



Informe sobre el comercio electrónico en el Reino Unido

Abril 2023



Índice

1.	Introducción.....	2
2.	Visión general del mercado	4
2.1	Agentes clave.....	6
2.2.	Desafíos del mercado.....	9
3.	¿Cómo vender en línea en el Reino Unido?	12
3.1	Canales en línea e ingreso al mercado.....	12
3.2	Preparar su negocio para el mercado en línea del Reino Unido	13
4.	Condiciones de funcionamiento en el Reino Unido	15
4.1	Normas, reglamentos y políticas locales.....	15
4.2	Protección de datos.....	16
5.	Requisitos legales al vender en el Reino Unido desde Euskadi.....	18
5.1	Comercio electrónico: Euskadi – Reino Unido.....	18
5.2	GDPR.....	20
5.3	EORI	21
5.4	IVA.....	22
5.5	INCOTERMS – Términos de comercio internacional.....	24
5.6	La Directiva europea sobre comercio	25
6.	El impacto de Brexit en el comercio electrónico en el Reino Unido	26
6.1	Condiciones de demanda	26
6.2	El mercado del comercio electrónico y el Brexit	26
7.	Impacto de la COVID-19 en el comercio electrónico en el Reino Unido	28
7.1	Áreas clave de la industria afectadas	29
7.2	Impacto de la COVID-19 en las empresas de comercio en línea.....	30
8.	Conclusiones	32
9.	Anexos.....	33
	Entrevista 1	33



1. Introducción

El sector minorista global, como otros muchos sectores, ha cambiado drásticamente desde el inicio de internet y el auge del comercio electrónico. Actualmente, los consumidores de todos los países del mundo compran en línea. El número de compradores digitales crece cada año a medida que el acceso a Internet y su integración en todos los ámbitos de nuestra vida aumenta a un ritmo acelerado. Consecuentemente, las ventas a través de los canales tradicionales no han crecido tanto en comparación con los canales en línea, cuyos ingresos globales han aumentado exponencialmente en los últimos años.

El Reino Unido es el mercado de comercio electrónico más avanzado de Europa y se caracteriza por un entorno muy diverso, en el que se ponen en marcha con rapidez nuevos negocios de comercio minorista por internet. Datos recientes de Statista muestran que las ventas de comercio electrónico en 2021 en el Reino Unido representaron el 28,9 % del total de las ventas minoristas en toda Europa. En los Países Bajos, las ventas en línea representaron el 23,9 %, siguiéndoles Alemania y Francia con el 21,9 % y el 14,6 %, respectivamente.¹

Según la Oficina Nacional de Estadística del Reino Unido, los ingresos del comercio electrónico en 2021 fueron de 129.000 millones de libras, lo que supone un ligero descenso con respecto al año anterior (si bien 2020 fue un año atípico en relación al comercio físico y online, por el impacto de la pandemia).^{2 3} En el país, las ventas online representaron el 47 % de todas las ventas minoristas en 2020. El 47 % de las ventas minoristas por Internet en 2020 fue la tasa más alta de la última década.^{4 5}

Actualmente, la forma más fácil de iniciar un negocio en el Reino Unido es a través del comercio electrónico, dado que la infraestructura está muy desarrollada. Según la Oficina Nacional de Estadísticas, los ingresos del comercio electrónico del país en 2022 fueron de un total de 161.233 millones de libras⁶, un aumento significativo con respecto al año anterior. Se prevé que los ingresos sigan creciendo en torno al 42,88 % durante los próximos años.⁷

Los compradores en línea en el Reino Unido han adoptado rápidamente la práctica de compra online, principalmente a través del acceso por móvil, estimulados por los incentivos de ahorro que se obtienen al comprar productos de otros mercados. Las empresas que se inicien en el mercado del comercio electrónico del Reino Unido pueden experimentar un crecimiento continuo y una previsión de ventas alrededor del 45 % en los siguientes cinco años.

Este informe ofrece una visión general del mercado del comercio electrónico en el Reino Unido, incluyendo el impacto al que se enfrenta debido al Brexit y la COVID-19, así como recomendaciones que las empresas vascas deben tener en cuenta a la hora de vender en el mercado británico, tanto desde una perspectiva comercial como desde una perspectiva legal.

¹ Statista. E-commerce in the European Union – statistics and facts. 06/10/2021 - [enlace](#)

² Office for National Statistics. Internet retail sales, £ millions. All retailing. 19/08/2022 - [enlace](#)

³ Statista. E-commerce revenue in the United Kingdom from 2015 – 2021. 04/08/2022 - [enlace](#)

⁴ Statista. E-Commerce in the United Kingdom – statistics and facts 08/08/2022 - [enlace](#)

⁵ High Commission of Canada in the UK. Selling via e-commerce in the UK. 03/2019 – [enlace](#)

⁶ 199.87 mil millones de dólares (\$) con la tasa de conversión el 03/04/2023.

⁷ Statista. Total retail e-commerce revenue in the United Kingdom 2017-2025. 17/08/2022 - [enlace](#)



Scornik Gerstein LLP

Scornik Gerstein LLP es una firma de abogados multidisciplinar, con más de cuatro décadas liderando la asesoría jurídica transfronteriza entre Reino Unido y España, experta en el asesoramiento legal a empresas españolas que desean acceder al mercado británico.

Basque Trade and Investment

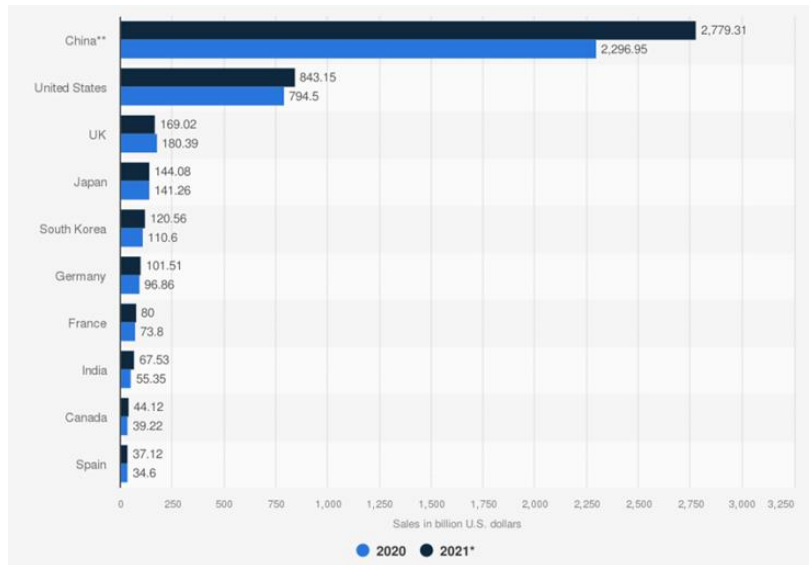
Basque Trade and Investment es la Agencia de Internacionalización del Gobierno Vasco, que apoya a las empresas vascas en sus procesos de internacionalización, y, entre otros, a invertir y ampliar mercado en el Reino Unido y la República de Irlanda.



2. Visión general del mercado

Reino Unido es la quinta economía más grande del mundo por PIB, tiene el mercado de comercio electrónico más avanzado de Europa y ha superado los 171.202 millones de libras en ventas minoristas de comercio electrónico en 2020.⁸ Estos datos, entre otros, colocan al Reino Unido como el tercer mercado de comercio electrónico más grande del mundo, solo superado por China y Estados Unidos, lo que lo convierte en un mercado de interés para empresas que utilizan este canal para la comercialización de sus productos., tal y como se puede ver en el siguiente gráfico.

Países líderes clasificados por ventas minoristas de comercio electrónico en 2020 y 2021



(Fuente: Statista y eMarketer, 2020)⁹

La economía británica está altamente desarrollada y diversificada. Las empresas y los inversores internacionales se sienten atraídos por los altos niveles de transparencia del Reino Unido a la hora de hacer negocios, su sólido sistema legal y el régimen fiscal competitivo.¹⁰

La digitalización del Reino Unido, como elemento habilitador de los altos índices de venta en línea, es alta, como muestran las siguientes cifras de 2021:

- Líneas de telefonía móvil: 67,61M
- Usuarios de Internet: 65,32M
- Usuarios activos de redes sociales: 53M¹¹

El siguiente gráfico muestra el número de usuarios y no usuarios de internet en Reino Unido desde 2006 hasta 2020 según frecuencia del uso.

⁸ E-Commerce News. Ecommerce in the UK to reach €222 billion in 2020. 10/04/2020 - [enlace](#)

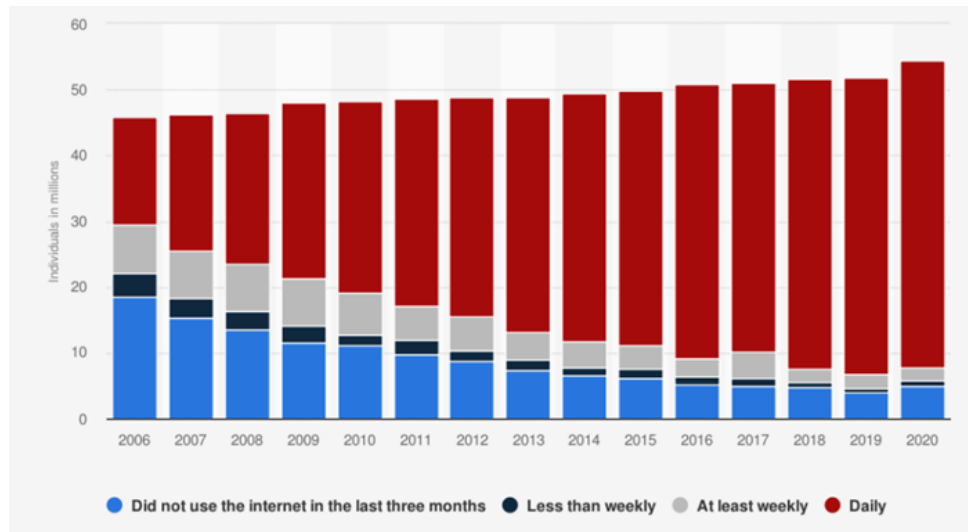
⁹ Statista. Leading countries ranked by retail e-commerce sales in 2020 and forecast for 2021. 12/2020 - [enlace](#)

¹⁰ High Commission of Canada in the UK. Selling via e-commerce in the UK. 03/2019 - [enlace](#)

¹¹ International Trade Administration. United Kingdom – Country Commercial Guide – e-commerce. 22/09/2021 - [enlace](#)



Tasa de usuarios y no-usuarios del internet en Gran Bretaña desde 2006 hasta 2020, según frecuencia del uso

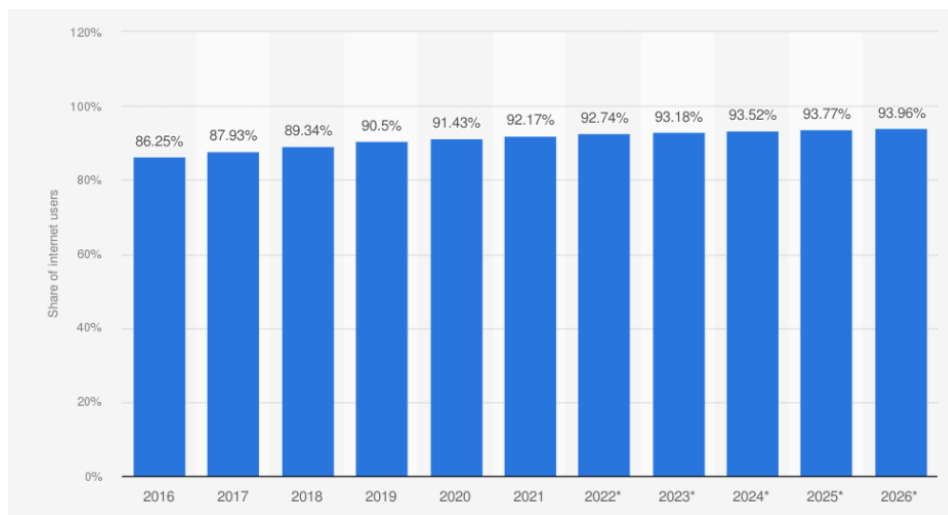


(Fuente: Statista y ONS, 2020) ¹²

En enero de 2020, el 96% de los hogares en Gran Bretaña tenían acceso a Internet, frente al 93% en 2019 y el 57% en 2006, según datos de la Oficina Nacional de Estadísticas del Reino Unido (ONS en sus siglas en inglés). Además, el 87% del total de adultos, compraron en línea en el período de enero de 2020 a enero de 2021, frente al 53% en el mismo periodo de 2008 a 2009, mientras que las personas de 65 años o mayores fueron el segmento de mayor crecimiento, pasando del 16% al 65% durante el mismo período. La compra online más habitual del 55% de los adultos fue la de ropa, calzado y complementos, seguida por la de comida para llevar de restaurantes, cadenas de comida rápida o servicios de catering, realizadas por el 32% de los adultos. ¹³

Respecto a la tasa de usuarios y el pronóstico de usuarios de internet en el RU, se prevé un incremento gradual de 1,22 puntos porcentuales de 2022 a 2026, como se puede observar en el siguiente gráfico.

