AGOSTO, 2026 · NIPO 224260215