

E-Commerce

Todo lo que necesitas saber como autónomo

DECLARANDO

Índice

Definición y tipos de ecommerce según el modelo de negocio	3
Diferencias entre ecommerce dependiendo de quién opera	5
Cómo darse de alta para abrir un ecommerce	7
Diferencia entre el comerciante y el intermediario	8
Cuatro decisiones clave para el éxito de tu ecommerce	9
Gestionando el IVA en un ecommerce	11
Entonces, a la pregunta: qué tener en cuenta para montar un ecommerce...	13

Ecommerce: Todo lo que necesitas saber como autónomo

Porque no es necesario hacer grandes inversiones para sacar adelante el negocio, ni en gastos de alquiler del local... Y porque en algunos casos ni siquiera hay que afrontar gastos de producción y almacenaje de los productos.

Razones que expliquen el auge del ecommerce como modelo de negocio en los últimos años hay a montones. Y como gestoría especializada en ecommerce que somos, no nos queda ni media duda de que el ecommerce no va a hacer más que crecer y crecer.

Por si acaso estás empezando a tantear esto del ecommerce, en esta guía vamos a cubrir un poco los básicos y a contarte qué son, qué tipos de ecommerce existen o cuáles son los primeros pasos para crear el tuyo.

Pero sobre todo, vamos a hablar de lo que más os preocupa a los autónomos, que lo sabemos bien: cómo darse de alta, cómo gestionar el IVA de un ecommerce y la declaración de impuestos... es decir, todo lo relacionado con la fiscalidad.

Definición y tipos de ecommerce según el modelo de negocio

Comercio electrónico sería la traducción del término. Sí, sí, el ecommerce no es más (y tampoco menos, porque no es fácil) que comprar y vender productos por Internet.

Además, la tienda que vende los productos o los servicios online, muchas veces también es conocida como ecommerce.

Por eso es fácil que veas esta palabra refiriéndose por igual al concepto de la actividad que haces y a la tienda en la que vendes.

Además, los ecommerce pueden ser diferentes dependiendo de su modelo de negocio y cada uno de ellos tiene una fiscalidad propia. Por eso es importante que los conozcas, que luego cometes un pequeño fallo y Hacienda llama a tu puerta.

- **Tienda online con productos propios:** igual que una tienda física de productos propios pero con [ventas online](#).
- **Dropshipping:** en este tipo de ecommerce no se crea, almacena, ni se envía el producto, sino que lo hace un tercero. Para saber más puedes leer [nuestra guía sobre el dropshipping](#).
- **Ecommerce de afiliación:** lo que este tipo de negocio hace es referir al cliente a otra tienda y esta paga una comisión al confirmarse la venta. Lo habrás visto cientos de veces en el caso de tiendas online que redirigen la venta a Amazon.
- **Membresía:** suscripción periódica (semanal, mensual, bimensual...). Un ejemplo son las cajas sorpresa. Ventas recurrentes.
- **Marketplace:** se puede traducir como una tienda de tiendas, o lo que es lo mismo: un mercado. Es una web donde diferentes vendedores venden sus productos. Otra vez, el ejemplo más claro es el de Amazon.
- **Servicios:** también existen negocios online de formación, consultoría, mentoría, etc. A pesar de que no venden productos físicos, pueden vender servicios en forma de productos digitales, por lo que también podemos considerar estos negocios como un tipo de ecommerce.

Estas son las tipologías que existen a día de hoy, pero los avances en este sector hacen que los ecommerce vayan saliendo constantemente.

Diferencias entre ecommerce dependiendo de quién opera

Antes de saber cómo abrir un ecommerce, lo primero es ver los tipos de comercios que hay para poder elegir cuál se adapta más a tu idea y poder aplicar la fiscalidad que toca.

Dependiendo de la operación y de los implicados en el momento de la venta, podemos distinguir entre diferentes tipos:

Business-to-Consumer (B2C): Este ecommerce se dedica a la compra-venta entre empresas y particulares. En este caso se ofrecen servicios o productos en venta a través de la web. Algunos ejemplos serían Amazon, El Corte Inglés o MediaMarkt.