Pronóstico de la tasa de usuarios de Internet en el Reino Unido de 2016 a 2026

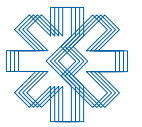


(Fuente: ONS y Statista, 2022) ¹⁴

¹² Statista. Number of Internet Users and Non-Users in Great Britain from 2006 to 2020, by frequency of use. 08/2020 - [enlace](#)

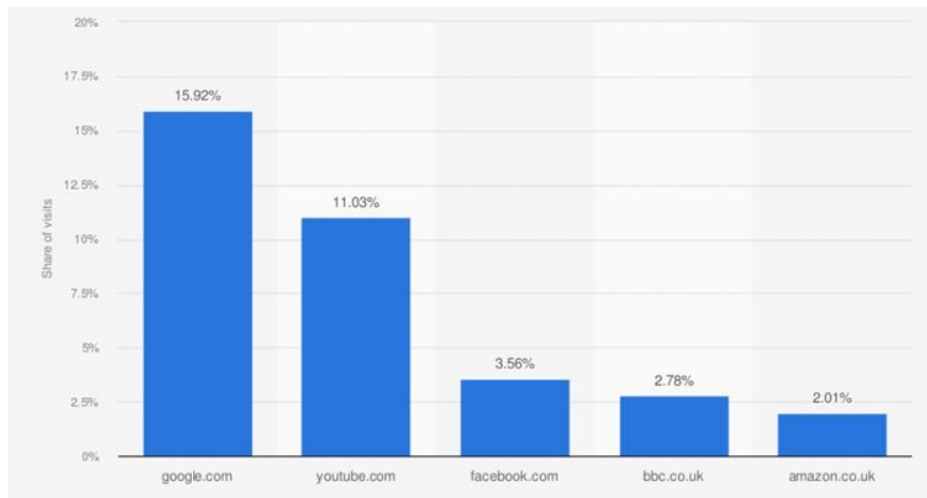
¹³ Office for National Statistics. Internet Access – Households and Individuals, Great Britain: 2020. 07/08/2020 - [enlace](#)

¹⁴ Statista. Forecast of the Internet User Penetration in the United Kingdom from 2016 to 2026. 07/2021 - [enlace](#)



En el Reino Unido, los sitios web más populares para los usuarios del internet en febrero de 2022 eran Google.com con 15,92% de las visitas, seguido por youtube.com con 11,03% y Facebook.com con 3,56%. Amazon tuvo un 2,01% de visitas en dicho periodo.

Sitios web más populares en el RU en febrero de 2022, basado en porcentaje de visitas

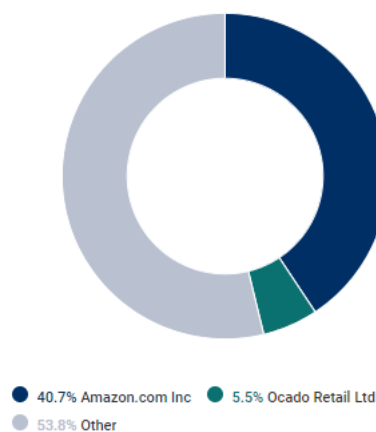


(Fuente: Statista) ¹⁵

2.1 Agentes clave

El sector del comercio electrónico en el Reino Unido está compuesto por 64.204 empresas y se espera que crezca a una tasa anual del 7,7% entre los años 2023 y 2028. El sector emplea aproximadamente a 163.000 personas en todo el Reino Unido, una tasa que también se espera que aumente en 7,3% entre los mismos años de 2023 y 2028. En el Reino Unido, la segmentación de los agentes clave del mercado de comercio electrónico se muestra en el siguiente gráfico. ¹⁶

Cuota de mercado de los principales players de comercio electrónico en Reino Unido (2022)



(Fuente: IBISWorld)

Claramente se muestra que hay un líder de mercado que es **Amazon** y que representa el 40,7% de la cuota de mercado digital total en 2022. Con respecto al resto de la participación del mercado del Reino Unido,

¹⁵ Statista. Most Popular Websites in the United Kingdom in February 2022, based on share of visits. 04/2022 - [enlace](#)

¹⁶ IBISWorld. E-Commerce and Online Auctions in the UK. 05/2022 - [enlace](#)



Ocado Group Plc tiene una cuota del 5,5% y proporciona alimentos en línea para minoristas. **The Very Group Ltd**, anteriormente Shop Direct Ltd, es un minorista que opera exclusivamente en línea, con sede en Liverpool, y tiene una cuota de mercado del 4,6 % y ha estado en línea solo desde 2015-16. **ASOS** tiene una cuota de mercado del 3,4 % y es la tienda de moda y belleza en línea más grande de Gran Bretaña. Las cuentas de **eBay** tienen una participación de mercado del 2,6 %.¹⁷

2.1.1.1 Amazon

Amazon es la operadora de comercio electrónico más grande del mundo y la segunda compañía después de Apple en alcanzar una valoración de 341.600.000 de libras en diciembre de 2021. En el Reino Unido, Amazon opera a través de su propio sitio web y en 2021 anunció planes para aumentar su fuerza laboral permanente en el Reino Unido en 10.000 personas, lo que significa que el número total de empleados en el Reino Unido pronto será de más de 55.000.¹⁸

Amazon invierte con fuerza en el servicio y experiencia del cliente y ocupó el puesto número 1 en el Índice de Satisfacción del Cliente del Reino Unido en 2021. El Reino Unido es uno de los primeros mercados para Amazon fuera de los Estados Unidos, con operaciones que comenzaron en octubre de 1998. La participación total de Amazon en el comercio minorista de Internet en el Reino Unido supera el 40,7% en 2022.¹⁹

Además, Amazon Marketplace es altamente competitivo, con millones de empresas que utilizan la plataforma en todo el mundo. Actualmente se enfrenta a un entorno en el que la competencia va en aumento, con un número mensual de nuevos vendedores estimados de más de 70.000 en todo el mundo del que casi la mitad son europeos que se dirigen en el 10% de sus operaciones a clientes del Reino Unido.

Durante los pasados cinco años hasta diciembre de 2022, los ingresos relacionados con la industria de Amazon aumentaron a una tasa anual compuesta del 26,2 % hasta alcanzar los 22.200 millones de libras. El modelo de crecimiento de la empresa se basa en ofrecer precios competitivos, compras simples y entregas a tiempo. El crecimiento sustancial en los últimos cinco años se puede atribuir a la innovación continua, la expansión de las ofertas de productos, una base de clientes cada vez mayor y una mejor reputación. Amazon llegó a su punto más alto de ventas en el mercado del Reino Unido en 2020, ya que las medidas de confinamiento destinadas a limitar la propagación de la COVID-19 provocaron un aumento de las compras en línea.

2.1.1.2 Ocado Group Plc

La actividad principal de la empresa Ocado Group Plc es la venta de alimentos y otros artículos para el hogar a través de ocado.com. Además, Ocado proporciona tecnología de automatización y soluciones logísticas. La empresa cotiza en la London Stock Exchange desde 2010 y es miembro del índice FTSE 100. La compañía reportó ingresos de 2.500 millones de libras en 2021. Durante los pasados cinco años hasta 2022-23, los ingresos relacionados con la industria de Ocado han aumentado a una tasa de crecimiento anual compuesta del 15,8 % hasta alcanzar los 3.000 millones de libras, un 8,6 % más que el año anterior.

2.1.1.3 The Very Group Ltd

The Very Group Ltd se convirtió en un minorista exclusivamente en línea en 2015-16 después de que decidió acabar con las ventas por catálogo -como soporte físico- en 2014-15. Actualmente la compañía vende más de 1.900 marcas, incluidas Littlewoods, Very y Very Exclusive. Very.co.uk es la marca más grande de la compañía y representa el 81 % de las ventas del grupo, registrando ventas minoristas de más de 1.800 millones de libras en 2021. El comercio móvil ha representado una parte cada vez mayor de las ventas de la empresa en los últimos años. Durante el año 2021, las ventas a través de teléfonos inteligentes representaron más del 82% de las ventas. Como resultado, la compañía continúa enfocada en el comercio móvil a medida que el apetito de los consumidores continúa creciendo.

¹⁷ MarketLine Advantage. Online Retail in the United Kingdom. 10/2021 - [enlace](#)

¹⁸ IBISWorld. E-Commerce and Online Auctions in the UK. Major Players. 05/2022 - [enlace](#)

¹⁹ IBISWorld. E-Commerce and Online Auctions in the UK. Major Players. 05/2022 - [enlace](#)



2.1.1.4 ASOS

ASOS es un minorista global y proveedor de moda en Internet dirigido a compradores jóvenes con sede en Londres. Las ventas globales fueron más de 3.900 millones de libras en 2021, representando el Reino Unido el 45,4% de la cuota de ventas.²⁰ Desde que ASOS lanzó su mercado en línea en 2010 hasta 2022 ha aumentado su portfolio de vendedores de 20 a más de 1.000. Los vendedores de ASOS Marketplace provienen de unos 50 países y se premia con mayor visibilidad a aquellos que están comprometidos con la sostenibilidad, lo que muestra el valor general que da la compañía al comercio ético y sostenible.^{21 22 23 24}

2.1.1.5 eBay

Un veterano de la venta minorista por Internet, eBay fue fundada en 1995 y lanzada en el Reino Unido 4 años después como parte de su primera fase de expansión internacional. La marca tiene un alto nivel de reconocimiento entre los clientes del Reino Unido. En 2021, la compañía reportó ventas netas grupales de 7.600 millones de libras, de las cuales el 19,2% o 1.500 millones de libras se generaron en el Reino Unido. Se espera que los ingresos relacionados con la industria caigan a 14.000 millones de libras esterlinas en 2022-23. También se prevé que la participación de mercado de la compañía caiga durante los cinco años hasta 2022-23 al 2,6%. Esta tendencia se debe principalmente a que eBay Reino Unido experimenta un crecimiento más lento en comparación con la industria en su conjunto, en parte debido a la falta de innovación tecnológica.²⁵

El valor y la conveniencia subrayan la propuesta de la plataforma a sus clientes. eBay tiene como objetivo incentivar a los compradores del Reino Unido a través de una política de igualación de precios que proporciona el reembolso de la diferencia para los nuevos artículos de ofertas de eBay que se encuentran a un precio más bajo. El estado de flujo de efectivo anual de eBay mostró que en 2021 el ingreso neto aumentó en 6.336 millones de libras, un incremento de 140% en el período de informe anterior.²⁶ Un desafío al que se enfrenta eBay en el mercado mundial es el de cómo aumentar su cuota de mercado igualando los niveles de inversión emprendidos por Amazon en su plataforma.

2.1.2 Asociaciones y organizaciones importantes

The British Retail Consortium

El British Retail Consortium es la principal asociación comercial en el Reino Unido para empresas minoristas y su objetivo principal es servir a toda la industria minorista, tanto presencial como en línea y brindar experiencia y conocimiento para permitir que las empresas se expandan tanto a nivel nacional como internacional.²⁷

El British Retail Consortium elaboró una guía para minoristas accesible tanto para miembros asociados como no asociados, para darles apoyo específico sobre temas derivados del Brexit y la COVID-19.²⁸ Además, trasladaron todas las consultas y preocupaciones a los departamentos gubernamentales correspondientes. Al final de este informe se puede encontrar la entrevista realizada al BRC.

IMRG - British E-Commerce Association

La IMRG es la comunidad de comercio electrónico del Reino Unido y se dedica a promover el crecimiento del comercio electrónico conectando la industria a través de datos de mercado únicos y comercialmente valiosos, de información y mejores prácticas, así como ofreciendo oportunidades de trabajo en red. La comunidad está formada por minoristas y proveedores de soluciones/tecnología de comercio electrónico del Reino Unido.²⁹

²⁰ ASOS. ASOS Plc Annual Report and Accounts 2021. 2021 - [enlace](#)

²¹ ASOS. ASOS Plc Annual Report and Accounts 2020. 202 - [enlace](#)

²² Summit. Summit Scorecard Top 50 UK Retailers' Online Performance. 2018 Edition. 2018 - [enlace](#)

²³ ASOS. ASOS Marketplace – What is Marketplace? 2022 - [enlace](#)

²⁴ High Commission of Canada in the UK. Selling via e-commerce in the UK. 03/2019 - [enlace](#)

²⁵ IBISWorld. E-Commerce and Online Auctions in the UK. Major Players. 05/2022 - [enlace](#)

²⁶ eBay. 2020 Annual Report. 2020 - [enlace](#)

²⁷ The British Retail Consortium - [enlace](#)

²⁸ Se puede ver en este enlace más información del BRC que incluye esta guía - [enlace](#)

²⁹ IMRG – The UK Ecommerce Association - [enlace](#)



UK Digital Business Association

La UK Digital Business Association (UKDBA) es una asociación comercial que se estableció para representar los intereses de los negocios británicos en línea y ofrece apoyo a los intereses de los comerciantes cuando venden en línea.³⁰

British Independent Retailers Association (BIRA)

La BIRA es la asociación británica que representa a las empresas minoristas independientes, ya sean tiendas minoristas individuales o grandes tiendas, con o sin presencia en línea. Ofrece asesoramiento y consultoría y orientación en temas financieros.³¹

REVO

REVO es una organización británica que apoya no solo a la industria minorista, sino a la comunidad inmobiliaria y de ocio. REVO brinda un espacio para que los miembros se conecten y compartan sus experiencias y ofrece oportunidades formativas para que las empresas amplíen su negocio.³²

RetailWeek

RetailWeek es una revista en línea que ofrece las últimas noticias y perspectivas en todos los sectores de la industria minorista del Reino Unido. Además, también organiza eventos para promocionar la industria, incluida la popular Retail Week 2022³³ que se celebró en el mes de mayo.³⁴

Internet Retailing

Internet Retailing es una publicación y periódico en línea para profesionales del comercio minorista multicanal y de comercio electrónico tanto en el Reino Unido como en Europa, que brinda información, análisis e investigaciones y eventos dentro del sector.³⁵

Data and Marketing Association (DMA)

DMA, la Asociación de Datos y Marketing, es la asociación comercial del Reino Unido del sector relativo a datos y marketing, incluidas las empresas de marketing digital que trabajan en el Reino Unido. Su sitio web contiene un listado de miembros y empresas que apoyan a las empresas internacionales de comercio electrónico para comercializar y promover su negocio en el mercado del Reino Unido, lo que podría ser beneficioso para las empresas extranjeras que necesitan apoyo en esta área de especialización.

