Centro de Estudios de Consumo

PUBLICACIONES JURÍDICAS
www.uclm.es/centro/cesco

SIGUIENDO EL ITINERARIO DEL MERCADO ÚNICO DIGITAL: NOVEDADES NORMATIVAS SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO*

Mª Nieves Pacheco Jiménez
Profesora Contratada Doctora de Derecho civil
Centro de Estudios de Consumo
Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de publicación: 25 de mayo de 2016

1. Avanzando en el Mercado Único Digital

En el incesante recorrido hacia el Mercado Único Digital con los objetivos de mejorar el acceso a la información, desmaterializar el consumo, reducir la huella ambiental y rebajar los costes de las transacciones online, para lo que es preciso eliminar las correspondientes barreras nacionales[1], la Comisión Europea ha presentado con fecha 25 de mayo un paquete de medidas sobre comercio electrónico para que los consumidores y las empresas puedan aprovechar plenamente el referido Mercado Único[2].

De hecho, tal y como señala la propia Comisión, el valor del *e-commerce* está creciendo en la Unión Europea pero su potencial pleno aún está por llegar. Sólo el 15% de los consumidores compra en línea en otro país de la UE, y el 8% de las empresas vende de manera transfronteriza[3]. Estos datos tan humildes se deben en gran medida a la complejidad y a la carestía de las transacciones.

* Trabajo realizado en el marco de la Ayuda del Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia (Subprograma Estatal de Generación de Conocimiento) del Ministerio de Economía y Competitividad, otorgada al Grupo de investigación y Centro de investigación CESCO, *Mantenimiento y consolidación de una estructura de investigación dedicada al Derecho de consumo*, dirigido por el Prof. Ángel Carrasco Perera, de la UCLM, ref. DER2014-56016-P.

[1] *Vid*. http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.4.html#_ftn4

[2] *Vid*. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-1887_es.htm

[3] *Vid*. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-16-1896_en.htm

Las medidas propuestas para impulsar el comercio electrónico se centran en tres ámbitos: combatir el bloqueo geográfico[4], implementar los servicios de paquetería transfronterizos[5] y reforzar la defensa de los derechos de los consumidores[6].

2. Triple plan de medidas

Las medidas planteadas por la Comisión Europea se resumen como prosigue:

1) Propuesta legislativa para abordar el bloqueo geográfico injustificado y otras formas de discriminación por razón de la nacionalidad o del lugar de residencia o de establecimiento.

   Puede observarse que cuando un consumidor entra en una tienda en otro país de la UE, el propietario no le pide su documento de identidad para aceptar la compra o adaptar el precio o las condiciones. Sin embargo, en las transacciones online habitualmente se impide a los consumidores acceder a ofertas en otros países, para lo que se les desvía hacia un sitio web específico de su país o se les exige que paguen con una tarjeta de débito o de crédito de un determinado país.

[4] Günther H**.** Oettinger, comisario de Economía y Sociedad Digitales, ha declarado: "La iniciativa sobre el bloqueo geográfico establece el equilibrio adecuado para, por un lado, satisfacer el interés de los consumidores por comprar en línea sin fronteras y, por otro, ofrecer una seguridad jurídica suficiente a las empresas. Confío en que nuestro enfoque, al tener debidamente en cuenta las especificidades de determinados sectores, dé el impulso adecuado al comercio electrónico transfronterizo en la UE".

[5] Andrus Ansip, vicepresidente responsable del mercado único digital, ha señalado*:* "Con demasiada frecuencia, las personas no pueden acceder a las mejores ofertas en sus compras en línea o deciden no comprar en otros países porque los precios de envío son excesivos o temen no poder ejercer sus derechos si algo sale mal. Deseamos resolver los problemas que impiden a los consumidores y a las empresas aprovechar plenamente las oportunidades de comprar y vender productos y servicios en línea".

[6] Elżbieta Bieńkowska, comisaria de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes, ha declarado: "La discriminación entre los consumidores de la UE como consecuencia de la pretensión de segmentar los mercados según las fronteras nacionales no tiene cabida en el mercado único. Unas normas más claras, un mejor cumplimiento de las normas y unos servicios de paquetería transfronterizos más asequibles ayudarán a los consumidores y a las empresas, especialmente las pymes, a sacar el máximo partido del mercado único de la UE y del comercio electrónico transfronterizo".
Věra Jourová, comisaria de Justicia, Consumidores e Igualdad de Género, ha afirmado: "En Europa, demasiadas personas recelan de las compras en línea porque desconocen sus derechos o consideran que es difícil ejercerlos. Quiero que los consumidores compren en línea con la misma confianza que en los comercios tradicionales. Vamos a dar a las autoridades de protección de los consumidores los medios necesarios para defender mejor los derechos de los consumidores en línea y combatir las prácticas fraudulentas. El paquete de medidas presentado hoy constituye un importante paso para acompasar la protección de los consumidores al comercio en línea y ofrecer seguridad jurídica a los comerciantes".