Business-to-Business (B2B): Como su propio nombre indica, el ecommerce B2B son comercios online que venden de empresa a empresa.

Esto puede ser por la naturaleza de la venta, por ejemplo, en productos industriales, o por las cantidades, como es vender al por mayor.

Business-to-Business (B2B): Como su propio nombre indica, el ecommerce B2B son comercios online que venden de empresa a empresa.

Business-to-Employee (B2E): Este tipo de negocio aunque no es lo más normal, también se da y se produce cuando hay una venta entre empresa y empleado o B2E.

Esta venta se hace a través de su intranet donde incluyen para sus trabajadores ofertas o productos con condiciones especiales.

Business-to-Business (B2B): Como su propio nombre indica, el ecommerce B2B son comercios online que venden de empresa a empresa.

Business-to-Administration (B2A): En este caso la operación se da cuando un comercio electrónico presta un servicio a la administración pública (B2A).

Un ejemplo de esta relación son los negocios que se dedican a los portales de transparencia para los organismos públicos.

Business-to-Investors (B2I): Dentro de los casos de comercio electrónico no tan habituales, también está la relación comercial que ofrece servicios a los inversores.

Aquí hablamos de relación empresa-inversor y sus siglas son B2I.

Consumer-to-Business (C2B): Dando la vuelta al B2C encontramos el C2B, un modelo de negocio donde el consumidor crea valor al negocio.

Este tipo de comercio electrónico se da, por ejemplo, cuando un influencer recomienda un enlace a la venta de un producto y recibe un pago de parte de la compañía por compartirlo.

Consumer-to-Consumer (C2C): En el otro lado, cuando se vende de cliente a cliente hablamos de C2C.

Un ejemplo claro serían las plataformas de venta online como eBay o Wallapop donde los propios particulares son quienes venden sus productos y le ponen un precio, y son otros particulares quienes los compran.

Una vez decidido el tipo de comercio electrónico que quieres llevar a cabo, viene el proceso de darte de alta como autónomo. Veamos cómo hacerlo paso a paso.

Cómo darse de alta para abrir un ecommerce

Una vez con la idea de negocio clara, el primer paso para abrir un ecommerce es ser autónomo y, para hacerlo, debes darte de alta en Hacienda y la Seguridad Social.

El alta en el modelo 036 y 037 y el IAE

La forma de [darte de alta como autónomo](#) para montar un ecommerce es presentar el [modelo 036 o 037](#) en la AEAT, que sirve para informar a Hacienda sobre la actividad en la que quieres darte de alta.

Para hacerlo, la Agencia Tributaria ha creado epígrafes — los llamados epígrafes IAE — que no son más que las actividades profesionales a las que te puedes dedicar y que se expresan en forma de numeración.

Estos epígrafes van a marcar tu vida laboral como autónomo porque dependiendo de tu IAE tendrás unas obligaciones fiscales u otras; por ejemplo, marcar un IAE u otro dicta si tienes que añadir IRPF o IVA en tus facturas. Por eso es tan importante saber elegir bien tu epígrafe.

Si tienes cualquier duda nuestros abogados fiscalistas pueden ayudarte dependiendo de tu caso en concreto. [Reserva una llamada gratuita de asesoramiento](#) y ellos te explican sin compromiso.

De todas formas, vamos a poner un ejemplo que siempre queda más claro.

Imaginemos que Juan quiere abrir un ecommerce de gafas de sol para surfers. Lo primero que tendría que hacer es **presentar el modelo 037**, que es el modelo de alta simplificado o el 036, una versión extendida y más compleja (pero necesaria en algunos casos).

Una vez decidido esto, **toca elegir el IAE que le toca**. Y en este caso, a Juan le correspondería el **epígrafe 659.3**, que se refiere al comercio al por menor de aparatos ópticos entre otros.

Llegados a este punto es importante parar un momento para matizar qué entiende Hacienda por autónomo que abre un ecommerce.