2.2. Desafíos del mercado

2.1.3 Servicio al cliente

Los consumidores en el Reino Unido están acostumbrados a altos niveles de servicio al cliente, lo que les mantiene fieles a una marca, y que es lo que las empresas deben valorar para ofrecerles un servicio de alta calidad. Según un informe de BSI (British Standards Institution) sobre la satisfacción del cliente, el 86% de los compradores en línea dejarían de comprar al proveedor habitual tras tener una mala experiencia de atención al cliente.^{36 37}

En esta misma línea, un informe de Microsoft de 2019 mostró que el 62% de los consumidores encuestados habían dejado de usar una marca debido a una mala experiencia de servicio al cliente y casi dos tercios de los encuestados señalan que esperan un servicio al cliente mejorado en comparación con el año anterior. Por estos motivos las inversiones a largo plazo de los líderes mundiales de comercio electrónico están centradas sobre todo en mejorar el servicio de atención al cliente.

³⁰ UKDBA – The UK Digital Business Association - [enlace](#)

³¹ BIRA – British Independent Retailers Association – [enlace](#)

³² REVO - [enlace](#)

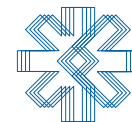
³³ Retail Week Live Conference and Exhibition - [enlace](#)

³⁴ RetailWeek - [enlace](#)

³⁵ Internet Retailing - [enlace](#)

³⁶ British Standards Institution (BSI). The Importance of Excellent Customer Service. A Guide to the British Standard for Customer Service (BS 8477:2014). 2014 - [enlace](#)

³⁷ Microsoft Corporation. State of Global Customer Service Report. 03/2019 - [enlace](#)



2.1.4 Propiedad intelectual

Si bien el comercio electrónico se basa en gran medida en el derecho contractual y comercial, la ley de propiedad intelectual juega un papel importante en el comercio electrónico. Cada una de las diversas formas de protección de la propiedad intelectual (derechos de autor, marcas comerciales y patentes) contribuye al éxito del comercio electrónico al proteger los activos intangibles valiosos para las empresas. La ley de propiedad intelectual protege contra la divulgación de secretos comerciales y, como resultado, contra la competencia desleal. Eso convierte a la propiedad intelectual en un activo que puede valer más que cualquier activo tangible. Esto se puede ver más claramente en relación con la tecnología y la economía digital. Sin prácticas y leyes de propiedad intelectual, el trabajo duro se roba y se distribuye por todo el mundo sin pagar al creador por su trabajo.

Las empresas que ingresan al mercado del Reino Unido deben planificar con anticipación la mejor manera de proteger su propiedad intelectual (PI), ya que la legislación en esta área se basa en el territorio. Las principales formas de proteger la propiedad intelectual son a través de los derechos de autor, las marcas registradas, los diseños y las patentes. Los derechos de autor protegen los trabajos creativos para que no se copien o distribuyan y se aplican automáticamente desde el momento de la creación en el Reino Unido. Las marcas registradas se utilizan para proteger nombres de productos, logotipos y slogans, entre otras cosas.³⁸

2.1.4.1 Protección de marcas en el Reino Unido tras el Brexit

Antes de comenzar a invertir en la promoción de la marca en un nuevo mercado, es aconsejable protegerla a través de su registro en la autoridad competente del país.

El registro de una marca otorga a la empresa titular de la misma el derecho exclusivo de su uso, lo que le permite impedir que terceros comercialicen productos idénticos o similares con la misma marca o utilizando una marca tan similar que pueda generar confusión, e incluso dañar la reputación de dicha marca.

No obstante, a través del contrato de licencia de marca, el titular de misma (licenciante) puede ceder el derecho a usarla a un tercero (licenciataria), para que fabrique y venda productos con esa marca en una determinada área geográfica, y durante un período determinado, a cambio de una contraprestación económica.

Mientras el Reino Unido (RU) era miembro de la Unión Europea (UE), las marcas registradas en la Oficina de Propiedad Intelectual de la UE (EUIPO, por sus siglas en inglés), estaban protegidas en todo el territorio de la Unión y, por ende, también en el país británico. Sin embargo, tras el Brexit, RU queda fuera del alcance de la EUIPO.

A continuación, abordamos los escenarios que se dibujan tras el Brexit.

2.1.4.2 Marcas registradas en la Oficina de Propiedad Intelectual de la UE (EUIPO) antes del 31/12/2020

Aquellas marcas que ya estaban protegidas en toda la UE, mediante el único depósito en la EUIPO³⁹, antes de que finalizara el período de transición, esto es, antes del 31/12/2020, han sido incorporadas de forma automática a la Oficina de Propiedad Intelectual de Reino Unido (UKIPO).

Dicha incorporación al UKIPO, se ha hecho haciendo constar la misma fecha de registro y vigencia que se refleja en su registro en la UE, sin que haya sido necesario que el titular haga ningún trámite.

2.1.4.3 Registrar una marca en Reino Unido después del 31/12/2020

Aquellos que deseen proteger su marca en RU, una vez finalizado el período de transición, pueden hacerlo a través de dos rutas diferentes:

- Registro en la UKIPO.

³⁸ High Commission of Canada in the UK. Selling via e-commerce in the UK. 03/2019 - [enlace](#)

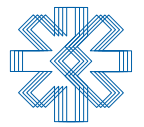
³⁹ EUIPO. Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea - [enlace](#)



- Registro en la Oficina Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) ⁴⁰

Esta última ruta es recomendable cuando se desea hacer el registro de la marca de forma simultánea en varios países, siendo RU uno de ellos.

⁴⁰ WIPO. World Intellectual Property Organisation – [enlace](#)



3. ¿Cómo vender en línea en el Reino Unido?

3.1 Canales en línea e ingreso al mercado

El panorama del comercio electrónico en el Reino Unido está muy desarrollado y exige a las empresas vascas que ingresan al mercado que definan una clara estrategia de canal en línea. La selección de los canales más adecuados debe estar determinada por el modelo de negocio de la empresa, el posicionamiento de los productos y los hábitos de los clientes clave.

Las opciones a escoger son suministrar a sitios web minoristas, vender a través de un mercado en línea o crear un portal de ventas en línea. Los vendedores vascos que recién se inician en el comercio electrónico encontrarán que los mercados en línea tienen muchas ventajas. Los mercados en línea, por ejemplo, brindan a los vendedores la oportunidad de seleccionar el nivel de soporte operativo adecuado a sus necesidades. La realidad es que el mercado de comercio en línea del Reino Unido proporciona una gran cantidad de socios potenciales para las empresas que buscan emprender un modelo comercial B2B en el país.

Si bien es necesario un sitio web para la mayoría de las empresas minoristas, la creación del portal de ventas adecuado a las exigencias de servicio al cliente del comprador requiere una especial consideración.⁴¹

3.1.1 Vender en un mercado en línea

Los mercados en línea son portales de propiedad de terceros donde los vendedores o socios se registran para distribuir productos y servicios utilizando las plataformas digitales y los servicios operativos del proveedor. Los vendedores crean perfiles, y en la mayoría de los casos áreas de marca, antes de presentar productos y preparar listados para compras por parte de los clientes del mercado. Los mercados en línea son canales muy bien establecidos para los compradores del Reino Unido. Los líderes mundiales de los mercados en línea son Amazon y eBay, seguidos por los siguientes mercados en línea cuyas sedes están situadas, bien en la UE o en el Reino Unido, (por ejemplo, ASOS, OnBuy, Notonthehighstreet, Zalando). Se recomienda a las empresas vascas que estudien los términos comerciales y los beneficios que ofrecen los diferentes mercados antes de seleccionar una plataforma.

Los consumidores están ganando confianza a la hora de comprar en los mercados en línea, debido a la mejora en la entrega de bienes y la oferta de reembolsos completos por productos no deseados o no entregados. Para el vendedor, la competencia entre los mercados ha llevado a una reducción de tarifas y un mejor servicio al cliente. Las plataformas también han invertido en simplificar los procesos de configuración y ofrecer una variedad de servicios para cubrir funciones básicas como el cumplimiento y el procesamiento de pagos. Amazon Marketplace, por ejemplo, ha desarrollado un ecosistema de socios para ayudar a los vendedores en los aspectos operativos de la venta minorista.

Los posibles vendedores deben tener en cuenta que, si bien los mercados son un canal fácil para comenzar, vender en ellos requiere un compromiso: los vendedores deben administrar bien su presencia, investigar a los competidores, monitorear las ventas y cuidar las devoluciones. Los mercados como ASOS también estipulan condiciones que los socios deben cumplir, como, por ejemplo, mantener un stock mínimo de 15 a 20 artículos tipo que puedan ser despachados en cualquier momento y mantener un nivel alto de marketing (como fotografías de productos).

Se aconseja a los vendedores que evalúen la viabilidad comercial y el compromiso de los mercados, ya que establecerse en el mercado implica una inversión en tiempo y recursos. Una consideración adicional al elegir un socio es la competencia potencial que resulta de una plataforma que ofrece sus propios productos y servicios.

3.1.2 Consideraciones para la creación de un portal de ventas

Las empresas que deseen configurar su propio portal de ventas se enfrentan a una amplia gama de opciones con las que trabajar, desde crear un sitio web personalizado desde cero hasta utilizar una plataforma de

⁴¹ Markmonitor. Global Online Shopping Survey 2018 - [enlace](#)



comercio electrónico para vender sus productos. El enfoque adoptado debe estar determinado por la disponibilidad de recursos internos de desarrollo web. Las empresas de servicios de creación de sitios web y las plataformas de comercio electrónico brindan los beneficios de permitir que los propietarios de negocios dediquen tiempo a otras funciones principales durante la fase de lanzamiento. GoDaddy, Squarespace y Wix son servicios con buena reputación en la creación de sitios web con plantillas de comercio electrónico que son fáciles de usar. Por otro lado, BigCommerce, Magento (ahora propiedad de Adobe) y Shopify se centran específicamente en plataformas de comercio electrónico y hacen que la interfaz sea fácil de usar para que los clientes comprendan directamente de ellos.

Dos cuestiones de importancia a tener en cuenta son la capacidad de realizar un mantenimiento continuo del portal y la perspectiva de crecimiento a medio plazo. Administrar un portal de ventas en línea constituye un compromiso diario en tiempo y gastos: una mala experiencia impactará rápidamente en la marca. Se recomienda a las empresas que revisen las reseñas del portal de ventas en línea después de la fase de lanzamiento y continúen revisándolas.

Las empresas que opten por un creador de sitios web o una plataforma de comercio electrónico deben valorar la capacidad de su portal para agregar funciones a medida que se expande el negocio. Cambiar de proveedor de plataforma en una etapa posterior al lanzamiento es un ejercicio costoso, por lo que se debe considerar detenidamente desde el principio. Al optar por un sitio web creado exclusivamente con recursos internos, el desafío de retener a los desarrolladores se convierte rápidamente en una realidad y deben tener un plan de contingencia cuando esto sucede.

3.1.3 Opciones de canales en línea

En la fase inicial de montar un canal en línea y lanzar el portal de comercio electrónico, las empresas de nueva creación y con operaciones más pequeñas pueden optar por centrarse en un solo canal. La mayoría de las grandes empresas dejan de depender de una sola vía de comercialización y aumentan los clientes desarrollando una estrategia multicanal. En el caso de empresas más pequeñas, comenzar sus operaciones con una presencia en un mercado en línea y luego migrar esta base de clientes a otros canales en línea, como un portal de ventas propio, representa un duro desafío.

A medida que las empresas añaden canales de venta, la capacidad de ofrecer una mejor experiencia al cliente debe ser tan importante como el aumento de clientes. Una forma rápida y sencilla de mejorar los recursos de procesamiento de pagos y gestión de devoluciones es utilizar servicios como Fulfilment by Amazon (FBA). Amazon tiene una operación logística muy desarrollada en el Reino Unido que incluye el almacenamiento, la flexibilidad de las entregas y la integración con otras plataformas de comercio electrónico. Shopify Plus también proporciona mismo tipo de apoyo y soluciones para gestionar ventas a través de múltiples canales.

3.2 Preparar su negocio para el mercado en línea del Reino Unido

El sitio web de una empresa es uno de los primeros puntos de contacto tanto para clientes como para socios. Las empresas deben comenzar por identificar el público objetivo clave del sitio web y las funciones principales (por ejemplo, marketing o comercio electrónico). El tiempo de actividad y las velocidades de carga son métricas críticas para cualquier sitio web y deben actuar como una guía de cara a elegir herramientas para construir el sitio web. Las imágenes de los productos son especialmente importantes para los sitios web dirigidos a los consumidores: dos tercios de los clientes compran en sitios muy visuales.