Las medidas propuestas pretenden garantizar que los consumidores que deseen comprar productos y servicios en otro país de la UE, online o en persona, no resulten discriminados en lo referente al acceso a los precios, a las ventas o las condiciones de pago, salvo que la discriminación esté objetivamente justificada por motivos como el IVA o determinadas disposiciones jurídicas de interés público. En definitiva, la nueva regulación ofrecerá seguridad jurídica y medios para hacer respetar los derechos en relación con los productos y servicios vendidos online y en el comercio tradicional.

2) Propuesta legislativa sobre servicios de paquetería transfronterizos para aumentar la transparencia de los precios y mejorar la supervisión reglamentaria.

Los consumidores y las pequeñas empresas se quejan de los problemas relacionados con el envío de paquetes, concretamente por los elevados gastos que conllevan los envíos transfronterizos. Consecuentemente esto les impide realizar más ventas y compras en toda la UE.

Las medidas propuestas aumentarán la transparencia de los precios difundiendo listas de precios públicos de proveedores de servicios universales –fomentando la competencia- y la supervisión reglamentaria de los servicios de paquetería transfronterizos, de modo que los consumidores y los minoristas puedan beneficiarse de envíos asequibles y opciones de devolución adecuadas, incluso en regiones periféricas.

3) Propuesta legislativa para reforzar la defensa de los derechos de los consumidores y aumentar su e-confianza. Orientaciones para aclarar lo que debe considerarse una práctica comercial desleal en el mundo digital.

Como observa la propia Comisión Europea, alrededor del 37% de los sitios web de comercio electrónico relativo a viajes, entretenimiento, ropa, productos electrónicos y servicios de crédito al consumo no cumplen con las normas básicas de consumo, generando un perjuicio de 770 millones de euros al año para los consumidores que hacen compras transfronterizas online[7].

Gracias a la propuesta de revisión del Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores, se otorgará más poder a las autoridades nacionales para defender mejor los derechos de los consumidores. Éstas podrán

[7] *Vid*. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-16-1896_en.htm

por tanto: a) comprobar si en los sitios web se hace un bloqueo geográfico de los consumidores o se ofrecen condiciones de postventa que incumplan las normas de la UE (v. gr., derechos de desistimiento); b) ordenar el cierre inmediato de sitios web en los cuales se cometan estafas; c) solicitar información a los registradores de dominios y a los Bancos para conocer la identidad del comerciante responsable.

Asimismo, y en el supuesto de violaciones de los derechos de los consumidores a escala de la UE, la Comisión podrá coordinar acciones comunes con las autoridades policiales nacionales para poner fin a estas prácticas. Con ello se garantizará una protección de los consumidores más rápida y se ahorrará tiempo y recursos a los Estados miembros y a las empresas.

Por otro lado, la Comisión publica Orientaciones actualizadas sobre prácticas comerciales desleales para afrontar, en particular, los desafíos que plantea el mundo digital. En este sentido aclara la aplicación de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales. Así, señala que toda plataforma en línea que pueda considerarse un comerciante y promueva o venda bienes, servicios o contenidos digitales a los consumidores debe garantizar que sus propias prácticas comerciales cumplan plenamente el Derecho de la UE respecto a los consumidores. Además, las plataformas deben indicar con claridad que las normas sobre las prácticas comerciales desleales no se aplican a las personas privadas que vendan bienes, y los motores de búsqueda deben distinguir claramente entre los posicionamientos de pago y los resultados de una búsqueda normal.

Por último, las referidas Orientaciones incluyen también dos conjuntos de principios de autorregulación acordados entre las partes interesadas: uno apoyará los instrumentos de comparación para mejorar el cumplimiento de la Directiva; el otro ayudará a velar por el cumplimiento de las normas sobre las prácticas comerciales desleales en el caso de las alegaciones medioambientales engañosas e infundadas.