Para abrir un ecommerce Hacienda te tiene que dar la condición de comerciante antes. Esta situación lo que implica es que vas a tener que hacer **facturas tanto de compra al proveedor como de venta hacia el cliente**.

Además, es importante que tengas una tienda online propia donde vendas tus productos para ser considerado como tal.

Para el **almacenaje de los productos**, Hacienda no lo considera importante en la condición de comerciante pero sí para la fiscalidad del IVA. Es así, porque no es lo mismo almacenar un producto, que almacenarlo, manipularlo y alterarlo (pintarlo o serigrafiarlo, por ejemplo).

En resumen, es importante que hagas las operaciones de compraventa a tu nombre y que tengas una tienda de venta de productos propia. Si cumples estos dos requisitos, Hacienda te asignará la condición de comerciante y podrás abrir el ecommerce.

Diferencia entre el comerciante y el intermediario

Otro punto importante es saber **diferenciar entre comerciante e intermediario** cuando te das de alta porque Hacienda hace distinciones.

La diferencia más clara es que los intermediarios reciben una comisión de venta, no se llevan el pago final que hace el cliente por la compra del producto.

Además, no tienen web ni almacenan los productos porque eso lo hace al comerciante; los intermediarios solo son el paso intermedio para hacer llegar el producto al cliente.

Si crees que eres intermediario, te toca incluir en tu alta el **IAE 631** que hace referencia a los intermediarios de comercio y no a los comerciantes.

Cuatro decisiones clave para el éxito de tu ecommerce

Tener una buena plataforma para vender tus productos es muy importante, pero no lo es todo, una vez te das de alta como autónomo y creas tu negocio tienes que ponerte en marcha para mantenerlo y hay factores que son clave para afianzar tu comercio electrónico en el mercado.

El nicho de mercado: primera decisión

Una de las primeras decisiones que tienes que tomar es elegir hacia dónde quieres dirigir tu negocio, qué productos o servicios quieres vender y a qué precio.

Nosotros siempre recomendamos analizar el entorno y posicionarte en nichos o áreas temáticas que no estén todavía muy explotados. Esta decisión puede ser la clave para el éxito de tu negocio.

Te pongo un ejemplo; en la primera ola de la pandemia, vimos como el comercio electrónico dedicado al material deportivo catapultó su facturación porque todo el mundo desde su casa comenzó a hacer deporte cuando antes no lo hacía.

En ese momento, en el que no podíamos salir de casa, el nicho de mercado se centraba en la compra online de estos productos.

Selección de proveedores: segunda decisión

Igual que decidir qué nicho de mercado es el mejor para empezar, también es importante tener una buena estructura y esta pasa por los proveedores.

Es muy importante que los productos lleguen a su destino a tiempo y en perfectas condiciones, además, es vital también que la calidad-precio de los productos sea buena, por eso, el papel de los proveedores en el negocio es tan importante.

Para elegirlos, hay algunos tips que puedes seguir, por ejemplo, comprobar opiniones de otros clientes, conocer sus tiempos de entrega o comprobar la sostenibilidad de este en el mercado. Este último tip es importante porque si el proveedor desaparece tu negocio también lo hará.

Por todo esto, es mejor si tu proveedor tiene ya antigüedad en el mercado o tiene fábrica propia.

La gestión de las redes sociales y publicidad online: tercera decisión

El siguiente paso es sacarle el máximo partido a las redes sociales. Es importante porque son canales de captación de futuros clientes y un buen entorno donde hacer pruebas para saber qué productos funcionan mejor.

Es más, muchas veces hemos visto como comercios online se lanzan al mercado después de tener una comunidad grande de seguidores que apoyarán sus productos.

Pero una cosa está clara: tienes que conseguir crear marca con tus redes sociales, transmitir la filosofía del negocio, acercarlo al público y fidelizarlo. Este va a ser un canal clave de tu estrategia si sabes gestionarlo.

Regularizar tu actividad: cuarta decisión

Como en todos los negocios, llevar la fiscalidad al día es muy importante. Justo por eso, es una cuestión que tienes que tener en cuenta desde el principio. Sentar unas bases sólidas es importante para mantener el negocio.