También es extremadamente importante tener sitios web y materiales de marketing bien traducidos al inglés británico.

3.2.1 Pagos en línea

El conocimiento y el nivel de confianza del consumidor en torno a los pagos en línea ha aumentado considerablemente en RU desde el lanzamiento de los primeros servicios de comercio electrónico en la década de 1990. Los pagos en línea en el Reino Unido forman un ecosistema rico y diverso, con consumidores que pueden elegir entre transferencias bancarias directas, pagos con tarjeta o plataformas peer-to-peer.

En el Reino Unido, muchos minoristas ofrecen la posibilidad de pagar bajo el esquema llamado "Compre ahora, pague después" (Buy Now, Pay Later) mediante el cual se puede dividir el pago de su compra en cuatro



cuotas sin intereses en lugar de pagar todo de una vez. Klarna es una conocida compañía de planes de financiación y pago que brinda este servicio. Fue fundada en Suecia en 2005 y se ha expandido a 17 países y atiende a 90 millones de compradores. Su modelo de financiación es similar al de empresas como Afterpay, PayPal y Zip (anteriormente Quadpay), que también ofrecen préstamos a corto plazo al finalizar la compra.⁴²

Very, un minorista en línea británico muy popular, también ofrece una opción de compra en 3 cuotas mensuales y sin intereses o la opción de pagar también en cuotas mensuales con una opción de pago mínimo. Very también trabaja con un corredor de crédito externo para proporcionar a los clientes préstamos de hasta 25.000 de libras, sujeto a verificaciones de crédito previas. Made.com, otro minorista del Reino Unido también ofrece servicios similares a sus clientes.⁴⁵

3.2.2 Publicidad digital

El Reino Unido es uno de los principales centros de publicidad digital del mundo, con firmas independientes altamente creativas que compiten junto con las divisiones digitales de los agentes globales en marketing y publicidad, por lo que, tener una buena campaña de publicidad digital será crucial en este mercado.⁴⁶

La publicidad digital abarca una variedad de actividades que ayudan a las empresas a ganar y retener clientes en línea. Se recomienda a los vendedores que son nuevos en el comercio electrónico que consideren utilizar un especialista en publicidad digital teniendo en cuenta que alrededor del 78% de las marcas de comercio electrónico del Reino Unido informaron que las ventas aumentaron en el año 2021, lo que demuestra un gran aumento del 45% en 2020. La publicidad digital desempeña un papel aún más importante de cara a que las empresas de comercio electrónico continúen expandiéndose.⁴⁷

3.2.3 Proveedores de logística de terceros (3PL)

Las empresas vascas que venden en el Reino Unido deberían tener un plan claro sobre cómo hacer llegar los productos a sus clientes. En muchos casos, establecer asociaciones o contratar empresas de logística de terceros (3PL) facilitará el proceso y será más rentable. De hecho, el 90% de las empresas de Fortune 500 utilizan proveedores de logística externos (3PL). A medida que el mercado mundial de comercio electrónico ha crecido exponencialmente, el mercado 3PL también lo ha hecho y se prevé que alcance a los 1,75 billones de libras para 2026.^{48 49 50}

El Reino Unido es uno de los mercados más competitivos del mundo en logística, y los vendedores encontrarán que hay muchos servicios disponibles. Algunas empresas de logística, como Royal Mail, Parcelforce y Yodel, tienen capacidades muy desarrolladas para apoyar a las empresas de comercio electrónico en el servicio a clientes del Reino Unido, así como en el extranjero. Cada proveedor tiene su propia estructura de precios, que puede ser útil para los vendedores que tienen como objetivo encontrar los mejores precios cuando buscan proveedores de envíos internacionales.

Las empresas más grandes deben tratar de encontrar cuentas comerciales que brinden términos y precios para los volúmenes, destinos y servicios adicionales, así como seguros que se adapten a sus operaciones. Se recomienda compilar una lista detallada de requisitos y confirmarlos con los socios en una etapa temprana.

51

⁴² PayPal. Buy Now, Pay Later with pay in 4. 2022 – [enlace](#)

⁴³ Klarna. Get more time to pay. 2022 – [enlace](#)

⁴⁴ Nerdwallet. Klarna Review 2022: Should You Buy Now, Pay Later?. 04/11/2021 - [enlace](#)

⁴⁵ Very – [enlace](#)

⁴⁶ IBISWorld. Digital Advertising Agencies in the UK – Market Size 2010 -2028. 09/2021 - [enlace](#)

⁴⁷ The Drum. E-commerce marketers – if you don't know your customers, 'you've got no chance'. 14/04/2022 - [enlace](#)

⁴⁸ Shopify. 3PL (Third-Party Logistics): How to Select the Right Ecommerce Fulfilment Partner. 01/02/2022 - [enlace](#)

⁴⁹ Armstrong & Associates, Inc. 3PL Customers Report Identifies Service Trends, 3PL Market Segment Sizes, and Growth Rates. 18/05/2017 - [enlace](#)

⁵⁰ Mordor Intelligence. Global Third-Party Logistics (EPL) Market – Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2022-2027) - [enlace](#)

⁵¹ High Commission of Canada in the UK. Selling via e-commerce in the UK. 03/2019 – [enlace](#)



4. Condiciones de funcionamiento en el Reino Unido

4.1 Normas, reglamentos y políticas locales

4.1.1 Brexit: Exportación de Bienes de Euskadi – Reino Unido

4.1.1.1 Cambios en la declaración de aduanas – a partir del 1 de enero de 2022

Con el objetivo de reducir el impacto de la regulación post Brexit en las importaciones y exportaciones entre el Reino Unido (RU) y la Unión Europea (UE), se estableció una implantación gradual de los controles fronterizos EU-RU.

Así, desde el 1 de enero de 2021 (Brexit) hasta el 1 de enero de 2022, como medida temporal, la hacienda británica (HMRC) permitía postponer la presentación de las declaraciones de importación completas de bienes de origen europeo, 175 días después de haber pasado la aduana.

A partir del 1 de enero de 2022 sin embargo, las empresas ya no podrán postponer la presentación de las declaraciones aduaneras de importación completas hasta 175 días, a excepción de las importaciones procedentes de la isla de Irlanda (incluso cuando las mercancías son originarias de otro país miembro de la UE y se trasladan a través de Irlanda o Irlanda del Norte a Gran Bretaña) las cuales pueden seguir haciendo uso de la presentación diferida de 175 días.

4.1.1.2 Modelos de gestión aduanera según el punto de entrada

Existen dos modelos de gestión aduanera, dependiendo del lugar por donde se importe la mercancía en el RU procedente de la UE:

El modelo de almacenamiento temporal (*Temporary Storage model*)⁵², permite que la mercancía pueda ser almacenada en la frontera hasta 90 días, antes de ser declarada en la aduana.

El modelo de despacho previo (*pre-lodgement model*)⁵³, en el que se precisa la presentación de una declaración de aduana con anterioridad al embarque de la mercancía. Este modelo se presenta como una alternativa para puertos que no tienen ni espacio ni infraestructura, para facilitar el almacenamiento temporal de la mercancía.

4.1.1.3 Envíos a través de correo postal y servicios de paquetería

Para las exportaciones realizadas desde UE al RU a través de servicios de correos y paqueterías, cuyo importe no exceda las 900 libras de valor, se debe realizar la declaración aduanera a través de los formularios CN22/CN23, los cuales deben ser cumplimentados en inglés, indicando el contenido del paquete: cantidad de productos, características, peso, y su valor sin IVA.

Si el coste de los envíos supera un valor de 900 libras (para Gran Bretaña) y 873 libras (para Irlanda del Norte) o es para un régimen aduanero específico (incluidos todos los procedimientos especiales), se debe completar una declaración de aduana. Se le enviará un formulario de declaración de aduanas (C88 o C160) que debe completar y devolver a Border Force en el Depósito Postal, antes de que se pueda entregar su paquete.⁵⁴

Una vez cumplimentado, se debe adherir al paquete de forma que éstos sean visibles.

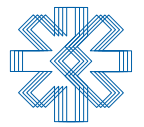
4.1.1.4 Factura

Con independencia de la forma de envío que se contrate, siempre se deberán adjuntar, dos copias de la factura en la cartera de documentos de envío, una debe ir dentro del paquete y la otra se deberá entregar al transportista.

⁵² UK Government. Guidance: Apply to operate a temporary storage facility. 16/03/2021 - [enlace](#)

⁵³ UK Government. Policy Paper: The pre-lodgement model for controlling goods from the EU into Great Britain. 19/03/2021 - [enlace](#)

⁵⁴ GOV.UK. Notice 143: a guide for international post users. 12/02/2021 - [enlace](#)



En la factura, se deben incluir como mínimo los siguientes datos:

- a. Descripción detallada del bien: indicar la marca, si se trata de un artículo de segunda mano o nuevo, así como cualquier otro dato relevante para conocer las características del producto.
- b. Código arancelario y origen del producto.
- c. Número de EORI.
- d. Fecha de emisión y número.
- e. Identificación y razón social de las dos partes (vendedor y comprador).
- f. El medio de transporte.

La información facilitada en la factura debe ser en inglés.

4.1.2 Irlanda del Norte

En las exportaciones a Irlanda del Norte (IN), se aplica el Protocolo de Irlanda del Norte, que mantiene a este territorio dentro del mercado único de la Unión Europea (UE) para el comercio de bienes, aunque no así para la exportación de servicios. En consecuencia, se mantiene la consideración de intercambio intracomunitario para los bienes exportados desde Euskadi a IN (siempre y cuando dichos bienes no se comercialicen después en Gran Bretaña).

¿Qué es el protocolo de Irlanda del Norte?

El protocolo de IN fue firmado por RU y la UE para impedir crear una frontera entre las dos Irlandas. De esta forma, dicho protocolo prohíbe que se establezcan controles de mercancías tanto para los productos procedentes de IN (que forma parte de RU) como para los que entran en IN (que forma parte de la UE).

Atendiendo a lo establecido en este protocolo, IN debe cumplir con las normas del mercado unión de la UE y ello, a su vez, implica establecer controles sobre los bienes procedentes de Inglaterra, Escocia y Gales.

4.2 Protección de datos

4.2.1 BREXIT: Transferencia Internacional de datos de Euskadi – Reino Unido

Todo negocio que trate datos personales de clientes o de potenciales clientes, debe cumplir con la regulación de protección de datos. A continuación, se comenta la normativa que deben conocer aquellas empresas residentes en la UE, cuyos clientes o potenciales clientes son residentes en el Reino Unido (RU).

En el Acuerdo de Comercio y Cooperación alcanzado por el RU y la Unión Europea (UE), del 24 de diciembre de 2020 (Brexit), se estableció un período de seis meses (hasta el 30 junio de 2021) durante el cual, ambos bloques pudieron continuar transfiriendo datos personales, sin ninguna restricción, del mismo modo que lo hacían antes del Brexit.

El Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), el cual regula en la UE la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales y a la libre circulación de estos, contempla un mecanismo denominado «decisión de adecuación».⁵⁵

Dicho mecanismo, otorga la posibilidad a la Comisión Europea de calificar como "adecuados" a aquellos Estados que, pese a no ser miembros de la UE, presentan estándares regulatorios que, a juicio de la Comisión, garantizan la adecuada protección de datos personales y, en consecuencia, es posible transferir datos desde la UE a esos países, sin necesidad de la aportación de más garantías.

⁵⁵ AEPD (Agencia española protección datos). Garantías para las transferencias de datos personales a terceros países u organizaciones internacionales. 26/11/2021 - [enlace](#)



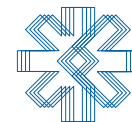
La Comisión Europea, adoptó una decisión de adecuación para el Reino Unido, el 28 de junio de 2021⁵⁶, la cual garantiza la libre circulación de datos personales durante cuatro años desde la fecha de su entrada en vigor, esto es, hasta 2025.

Una vez finalizado ese período, la UE iniciará un nuevo proceso de evaluación sobre los estándares de protección de datos de la legislación de RU, y concluirá si renueva o no a RU su estatus de adecuación.

Actualmente, la norma denominada UK-GDPR57 es la encargada de regular la protección de datos en el RU, la cual es exactamente igual al RGPD, siendo la única diferencia, la sustitución de las remisiones que el RGPD hace a organismos supervisores de protección de datos de la UE, por los encargados de velar por la protección de datos en el RU.

⁵⁶ European Commission. Decision on the adequate protection of personal data by the United Kingdom - General Data Protection Regulation. 28/06/2021 - [enlace](#)

⁵⁷ UK Government. Data Protection - [enlace](#)



5. Requisitos legales al vender en el Reino Unido desde Euskadi

5.1 Comercio electrónico: Euskadi – Reino Unido

Cuando una empresa residente en otro país vende a consumidores en RU a través del comercio electrónico, debe cumplir con la legislación del RU. A continuación, se exponen los aspectos más relevantes del escenario legal de RU que las empresas vascas deben conocer.

5.1.1 Brexit

Antes de proceder a comentar parte de la normativa local de RU, cabe mencionar que, a pesar de que RU dejó de ser miembro de la Unión Europea (UE) el 1 de enero de 2021, gran parte de la legislación europea sigue siendo de aplicación en las islas británicas, debido a que ésta ha sido incorporada a su legislación nacional. Entre dicha legislación, también se encuentra normativa concerniente al comercio electrónico.

5.1.2 Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008

La norma Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008(CPRS) establece una lista de prácticas comerciales prohibidas, por considerarlas desleales e injustas con los consumidores. A continuación, mencionamos algunas de dichas prácticas:

- I. Se considera publicidad engañosa y por tanto prohibida, aquella en la que el vendedor publicita bienes que no existen o de los que solo dispone unos pocos ejemplares en stock, careciendo de productos suficientes para satisfacer gran demanda.
- II. También, los vendedores tienen prohibido hacer comparaciones engañosas, esto es, una empresa no puede usar como reclamo la afirmación de que su producto (A) dura el doble que otro (B) si en realidad, A solamente tiene un poco más de duración que B.
- III. En caso de que la empresa vendedora incumpla un código ético de prácticas que haya firmado, implicará a su vez, la infracción de la ley CPRS.
- IV. También, se considera publicidad engañosa la promoción de un bien con el fin de vender otro producto diferente.
- IV. Igualmente, la ley CPRS prohíbe afirmar falsamente que un producto solo estará disponible por un tiempo muy limitado, con el fin de obtener una decisión inmediata y privar a los consumidores de tiempo suficiente para hacer una elección informada.

5.1.3 Consumer Rights Act 2015 (CRA)

La norma Consumer Rights Act 2015 (CRA) determina, entre otras cosas, los derechos del consumidor cuando éste recibe un producto defectuoso, los cuales, resumimos a continuación:

A) Dentro del plazo de 30 días a contar desde el día en que el producto se ha entregado al consumidor, éste tiene derecho a elegir cualquiera de las siguientes opciones:

- a.1 Devolver el producto defectuoso y recibir el reembolso íntegro de su coste; o
- a.2 Exigir al vendedor que el producto defectuoso sea reparado o sustituido por otro en estado óptimo.

B) Tras la expiración del plazo de 30 días a contar desde que el producto se ha entregado al consumidor, éste dispone de las siguientes opciones:

- b.1 Antes de rechazar el producto y solicitar el reembolso íntegro de su coste, el consumidor debe dar la opción al vendedor de reparar el producto defectuoso o remplazarlo por uno óptimo.



b.2 En caso de que la reparación y/o reemplazo del producto no sea posible, es entonces cuando el consumidor tiene el derecho de solicitar la devolución del producto defectuoso y el reembolso del precio pagado.

C) Cuando el producto es un vehículo a motor.

Si han transcurrido más de 30 días, pero menos de 6 meses desde que el consumidor recibió el vehículo a motor, éste primero debe darle la opción al vendedor de repararlo o reemplazarlo por un producto de las mismas características y en perfecto estado.

Sólo en el caso en el que dicha reparación o reemplazo no haya sido posible, el consumidor tendrá el derecho de devolver el vehículo al vendedor y solicitar el reembolso del precio pagado.

Es pertinente señalar que, cuando el consumidor tenga el derecho de solicitar el reembolso del coste del producto, éste debe realizarse del importe total pagado. Sin embargo, cuando el producto sea un vehículo a motor, el vendedor podrá reducir la cuantía a reembolsar, teniendo en cuenta la utilización del producto realizada por el consumidor.

A continuación, señalamos algunos ejemplos prácticos teniendo en cuenta lo establecido en la ley CRA.

Ejemplo 1:

Liam compra online desde RU un scooter a una empresa vasca.

Liam usa el scooter durante 5 meses y durante el último mes, se percató de que los frenos no funcionan correctamente.

Liam le comunica el desperfecto al vendedor vasco quien, recibe el scooter y se lo reenvía entendiéndolo que éste, finalmente, está reparado. Sin embargo, una vez que Liam comienza a utilizar otra vez el scooter, comprueba que uno de los frenos sigue fallando.

Teniendo en cuenta lo indicado en la norma CRA, debido a que Liam solo había hecho uso del scooter durante cinco meses, el vendedor debe proporcionarle el reembolso completo del coste del scooter.

En cambio, si Liam hubiera usado el scooter más de seis meses, el vendedor tendría derecho a reducir la cuantía a reembolsarle, teniendo en cuenta la utilización del producto realizada por el consumidor.

Ejemplo 2:

Diana compra una tostadora, a través de comercio electrónico, a una empresa vasca. Una semana después de recibir la tostadora, Diana la usa por primera vez y ésta no se enciende.

Siguiendo lo indicado en la CRA, debido a que Diana ha tenido la tostadora defectuosa durante menos de 30 días, tiene derecho a devolverla al vendedor y a recibir el reembolso total del importe pagado.

5.1.4 Términos y condiciones del contrato de compraventa

En la redacción de los Términos y Condiciones se establecen las reglas que aplicarán a la relación contractual entre la empresa vasca y el consumidor de RU. Es decir, a través de ellos, se determinan las obligaciones y derechos tanto del consumidor como del vendedor.

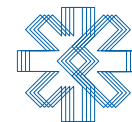
Los Términos y Condiciones deben redactarse en inglés y su contenido dependerá del producto concreto de venta. No obstante, a continuación, aludimos a cuestiones que, es aconsejable que se hagan constar en todo caso.

5.1.4.1 IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA VENDEDORA

Información que permita identificar a la empresa vendedora de forma inequívoca.

5.1.4.2 INFORMACIÓN SOBRE EL PRODUCTO DE VENTA:

El producto que reciba el consumidor debe tener las características que se describen en la información del producto.



5.1.4.3 FORMA DE PAGO

Exponer de forma detallada los pasos que se deben seguir para comprar el producto que vende la empresa internacional en su tienda online, así como las formas de pago admitidas.

5.1.4.4 INCIDENCIAS

Indicar la responsabilidad que asume el vendedor y la limitación de ésta en caso de incidencias en la web o en el proceso de envío del producto.

5.1.4.5 CANCELACIÓN DE COMPRA

Atendiendo a la legislación de RU⁵⁸, el consumidor tiene derecho a anular el pedido y a recibir el reembolso del importe pagado, sin alegar justificación alguna, dentro del plazo, mínimo, de 14 días desde que éste ha recibido el producto.

5.1.4.6 RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE CONFLICTOS

Si queremos evitar acudir a un procedimiento judicial, en caso de que se produzca un conflicto con un consumidor, podemos optar por la resolución alternativa de conflictos como, por ejemplo, arbitraje o mediación. Normalmente, hacer uso de esta vía de solución de conflicto será más rápida y menos costosa.

5.1.4.7 CLAÚSULA DE ELECCIÓN DE JURISDICCIÓN

Puede darse la circunstancia de que no haya sido posible solucionar la disputa de forma exitosa a través de la resolución alternativa de conflictos. Por ello, es aconsejable, incluir una cláusula para determinar la competencia judicial de los tribunales de un determinado Estado, para resolver un litigio que se pueda plantear entre las partes.

Así, no sólo se reducen los costes y tiempos procesales, sino que además aseguramos el reconocimiento y ejecución de las futuras resoluciones en el Estado requerido.

5.2 GDPR

5.2.1 ATENCIÓN AL CLIENTE

Incluir las cláusulas que sean pertinentes, teniendo en cuenta la naturaleza del producto, referente al servicio de atención al cliente, promociones y servicio post venta.

ACEPTACIÓN DE LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES POR PARTE DEL CONSUMIDOR: *CLICKWRAP AGREEMENT VS BROWSERWRAP AGREEMENT*.

Los Términos y Condiciones son un contrato de adhesión, esto es, una de las partes (el vendedor) ha predefinido el contenido del contrato siendo las únicas opciones de la otra parte (el comprador), aceptar o rechazar el contrato sin entrar a negociar el contenido del mismo.

Las empresas que venden sus productos por comercio electrónico suelen ofrecer al consumidor una de las dos siguientes formas, para que éste acepte los Términos y Condiciones y, por ende, perfeccionar en contrato:

A) clickwrap agreement

Es aquel en el que el contrato entre el vendedor y el consumidor se perfecciona cuando éste último realiza el acto expreso de aceptar los Términos y Condiciones mediante el *click* con la leyenda ‘ ‘I agree’ ‘ (acepto) o similar.

B) Browsewrap agreement

⁵⁸ GOV.UK. Accepting returns and giving refunds: the law. [Enlace](#)



Es aquel en el que la empresa pone a disposición del consumidor la lectura de los Términos y Condiciones en su website (normalmente al final de la página bajando con el ratón, esto es, haciendo *scroll down*). En este caso, se presume que el consumidor ha leído y aceptado los Términos y Condiciones de la compraventa online sin necesidad de manifestar su consentimiento expreso.

Aunque no existe en RU una prohibición expresa de los *Browsewrap agreements*, se recomienda optar por los *clickwrap agreement*

5.3 EORI

5.3.1 ¿Qué es un número EORI?

El número EORI (*Economic Operators Registration and Identification number*) es un número identificativo que asignan las autoridades aduaneras para identificar a los operadores económicos ante las aduanas.

Antes del Brexit, era posible la importación y exportación de bienes entre RU y la UE con el EORI de la UE, ya que éste es un número único para toda la UE. Sin embargo, desde el 1 de enero de 2021, toda empresa residente en la UE que desee realizar transacciones pasando la aduana de RU, requiere de un EORI británico, salvo que opere a través de un agente de aduanas.

5.3.2 ¿Cómo obtener el número EORI británico?

En agosto de 2019, la hacienda británica (HMRC por sus siglas en inglés) expidió números EORI británicos a todas las empresas inscritas, a efectos de IVA, que importaban o exportaban mercancías a la UE.

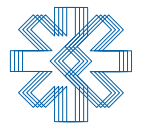
El número EORI británico comienza con el código "GB" y se puede solicitar online a través de este [formulario](#).

⁵⁹

Se puede obtener el número de EORI británico siguiendo los pasos que a continuación se detallan:

1. Crear una cuenta de usuario denominada Government Gateway.
Hacer click en Create sign details <https://www.access.service.gov.uk/login/signin/creds>
2. Entrar tu correo electrónico en el sitio web
3. Recibirás un código de seguridad en la cuenta de email que se haya incluido en el recuadro de la pantalla anterior.
4. Confirmar tu correo electrónico y tu cuenta en línea
5. Escribir el nombre de la persona que está gestionando la solicitud
6. Durante la tramitación online del EORI, se le solicitará el código que le hayan asignado como *Government Gateway user ID*:
7. Para continuar con el proceso de verificación de identidad y creación de contraseña, necesitará facilitar un número de teléfono, el cual puede ser español.
8. Se le solicitará una cuenta de correo electrónico, a la cual se le enviará el número EORI y notificaciones relacionadas con los bienes que exporte desde ES a RU, las cuales dependerán de cada proceso de exportación.
9. Recibirás un email para finalizar el proceso de verificación de identidad.
10. Necesitas confirmar tu correo electrónico
11. Una vez finalizado el proceso de verificación, puede iniciar el proceso de obtención del EORI británico en este link: <https://www.gov.uk/eori/apply-for-eori>
12. Si eres autónomo debes hacer click en la opción *sole trader*.
Si eres empresa debes hacer click en la opción de *organisation*.
13. Para continuar con el proceso de solicitud de número de EORI, se te requerirá que aportes algunos datos sobre tu empresa. (fecha de registro de la empresa, dirección etc).

⁵⁹ HM Revenue & Customs. Application for Economic Operator Registration and Identification (EORI).

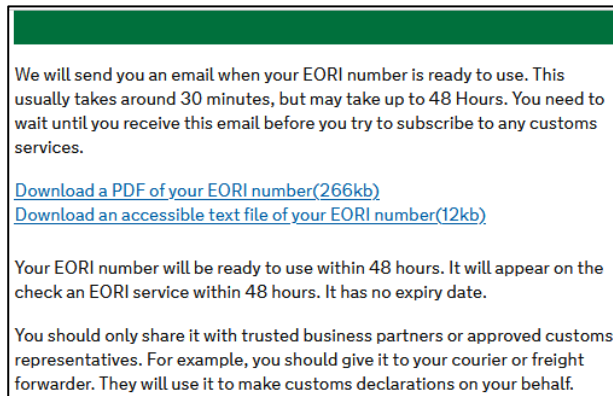


También, se le requerirá que indique su *trade number*, y, en caso de no tenerlo, debe incluir un *SIC code*.

Para saber su SIC code, debe hacer click en el link de color azul: [Companies House \(opens a new window tab\)](#) donde se desplegará una clasificación de códigos asignados a diferentes sectores. Se debe cumplimentar la casilla con el código que corresponda a la actividad que desarrolle su empresa.

14. Dependiendo de si su empresa tiene número de IVA británico (VAT) deberá clickar en una de las opciones que se indican.
15. Una vez finalizado el proceso de solicitud del número EORI, aparecerá en la pantalla la siguiente información, la cual también se le enviará por email.

En dicho mensaje se indica que el número EORI asignado a su empresa se le enviará por correo electrónico en un plazo máximo de 48 horas.