Además, con un ecommerce posiblemente tendrás compraventas intracomunitarias e internacionales con clientes y proveedores, que en muchos casos pasarán por aduanas.

Por eso, debes estar inscrito en instituciones como el **ROI** o el **IOSS** y este tipo de información y asesoramiento debe dártelo tu gestor. Recuerda que desde Declarando podemos ayudarte con este punto.

Entonces, recapitulando, si a estas cuatro claves, le añades la investigación de mercado, un análisis del presupuesto y unos objetivos claros, estarás asentando tu negocio sobre unas buenas bases.

Gestionando el IVA en un ecommerce

Y aquí viene el meollo de la cuestión, cómo se opera con el **IVA** en un ecommerce, porque sí, sabemos que la fiscalidad siempre es lo más difícil de todo esto, pero cumplir con las normas no es una opción.

Encima, la gestión del IVA en un comercio electrónico cambia dependiendo de cómo vendes los productos y del tipo de clientes que tengas.

Por eso, es importante que entiendas bien cómo funciona, para no cometer errores ni emitir facturas que acaben siendo sanciones. Tranquilo, ya sabes que podemos ayudarte.

Qué pasa si tus clientes son españoles

Si el cliente es español, lo normal es que tengas que aplicar un IVA del 21 % y te tocará hacer facturas de venta con IVA.

Pero cuidado, porque hay una excepción a tener en cuenta. No hará falta que emitas facturas cuando hagas ventas menores de 400 € (incluyendo el IVA) a clientes particulares.

En ese caso, Hacienda no pide factura porque sabe que es difícil pedir los datos de facturación a una persona particular.

Y qué pasa si vendes a clientes europeos

El IVA en ventas a países europeos cambia. Si tu cliente es una empresa, lo primero que debes hacer es saber si está dada de alta en el ROI o Registro de Operadores Intracomunitarios (esto lo puedes saber en el [VIES](#)).

Además, tú también tienes que estar registrado como operador intracomunitario. Si los dos estáis dentro, no hará falta que añadas el IVA, porque se aplica la exención del IVA por [inversión del sujeto pasivo](#).

Pero cuidado, porque para llevar una contabilidad de facturas intracomunitarias exentas de IVA, estas deben tener un párrafo que haga referencia al tipo de facturas que son.

Con Declarando, el IVA se genera automáticamente gracias al software de facturación y gestión fiscal que tiene integrada la plataforma. Es muy fácil y evita tener que hacer operaciones que suelen generar errores en la creación de facturas.

Sobre si informar o no a Hacienda; si vendes a clientes y/o proveedores europeos que **no sean particulares**, tendrás que presentar el [modelo 349](#).

Si son clientes europeos particulares, en las ventas se aplica el IVA español directamente y si pasas el umbral de 10.000 € tienes que darte de alta en la mini-ventanilla única y presentar el [modelo 369](#).

Clientes no europeos

Por último, en las ventas a clientes no europeos — sean empresas o particulares — tampoco se aplica IVA español, sino que el IVA corre a cargo del país del cliente.

En estos casos, es importante recordar que si haces importaciones o exportaciones estás obligado a registrarte en el EORI, una especie de alta en Aduanas que te permite exportar los productos que vendes fuera de Europa.

Entonces, a la pregunta: qué tener en cuenta para montar un ecommerce...

Lo primero es tener en cuenta el tipo de negocio que quieres abrir: dropshipping, tienda de productos propios, ecommerce de afiliación, marketplace... Además de decidir si quieres que sea de B2B, B2C, B2E...

Una vez lo tienes claro, debes darte de alta como autónomo presentando el modelo 036 y 037 en la AEAT.

Por otro lado, es importante que sepas cómo gestionar el IVA de tus ventas dependiendo del negocio que vayas a desarrollar y esto implica saber a qué público vas a dirigir tus ventas: clientes españoles, europeos, no europeos...

Si tienes cualquier duda sobre los ecommerce, ya sabes que nuestro equipo de expertos puede resolver tus dudas en una [llamada gratuita de asesoramiento](#).