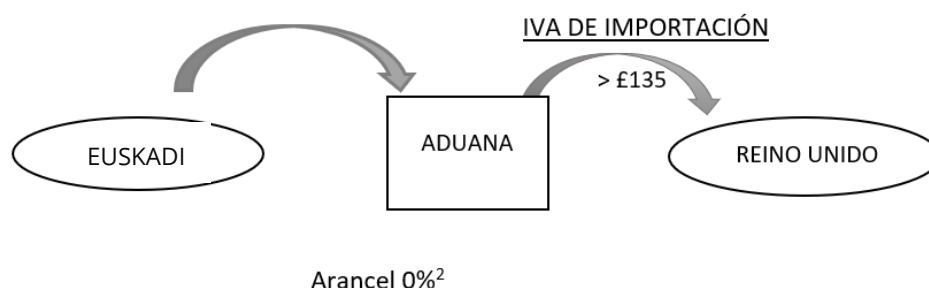
5.4 IVA

5.4.1 Brexit: El IVA en el comercio electrónico (Euskadi – Reino Unido)

IVA de importación

Desde el 1 de enero de 2021 (Brexit) la Directiva 2006/112/CE, sobre el régimen común de la Unión Europea (UE) en relación con el impuesto sobre el valor añadido (IVA), y la Directiva 2008/9/CE, que regula la devolución del IVA a sujetos pasivos residentes dentro de la UE, dejaron de aplicarse en el Reino Unido (RU).

Además, tras el Brexit, los movimientos de servicios y bienes entre Europa (UE) y el RU dejaron de considerarse adquisiciones intracomunitarias, para pasar a ser exportaciones e importaciones. En consecuencia, una vez que el bien exportado desde UE, se encuentra en la aduana de entrada a RU, si su importe supera las 135 GBP, se debe pagar el correspondiente IVA de importación para que éste pueda entrar en el país.



(Fuente: Gráfico propio de Scornik Gerstein LLP)



IVA sobre las ventas

Venta a través de marketplace:

Las empresas vascas que vendan bienes a consumidores en RU a través de un marketplace, deberán obtener un número de IVA británico (VAT).

Venta directa:

Las empresas vascas que vendan bienes directamente desde su web al consumidor en RU, únicamente tendrán la obligación de obtener un número de IVA británico (VAT) cuando el valor de las ventas a este país, supere el umbral anual de 70.000 libras esterlinas durante un año natural (del 1 de enero al 31 de diciembre).

¿CÓMO OBTENER UN NÚMERO DE IVA BRITÁNICO (VAT)?

1. Descargar el formulario VAT1 en el siguiente link: <https://www.gov.uk/guidance/register-for-vat>
2. Imprimir y cumplimentar dicho formulario.
3. Enviar el formulario impreso y cumplimentado, por correo postal a la siguiente dirección de la hacienda británica:

BT VAT HM Revenue and Customs
BX9 1WR, United Kingdom

Las solicitudes de número de IVA británico (VAT) suelen tardar 30 días aproximadamente en gestionarse. Transcurrido dicho plazo, recibirá el número de IVA británico (VAT), el cual se compone de 9 dígitos.

Una vez que la empresa vasca ha obtenido su número de registro en el IVA británico, está obligada a presentar la correspondiente declaración periódica del IVA ante la hacienda británica (*VAT Returns*)⁶⁰ aunque no tenga IVA que ingresar o que recuperar.

5.4.2 Sujeto pasivo del IVA de importación y del IVA sobre las ventas

A continuación, indicamos quién es el sujeto pasivo⁶¹ del IVA sobre las importaciones y del IVA sobre las ventas, dependiendo de diferentes factores que pueden intervenir en las operaciones de comercio electrónico.

A) EL ENVÍO DEL BIEN SE REALIZA DESDE EUSKADI DIRECTAMENTE AL CONSUMIDOR FINAL O A OTRA EMPRESA EN RU.

A.1 (Business to Consumer)

En el caso de que el vendedor realice el envío desde Euskadi, de un bien cuyo importe no supere las 135 GBP, éste pasa la aduana sin tener que pagar el IVA de importación, está exento, y el vendedor será el sujeto pasivo del IVA sobre la venta hecha en el RU.

En cambio, si esa misma operación se realiza a través de un *marketplace* (ejemplo: Amazon). Igualmente, no será necesario pagar el IVA de importación, pero en ese caso, el sujeto pasivo del IVA sobre la venta en el RU es el *marketplace* y no el vendedor.

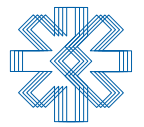
Si el importe total del bien que se envía desde Euskadi al RU, supera los 135 GBP, el vendedor deberá abonar el IVA de importación para que éste pueda pasar por la aduana. También, la operación estará sujeta al IVA sobre la venta en el RU. En este caso, el vendedor será el sujeto pasivo del IVA sobre la venta con independencia de que ésta se realice o no a través de un *marketplace*.

A.2. B2B (Business to Business)

En las ventas realizadas por una empresa residente en Euskadi, a otra empresa residente en RU, aplica la inversión del sujeto pasivo. Es decir, la empresa residente en el RU que recibe el bien es la encargada de coleccionar y abonar a la hacienda británica el IVA sobre las ventas y el IVA sobre las importaciones, cuando éste

⁶⁰ UK Government. VAT Returns - [enlace](#)

⁶¹ El sujeto pasivo es aquel sobre el que recae la obligación tributaria de abonar el impuesto a la hacienda británica (HMRC por sus siglas en inglés).



aplique, con independencia de que la empresa residente en Euskadi haya realizado la venta a través de un *marketplace* o desde su propia web.

B) LA EMPRESA RESIDENTE EN EUSKADI, PRIMERO TRASLADA SUS BIENES A UN ALMACÉN UBICADO EN RU, Y DESDE AHÍ LO ENVÍA AL CONSUMIDOR FINAL O A EMPRESA RESIDENTE EN EL RU.

En estos casos, el vendedor debe pagar el IVA de importación, cuando aplique, para que su bien pase la aduana y llegue al almacén ubicado en RU.

B.1 B2C (Business to Consumer)

Si una vez que la empresa ha enviado sus bienes a un almacén ubicado en RU (stock), realiza la venta de dicho bien y lo envía al consumidor final también ubicado en el RU, el vendedor es el sujeto pasivo del IVA sobre la venta, salvo que ésta se haya realizado a través de un *marketplace*, ya que, en ese caso, el *marketplace* será el sujeto pasivo el IVA sobre la venta con independencia de que el importe del bien haya superado o no el umbral de 135 GBP.

B.2 B2B (Business to Business)

Empresa residente en Euskadi, primero envía sus bienes a un almacén ubicado en RU, y una vez que se produce la venta, envía el bien desde este almacén a una empresa residente en el RU.

En este caso, no aplica la inversión del sujeto pasivo y es el vendedor residente en el extranjero, el responsable de recaudar el IVA y abonarlo a la hacienda británica en todo caso, con independencia de que la operación de comercio electrónico se haya hecho a través de un *marketplace* o no y con independencia de que el importe del bien haya superado o no el umbral de 135 GBP.

5.4.3 Sistema de pago diferido del IVA de importación: Postponed VAT Accounting

El sujeto pasivo del IVA de importación puede acogerse al sistema de pago diferido de ese impuesto: *Postponed Vat Accounting (PVA)* ⁶², el cual permite diferir el pago hasta la fecha en la que se deba presentar la declaración del IVA en la hacienda británica (*VAT returns*), en lugar de pagarlo en el momento del despacho de importación.

Este sistema de pago diferido tiene como objetivo evitar el impacto negativo que genera en el *cash flow*, el hecho de pagar ese IVA en el mismo momento que el bien pasa por la aduana de entrada al RU.

Así, el PVA permite que, en lugar de pagar el IVA de importación y reclamarlo posteriormente, se contabiliza como IVA soportado (*input*) y generado (*output*) en la misma declaración, evitando ese pago por adelantado.

5.5 INCOTERMS – Términos de comercio internacional

Es recomendable que todo vendedor en línea (online) esté familiarizado con la regulación de los [INCOTERMS](#).

5.5.1 ¿Qué son los Incoterms?

Los Incoterms (*International Commercial Terms*) son reglas elaboradas por la Cámara de Comercio Internacional, que se utilizan en los contratos de compraventa internacional, para determinar los riesgos y costes asumidos por cada una de las partes que participan en la importación/exportación, así como el medio de transporte, e incluso el lugar de entrega.

El objetivo principal de los Incoterms es facilitar las operaciones de negocios internacionales.

Los Incoterms se actualizan conforme el comercio internacional evoluciona (véase los Incoterms de 1980, 2000, 2010 y 2020). En la actualidad, los Incoterms 2020 son los que de forma vigente definen las reglas para las transacciones comerciales internacionales.

En caso de que se venda a clientes finales (B2C) se suele hacer uso del Incoterm DDP (*Delivered Duty Paid*) término internacional de comercio que se utiliza cuando el vendedor se responsabiliza de pagar los costes de

⁶² UK Government. Guidance: Check when you can account for import VAT on your VAT Return. 27/07/2020 - [enlace](#)



envío, IVA de importación, despacho en aduana y el resto de las tarifas que apliquen hasta la entrega del bien al consumidor final.

Otro Incoterm de uso común es el DAP (*Delivered at Place*), el cual indica que el vendedor entregará los bienes al comprador, con transmisión del riesgo, cuando éstos se pongan a disposición de la parte compradora, haciendo la descarga de mercancía en el lugar de destino acordado. En caso de que se utilice este Incoterm, es aconsejable indicar de forma detallada el lugar de destino acordado, ya que el vendedor será responsable de la mercancía hasta que se descargue en dicho lugar. En cambio, si se quisiera acordar que el vendedor despache en aduana para la importación, se debería hacer uso del Incoterm DDP mencionado anteriormente.

5.6 La Directiva europea sobre comercio

BREXIT: INAPLICACIÓN DE LA DIRECTIVA EUROPEA SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO (2000/31/CE) EN REINO UNIDO (RU).

Tras el Brexit, la Directiva europea sobre comercio electrónico (2000/31/CE), que fue transpuesta a la legislación del RU por el Reglamento sobre comercio electrónico (Directiva CE) de 2002 (SI 2002/2013), ya no es de aplicación en el RU, y en su lugar se aplica la norma *The Electronic Commerce (Amendment) (EU Exit) Regulations 2019 (ECR)*.⁶³

Dicha normativa es la norma de referencia a cumplir por aquellas empresas europeas que deseen vender sus productos a RU con independencia de que la venta sea un B2C (*Business to Consumer*) o un B2B (*Business to Business*).

A continuación, se abordan algunos de los requisitos que se deben tener en cuenta para cumplir con la regulación de RU (ECR), los cuales, como se podrá observar, guardan gran similitud con los exigidos por la normativa europea.

INFORMACIÓN QUE DEBE FACILITAR LA EMPRESA AL CONSUMIDOR EN VIRTUD DEL ECR.

Con el objetivo de que el comprador sepa exactamente quién le vende la mercancía, la web de la empresa vendedora debe publicar en su portal, de forma clara, de fácil acceso a los consumidores y en inglés, la siguiente información:

- Nombre de la empresa, dirección postal y dirección de correo electrónico.
- NIF.
- Número de IVA británico.
- El número de registro en el Registro Mercantil.
- Datos de cualquier autoridad de supervisión si su servicio está sujeto a un sistema de autorización (como una licencia, certificación o registro).
- Si la actividad comercial requiere de autorización administrativa previa, se deben comunicar los datos relativos de la misma, así como identificar el órgano de supervisión correspondiente.

El Internal Market Bill, del UK Internal Market Act 2020, permite a las empresas con sede en el Reino Unido continuar comerciando entre las cuatro naciones. Este proyecto de ley impacta particularmente a los negocios de producción y alimentos y bebidas, ya que influye en el etiquetado de productos, el bienestar animal, la eficiencia energética y los problemas ambientales, como evitar el plástico de un solo uso.^{64 65 66}

⁶³ Legislation UK Government. The Electronic Commerce (Amendment etc.) (EU Exit) Regulations 2019. 2019 - [enlace](#)

⁶⁴ Klaviyo. The Impact of Brexit on Ecommerce Businesses: All Your FAQs, Answered. 10/02/2021 - [enlace](#)

⁶⁵ Legislation UK Government. The Internal Market Act 2020. 2020 - [enlace](#)

⁶⁶ UK Government. Guidance: An introduction to the UK Internal Market Act (HTML). 16/02/2022 - [enlace](#)



6. El impacto de Brexit en el comercio electrónico en el Reino Unido

En junio de 2016, el Reino Unido votó a favor de abandonar la UE en un referéndum al que el Partido Conservador se había comprometido a celebrar como parte de su campaña para las elecciones generales del año anterior. La decisión desencadenó el inicio del Brexit, un proceso que representa uno de los cambios de dirección más fundamentales emprendidos por una economía avanzada en los últimos tiempos. Se espera que Brexit tenga impactos profundos a largo plazo en la estructura política, social y económica del Reino Unido.

El Reino Unido abandonó oficialmente la UE el 31 de enero de 2020 y estuvo en un período de transición hasta el 1 de enero de 2021, durante el cual ambas partes negociaron un acuerdo de salida. Ambas partes sellaron el acuerdo el 24 de diciembre de 2020, que entró en vigor el 1 de enero de 2021. Si bien el Reino Unido puede continuar comerciando con la UE, se aplican nuevas reglas. Dado que el Reino Unido ya no forma parte del mercado único y ni de la unión aduanera de la UE, existen diferentes reglas para importar y exportar hacia y desde la UE. Se requieren trámites adicionales y verificaciones aduaneras en las fronteras y también han entrado en vigor ciertas restricciones sobre productos específicos, lo que afecta la cadena de suministro y todo el proceso de cumplimiento.

El importante papel del Reino Unido en las ventas transfronterizas con los países de la Unión Europea sigue siendo crucial, y las industrias británicas ya se han visto afectadas por la salida del Reino Unido de la UE y el impacto potencial de los nuevos acuerdos. Algunos de estos impactos son la caída del empleo y el débil crecimiento de los ingresos disponibles, lo que a su vez ha aumentado la demanda de minoristas en línea de menor costo. El nuevo acuerdo con la UE ha presentado costos adicionales y cargas administrativas tanto para los importadores y exportadores del Reino Unido, como para las empresas europeas.⁶⁷

6.1 Condiciones de demanda

La industria del comercio electrónico abarca la venta de una diversa gama de productos. Si bien algunos de estos productos se consideran artículos esenciales, muchos representan compras discrecionales. Como resultado, la demanda de la industria depende en cierto modo de las tendencias de los ingresos y el empleo. Se espera que el desempleo disminuya en 2022-23 después de una subida de desempleo en 2021-22, y se espera que el ingreso real disponible de los hogares disminuya en 2022-23. Se cree que el desempleo ha afectado la demanda y ha provocado que los consumidores controlen el gasto en artículos costosos, por ejemplo, muebles. Sin embargo, en un momento de débil crecimiento de los ingresos disponibles y caída del empleo, los consumidores han migrado hacia los canales en línea en busca de bienes y servicios más baratos, lo que ha beneficiado a los operadores de la industria.⁶⁸

6.2 El mercado del comercio electrónico y el Brexit

El Reino Unido es el mercado de comercio electrónico más grande de Europa, seguido por Francia y Alemania. En 2019, los minoristas de comercio electrónico del Reino Unido generaron ingresos de 2.800 millones de libras a partir de pedidos con base en la UE. Del mismo modo, el 25% de los consumidores del Reino Unido realizó compras a vendedores de la UE en el cuarto trimestre de 2020. Esto demuestra la importancia del flujo de pedidos transfronterizos en el comercio electrónico y la conexión de los mercados del Reino Unido y la UE en este sector.

La pandemia ha impulsado un aumento en la dependencia en el comercio electrónico para el consumidor medio. Las ventas mundiales de comercio electrónico alcanzaron los 212,800 billones de libras en 2020, lo que representa el 19% del total de las ventas minoristas mundiales. El Reino Unido y Europa son mercados cruciales en esta historia de crecimiento global, impulsados principalmente por niveles históricamente altos de actividad transfronteriza. Sin embargo, las nuevas regulaciones relacionadas con el Brexit y el aumento de costos están afectando esta relación transaccional. Al comparar los datos de enero de 2021, el primer mes posterior al Brexit, con diciembre de 2020, las exportaciones totales del Reino Unido a la UE cayeron un 40,7%

⁶⁷ IBISWorld. E-Commerce and Online Auctions in the UK. Major Players. 05/2022 - [enlace](#)

⁶⁸ IBISWorld. E-Commerce and Online Auctions in the UK. Major Players. 05/2022 - [enlace](#)



(5,600 millones de libras), mientras que las importaciones desde la UE disminuyeron un 28,8 % (6,600 millones de libras).⁶⁹ ⁷⁰ La mayoría de las empresas británicas de comercio electrónico han cambiado la forma en que realizan sus operaciones y han implementado varias medidas para salvaguardar sus negocios después del Brexit. ASOS ha aumentado la inversión en sus operaciones de distribución de la UE fuera del Reino Unido. Cabe destacar que el nivel de preparación y las medidas específicas adoptadas varían ampliamente entre las diferentes industrias.⁷¹

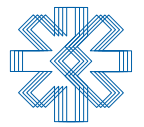
Ya se ha visto que en los últimos meses el movimiento de mercancías entre el Reino Unido y la UE se ha convertido en un desafío. Ya sea por falta de personal en el sector logístico, la crisis de la COVID-19 (véase el apartado 7 de este informe), los requisitos aduaneros o las complejas regulaciones del IVA. Las empresas vascas tendrán que hacer frente a varios riesgos posibles al realizar ventas con el Reino Unido. ⁷²

⁶⁹ Codept. Brexit's impact on cross-border UK/EU e-commerce logistics. 12/2012 - [enlace](#)

⁷⁰ Business Leader. Brexit having hugely negative impact on e-commerce businesses. 15/02/2022 - [enlace](#)

⁷¹ IBISWorld. E-Commerce and Online Auctions in the UK. Major Players. 05/2022 - [enlace](#)

⁷² eClear. A look back at one year of Brexit and its impact on e-commerce. 24/01/2022 - [enlace](#)



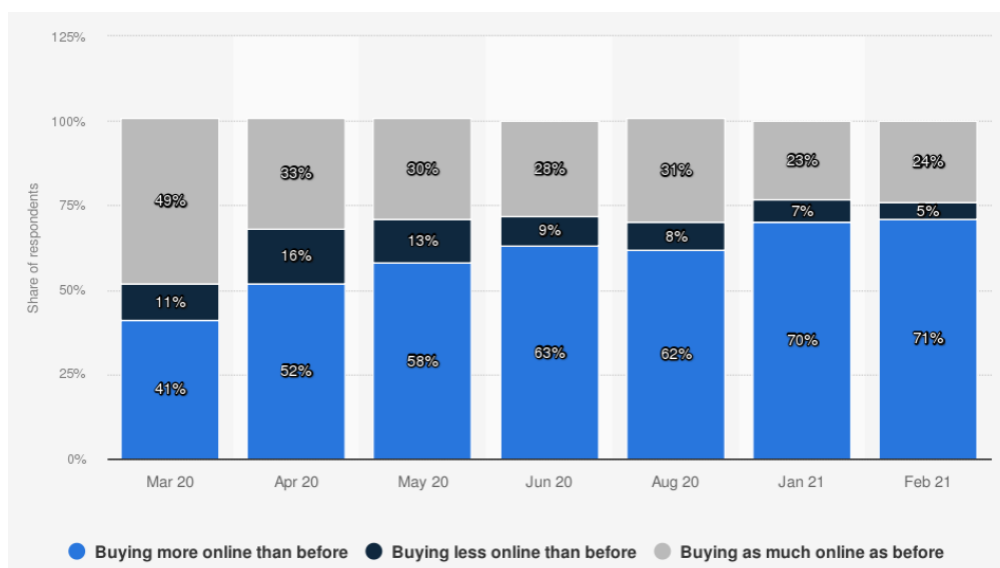
7. Impacto de la COVID-19 en el comercio electrónico en el Reino Unido

Desde que comenzó el primer confinamiento nacional el 23 de marzo, la industria minorista del Reino Unido se ha enfrentado a unos cambios y desafíos sin precedentes. Con el comercio no esencial obligado a cerrar durante el confinamiento y la mayoría de la población confinada en sus hogares, los consumidores se conectaron en línea para comprar tanto productos necesarios para el día a día, como productos de lujo para aliviar el estrés del confinamiento. La manera en que estas nuevas tendencias afectaron a la industria minorista y el comercio electrónico en todo el mundo no tiene precedentes.

La industria minorista, que es una parte importante de la economía del Reino Unido, ya que comprende casi el 5,1% del PIB británico, se ha visto enormemente afectada por la pandemia. El impacto se ha reflejado en las cifras oficiales de ventas al por menor. El volumen total de ventas minoristas en Gran Bretaña cayó un 1,9% en 2020 en comparación con 2019, la mayor caída desde que comenzaron los registros. El impacto ha sido particularmente severo para el comercio minorista no esencial. La pandemia de la COVID-19 pareció acelerar el cambio a las ventas en línea, especialmente con las tiendas físicas no esenciales obligadas a cerrar.⁷³

Antes de la COVID-19, el comercio electrónico ya era una amenaza para la media de los minoristas sin un canal de ventas en línea y la pandemia ha aumentó todavía más el crecimiento y la demanda de comercio electrónico en el Reino Unido. En el primer trimestre de 2020, el comercio electrónico representó el 20,3% del comercio minorista total en el Reino Unido y, en el segundo trimestre, esta participación aumentó al 31,3%.^{74 75} De hecho, el comercio electrónico creció entre dos y cinco veces más rápidamente que antes de la pandemia.⁷⁶ Los siguientes gráficos muestran los cambios en las compras en línea en el Reino Unido debido a la pandemia de la COVID-19.

Cambio porcentual en las compras en línea debido a la pandemia de la COVID-19 en el Reino Unido de marzo de 2020 a febrero de 2021.



(Fuente: Statista)⁷⁷

⁷³ Office for National Statistics. Impact of the coronavirus (COVID-19) pandemic on retail sales in 2020. 01/02/2021 - [enlace](#)

⁷⁴ Retail Gazette. New report predicts Covid-19's permanent impact on ecommerce. 02/03/2022 - [enlace](#)

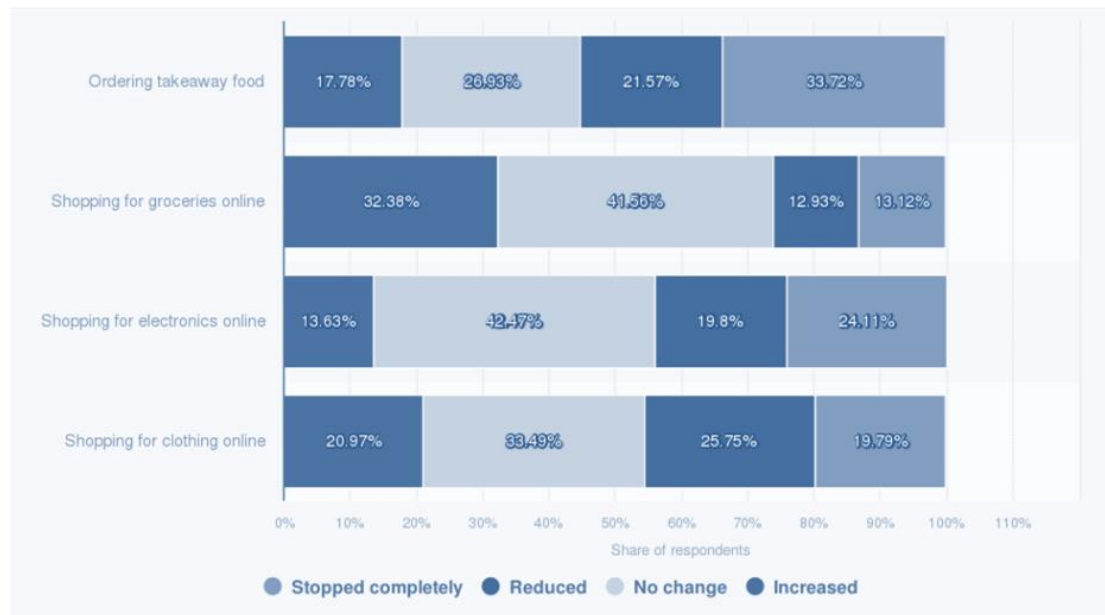
⁷⁵ Asendia. What impact has COVID-19 had on UK e-commerce. 15/12/2020 - [enlace](#)

⁷⁶ McKinsey & Company. The future of work after COVID-19. 18/02/2021 - [enlace](#)

⁷⁷ Statista. Percentage change in online purchases due to the coronavirus (COVID-19) pandemic in the United Kingdom from March 2020 to February 2021. 2021 - [enlace](#)



Impacto de la COVID-19 en las compras online en Reino Unido en mayo de 2020, por actividad de compras



(Fuente: Statista)⁷⁸

Según Nick Carroll, director asociado de investigación minorista en Mintel, “el brote de la COVID-19 es un evento sin precedentes que tiene ramificaciones de gran alcance para el panorama minorista. Acelerará las tendencias subyacentes de la última década: mayor implantación en línea, consolidación del espacio físico y, lamentablemente, quiebras comerciales. Además, aumentará la importancia del papel que juega el comercio minorista dentro de la sociedad del Reino Unido y la necesidad de un mayor apoyo para garantizar que, una vez que se haya reanudado un nivel de normalidad, el espacio minorista físico no sea un entorno tan duro para operar.”⁷⁹

La crisis de la COVID-19 ha acelerado el crecimiento del comercio electrónico hacia nuevas empresas, clientes y tipos de productos. Ha brindado a los clientes acceso a una variedad significativa de productos desde la comodidad y seguridad de sus hogares y ha permitido que las empresas continúen operando a pesar de las restricciones de contacto y otras medidas de confinamiento. A pesar de las diferencias persistentes entre países, la crisis de la COVID-19 ha mejorado el dinamismo en el panorama del comercio electrónico en todos los países y ha ampliado el alcance del comercio electrónico, incluso a través de nuevas empresas, segmentos de consumidores, como, por ejemplo, ancianos, y productos, como los alimentarios.⁸⁰

7.1 Áreas clave de la industria afectadas

Desde el comportamiento del consumidor hasta la predicción de la demanda y la retención, los acontecimientos ocurridos desde marzo de 2020 han alterado o acelerado casi todas las fases del comercio minorista en línea.⁸¹ Algunas áreas clave en las que la industria se verá afectada o se ha visto afectada como resultado de la COVID-19 son las siguientes:

⁷⁸ Statista. Impact of the coronavirus (COVID-19) on online shopping in the United Kingdom (UK) in May 2020, by shopping activity. 04/2020 - [enlace](#)

⁷⁹ Mintel. The Impact of COVID-19 on Retail and Ecommerce – UK – June 2020. 06/2020 - [enlace](#)

⁸⁰ OECD. E-commerce in the time of COVID-19. 07/10.2020 - [enlace](#)

⁸¹ E-Consultancy. Stats roundup: the impact of COVID-19 on ecommerce. 04/03/2022 - [enlace](#)



- El cierre forzoso de minoristas físicos no esenciales en 2020-21 aceleró el cambio en los hábitos de consumo hacia las plataformas minoristas en línea. Según la Oficina de Estadísticas Nacionales, las ventas minoristas en línea aumentaron un 31,6 % interanual en abril de 2021.
- Aunque la industria se ha enfrentado a una mayor competencia de las plataformas en línea de los minoristas tradicionales, el cierre temporal de las tiendas minoristas no esenciales permitió que los minoristas que no son tiendas físicas, incluidos los operadores de comercio electrónico, representen la mayor parte de las ventas minoristas totales en abril. 2020, mayo 2020 y enero 2021.
- El principal operador multinacional de comercio electrónico, Amazon, registró un aumento del 51% en las ventas minoristas en el Reino Unido en 2020. La empresa también anunció planes para ampliar su fuerza laboral permanente en el Reino Unido en 10.000 personas en 2021, lo que eleva el número total de empleados en el Reino Unido a más de 55.000.⁸²

7.2 Impacto de la COVID-19 en las empresas de comercio en línea

7.2.1.1 Amazon

Desde el comienzo de la pandemia, Amazon experimentó un aumento en las ganancias debido al enorme crecimiento en el número de personas que compran en línea y que cambiaron sus hábitos de compra. Este aumento en los hábitos de compra hizo que las ganancias globales de Amazon aumentaran un 220% en mayo de 2021 con 86,512 millones de libras en ventas reportadas en los primeros tres meses de 2021, un 44% más que el año anterior. Amazon también registró 6.458 millones de libras en ganancias con respecto al mismo período del año anterior 2020. Estos resultados del primer trimestre superaron las expectativas de Wall Street y las acciones subieron hasta un 5% en el comercio de postventa.^{83 84 85}

Entre finales de 2021 y principio de 2022, Amazon ha seguido experimentando un aumento en ganancias, aunque de manera más lenta. En el último trimestre de 2021, las ventas del gigante del comercio electrónico aumentaron un 24%, hasta los 109.555 millones de libras. Las ventas también aumentaron un 9% año tras año con respecto al mismo período en 2020.⁸⁶ Según Insider Intelligence, se prevé que las ventas minoristas de comercio electrónico de Amazon en todo el mundo alcancen los 581,950 millones de libras en 2022.⁸⁷

7.2.1.2 ASOS

El 17 de enero de 2022, ASOS publicó su primer informe de impacto económico, con un nuevo análisis que destaca su contribución a la economía y la sociedad del Reino Unido. Según una investigación, realizada por Oxford Economics en nombre de ASOS, la contribución de ASOS al PIB del Reino Unido fue de 18.000 millones de libras en 2019-20.

ASOS planea alcanzar una facturación de 7.000 millones de libras en los próximos tres o cuatro años, lo que impulsará aún más el impacto de ASOS en el Reino Unido, con una contribución al PIB estimada por Oxford Economics que pasará de 2.000 millones de libras a 3.800 millones de libras. Se podrían crear hasta 25.000 nuevos puestos de trabajo gracias a esta contribución adicional al PIB, lo que eleva el número total de puestos de trabajo respaldados por ASOS en el Reino Unido a alrededor de 60.000.⁸⁸ Se ha informado que este aumento en las ganancias se vio muy afectado por el aumento de las ventas en línea debido a la pandemia. También se destaca en el estudio, que ASOS triplicó sus ganancias debido a la pandemia en 2021.⁸⁹

7.2.1.3 Etsy

Etsy es otro de los ejemplos de cómo la pandemia de la COVID-19 ha aumentado la división dentro de la industria minorista, y ha influido decisivamente en el comercio minorista en línea y el comercio electrónico.

⁸² IBISWorld. E-Commerce and Online Auctions in the UK. Major Players. 05/2022 - [enlace](#)

⁸³ The New York Times. Amazon profits soars 220 percent as pandemic drives shopping online. 12/05/2021 - [enlace](#)

⁸⁴ Business Wire. Amazon.com Announces First Quarter Results. 29/04/2021 - [enlace](#)

⁸⁵ BBC News. Amazon hopes pandemic habits stick after profits triple. 29/04/2021 - [enlace](#)

⁸⁶ The Guardian. Amazon profits surge as company raises price of Prime membership. 03/02/2022 - [enlace](#)

⁸⁷ Insider Intelligence. Amazon annual revenue breakdown by segment in 2022. 11/02/2022 - [enlace](#)

⁸⁸ ASOS. ASOS set to boost UK economy by £3.8bn and support an additional 25,000 jobs across the UK within the next four years. 17/01/2022 - [enlace](#)

⁸⁹ The Guardian. ASOS triples profits as COVID crisis boosts online sales. 8/04/2021 - [enlace](#)



El mercado de artesanías en línea Etsy reportó un aumento del 12,9% en sus ganancias del cuarto trimestre de 2020, casi el cuádruple, ya que el valor total de los bienes comprados en su web superó los 7.980 millones de libras en 2020.

Mientras que muchas otras empresas minoristas estaban en dificultades, el valor bruto de la compañía en 2020 se duplicó a 8.220 millones de libras y los ingresos también se duplicaron a 1.380 millones de libras. El director ejecutivo de Etsy, Josh Silverman, dijo en una conferencia telefónica que eso significaba que Etsy ya estaba alcanzando sus "aspiraciones" comerciales tres años antes de lo esperado.⁹⁰

7.2.1.4 British Retail Consortium

En la entrevista que realizó Basque Trade Londres a la colaboradora sénior Natalie Berg del British Retail Consortium sobre el reto al que se enfrentaron como organización con motivo de la pandemia, se habló sobre el apoyo que brindaron y el impacto que tuvieron las empresas, de la siguiente manera: "Nuestra membresía creció significativamente durante la pandemia, con minoristas tanto en línea como físicos que necesitaban apoyo y orientación sobre cómo interpretar y adherirse a las normas que cambian regularmente y difieren en Inglaterra, Escocia, Gales e Irlanda del Norte, para que su negocio pudiera operar. Si bien gran parte de nuestra guía se puso a disposición de todos los minoristas, independientemente de si eran miembros de BRC, muchos de ellos necesitaban apoyo en temas específicos ambiguos o poco prácticos. Los miembros también pudieron sumarse a nuestras tomas de contacto con varios departamentos gubernamentales para que, a través nuestro, tuvieran una voz que de otro modo no hubieran tenido. Microsoft Teams se convirtió en nuestro método principal para compartir información y recopilar información de todos los miembros."

⁹⁰ Forbes. Covid Demand Gave Etsy a Big Boost. Will Customers Stick Around Post Pandemic? 26/02/2021 - [enlace](#)



8. Conclusiones

El sector del comercio electrónico en el Reino Unido ha experimentado enormes cambios en los últimos años, debido a la rápida adopción de la tecnología, a los efectos del Brexit, la COVID-19 y la consecuente dificultad del comercio minorista en línea para satisfacer las demandas diarias de los consumidores. Como tercer mercado de comercio electrónico del mundo y el mayor de Europa, el Reino Unido es un mercado atractivo para que las empresas vascas inviertan en él a pesar de los retos de mercado a los que pueden enfrentarse.

Tras un sector en declive que se centraba en la venta por correo y la venta directa a través de la televisión, la radio y el teléfono, se produjo una revitalización con la expansión de los servicios de Internet y el aumento de los gastos en línea. El carácter cada vez más integrado de Internet y los teléfonos inteligentes en la vida cotidiana del Reino Unido han sido fundamentales en este crecimiento.

Este informe ha recogido la información más destacada del sector, las recomendaciones relativas a restricciones legales como el IVA, el GDPR y la propiedad intelectual, así como los aspectos comerciales a tener en cuenta, como la posible necesidad de contar con proveedores externos de logística o marketing digital.

Algunos de los principales actores del mercado de comercio electrónico del Reino Unido en plena expansión, son Amazon y eBay, dos mercados en línea que las empresas extranjeras que entran por primera vez en el mercado pueden utilizar como posible punto de partida para su negocio de comercio electrónico en el país.

Una recomendación clave a tener en cuenta para las empresas vascas es asegurarse de que todos los productos y materiales de marketing estén correctamente traducidos al inglés británico, ya que esto puede dar una imagen negativa de la empresa. Otras recomendaciones clave incluyen identificar y conocer quiénes son sus potenciales compradores, mercado objetivo, su competencia, y cómo están evolucionando éstos en el comercio en línea.

Finalmente, otras recomendaciones relacionadas con cuestiones legales son la obtención de un número EORI a efectos fiscales o la protección de sus productos a través de una marca registrada en la Oficina de Propiedad Intelectual del Reino Unido. Otras recomendaciones se han incluido en este informe junto con una descripción del mercado de comercio electrónico del Reino Unido.



9. Anexos

Entrevista 1

Esta entrevista se le ha realizado al Natalie Berg, Senior Contributor, British Retail Consortium.

1. Did you see an increase in demand from companies needing support due to Brexit? If so, what measures did you have to put place regarding the expected implications that were faced due to Brexit?
2. According to recent research, we can see that the profits of many online retail businesses increased dramatically since the start of the pandemic. Did the British Retail Consortium have to change the way it works to support its members, and did you see an increased demand in support required?
3. Do you have any suggestions or recommendations for selling online in the UK market for our clients that are looking at setting up retail businesses in the UK?

Our membership grew significantly throughout the pandemic, with both online and bricks-and-mortar retailers needing support and guidance on how to interpret and adhere to the regularly changing and differing guidelines in England, Scotland, Wales and Northern Ireland, in order that their business could operate. While much of our guidance was made available to all retailers regardless of whether they were BRC members, many members needed support on specific issues where it was ambiguous or impractical. Those within membership were also able to join our calls with various Government departments, and through us have a voice that they might otherwise not have. Microsoft Teams became our primary method of sharing insight with and gathering input from members.

We did see an increase in demand from companies needing support due to Brexit, primarily to help their European suppliers prepare for new UK border checks. Working closely with our Government we were able to give retail members the latest insight on the timetable to introduce checks and what was required from suppliers. The retailers used this to ensure their European suppliers had the systems in place to ensure compliance with the new checks, although, they have now been further postponed. We have a dedicated group, or community, which we use to consult with and share the latest information from Government it operates regular calls as well as access to briefings through emails and on our website.

1. ¿Observó un aumento en la demanda de empresas que necesitan apoyo debido al Brexit? De ser así, ¿qué medidas tuviste que tomar con respecto a las implicaciones esperadas que se enfrentaron debido al Brexit?
2. Según investigaciones recientes, podemos ver que las ganancias de muchas empresas minoristas en línea aumentaron drásticamente desde el comienzo de la pandemia. ¿Tuvo que cambiar el British Retail Consortium la forma en que trabaja para apoyar a sus miembros, y vio que se requería una mayor demanda de apoyo?
3. ¿Tiene alguna sugerencia o recomendación para vender en línea en el mercado del Reino Unido para nuestros clientes que buscan establecer negocios minoristas en el Reino Unido?

Nuestra membresía creció significativamente durante la pandemia, con minoristas tanto en línea como físicos que necesitaban apoyo y orientación sobre cómo interpretar y adherirse a las pautas que cambian regularmente y difieren en Inglaterra, Escocia, Gales e Irlanda del Norte, para que su negocio pudiera operar. Si bien gran parte de nuestra guía se puso a disposición de todos los minoristas, independientemente de si eran miembros de BRC, muchos miembros necesitaban apoyo en temas específicos en los que era ambiguo o poco práctico. Los miembros también pudieron unirse a nuestras llamadas con varios departamentos gubernamentales y, a través de nosotros, tener una voz que de otro modo no tendrían. Microsoft Teams se convirtió en nuestro método principal para compartir información y recopilar información de los miembros.



Vimos un aumento en la demanda de las empresas que necesitaban apoyo debido al Brexit, principalmente para ayudar a sus proveedores europeos a prepararse para los nuevos controles fronterizos del Reino Unido. Trabajando en estrecha colaboración con nuestro gobierno, pudimos brindar a los miembros minoristas la información más reciente sobre el cronograma para introducir controles y lo que se requiere de los proveedores. Los minoristas utilizaron esto para asegurarse de que sus proveedores europeos tuvieran los sistemas establecidos para garantizar el cumplimiento de los nuevos controles, aunque ahora se han pospuesto aún más. Tenemos un grupo o comunidad dedicado, que usamos para consultar y compartir la información más reciente del gobierno. Opera llamadas periódicas y acceso a sesiones informativas a través de correos electrónicos y en nuestro sitio web.

EUSKADI
BASQUE COUNTRY



Alameda Urquijo, 36 5ª Planta Edificio Plaza Bizkaia
48011 Bilbao info@basquetrade.eus
(+34) 94 403 71 60

SCORNIK
GERSTEIN
LLP

Scornik Gerstein LLP -
9-10, Staple Inn, London WC1V 7QH.
e: london@scornik.com
t: +44 (0) 207 831 7070
m: +44 (0) 754 066 7073
e: london@scornik.com