



Comisión
Europea

FICHA INFORMATIVA DE ESPAÑA

DICIEMBRE DE 2015

CONTRATOS PARA EL MERCADO DIGITAL EN EUROPA



¿Cuál es el potencial inexplorado del comercio electrónico transfronterizo en España?

Empresas

A pesar del rápido crecimiento del comercio electrónico, la mayoría de las empresas españolas no aprovechan al máximo el mercado único digital.

Solo un 19% de los minoristas españoles vende en línea a consumidores de otros países de la UE, mientras que casi el triple de ellos (un 53%) vende en línea en su propio país.

53%

Las diferencias en las legislaciones contractuales nacionales son un obstáculo importan-

te en las ventas transfronterizas para **uno de cada dos minoristas españoles** que venden actualmente en línea (el 53%).

Si se aplicaran las mismas normas para el comercio electrónico en toda la UE, **el 57% de las empresas españolas** que participan activamente en el comercio transfronterizo en línea o están interesadas en este ámbito iniciarían o aumentarían «indudablemente» o «en cierto grado» sus ventas transfronterizas en línea.

57%

Consumidores

Los consumidores españoles también se pierden la oportunidad de contar con una mayor variedad de productos y con mejores precios. **Solo un 15%** de los consumidores españoles compra en línea en otros países de la UE, mientras que el 30% compra en línea en su propio país.

44%

La escasa confianza desempeña un papel clave: **solo un 44% de los consumidores españoles se siente seguro** cuando compra en línea en otro país de la UE.

Tres de las diez preocupaciones principales de los consumidores con respecto a las compras en línea en otros países de la UE guardan relación con los principales derechos contractuales, como que no les llegue el pedido, la entrega de un producto incorrecto o dañado o la reparación y sustitución de un producto defectuoso.

El **63% de los consumidores españoles** que accedió a cuatro de los tipos de **contenido digital** más conocidos

(música, juegos, software antivirus y almacenamiento en la nube) en los últimos 12 meses **tuvo al menos un problema** relacionado con la calidad, el acceso o los términos y condiciones del contenido que había pagado. Además, el **42%** de los consumidores españoles tuvo al menos un problema con el contenido adquirido de manera gratuita.

42%

¿Qué solución propone la Comisión Europea?

La Comisión propone dos Directivas: una para el contenido digital y otra para los bienes. Juntas garantizarán que se apliquen las mismas normas clave de derecho contractual en toda la UE para las compras de bienes y el suministro de contenido digital en línea.

Empresas

¿Cómo mejorarán estas Directivas la vida de las empresas españolas?

Las empresas españolas podrán suministrar contenido digital y vender bienes en línea a los consumidores de toda la UE, en virtud del mismo conjunto de normas de derecho contractual. Esto aumentará la seguridad jurídica y creará un entorno favorable a la empresa.



Cuando suministren contenido digital, las empresas españolas evitarán el coste de la fragmentación jurídica que ha surgido debido a la ausencia de normas para toda la UE y al hecho de que algunos Estados miembros estén empezando a poner en marcha legislaciones nacionales específicas. Cuando vendan bienes, las empresas se ahorrarán los costes de adaptación a las normas de derecho contractual de cada uno de los Estados miembros en los que deseen vender.



Las normas comunes para toda la UE reducirán las preocupaciones de los consumidores en cuanto al derecho contractual. Más **consumidores empezarán a animarse a comprar en línea en otros países de la UE**, con lo que se creará un mercado de **70 millones** de compradores transfronterizos en línea. Esto abrirá nuevos mercados y será especialmente beneficioso para las pymes que necesitan crear su base de clientes y, a menudo, deben ir más allá de su mercado nacional.



Consumidores

¿Cómo mejorarán estas Directivas la vida de los consumidores españoles?

Los consumidores españoles tendrán acceso a ofertas de más minoristas en toda la UE y, por lo tanto, se beneficiarán de una **mayor variedad de productos, a precios más competitivos**.

Los consumidores tendrán derechos específicos con un alto grado de protección cuando accedan a contenido

digital y compren bienes en línea. Para el contenido digital, se aplicarán las normas independientemente de que los consumidores paguen con dinero o proporcionen sus datos personales al proveedor para acceder al contenido (por ejemplo, cuando simplemente se registren).

CONTENIDO DIGITAL:



Responsabilidad del proveedor por defectos: si el contenido digital es defectuoso, el consumidor puede pedir una reparación. No habrá límite de tiempo en cuanto a la responsabilidad del proveedor por dichos defectos, ya que, a diferencia de los bienes, el contenido digital no está sujeto a desgaste.



Inversión de la carga de la prueba: si el contenido digital es defectuoso, el consumidor no tendrá que demostrar que el defecto existía en el momento de la entrega, sino que será el proveedor quien tenga que demostrar que no era así. Esto es importante si se considera la naturaleza técnica del contenido digital, donde puede ser especialmente difícil para los consumidores justificar la causa de un problema.



Derecho de rescindir un contrato: los consumidores tendrán el derecho de rescindir los contratos a largo plazo y aquellos en los que el proveedor realice cambios importantes.

BIENES:



Inversión de la carga de la prueba durante dos años: actualmente en España, durante un periodo de 6 meses, un consumidor que pide una reparación o sustitución de un producto defectuoso no necesita demostrar que el defecto existía en el momento de la entrega; es el vendedor quien tiene que demostrar lo contrario. El periodo de tiempo durante el que el vendedor tiene la carga de la prueba se ampliará ahora a dos años.



Ningún deber de notificación: los consumidores no perderán sus derechos si no informan al vendedor de un defecto en un periodo determinado de tiempo, tal como ocurre actualmente en España.



Defectos menores: si el vendedor no puede o no consigue reparar o sustituir un producto defectuoso, los consumidores tendrán el derecho de rescisión del contrato y de reembolso en caso de defectos menores.

¿Cómo contribuirán estas Directivas al crecimiento económico?

La eliminación de los obstáculos relacionados con el derecho contractual facilitará el comercio transfronterizo.



Se prevé que la expansión económica **aumente el PIB de la UE en 4 000 millones EUR** respecto a su nivel actual.



En concreto, se prevé que el PIB de España aumente en 520 millones EUR aproximadamente.



La mayor competencia reducirá los precios para el consumidor en toda la UE. Esto implicará un mayor bienestar para los consumidores y se prevé que aumente el consumo de los hogares de la UE en **18 000 millones EUR** respecto a su nivel actual.



En **España**, se estima que la disminución de los precios al consumidor aumente el consumo de los hogares en 2 300 millones EUR.

FUENTES:

- *Flash Eurobarometer 396 'Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2015)*
- *Flash Eurobarometer 413 'Companies engaged in online activities' (2015)*
- *Eurostat Survey on Internet purchases by individuals (2015)*
- *Eurobarometer 397 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2014)*
- *'Consumer surveys identifying the main cross-border obstacles to the Digital Single Market and where they matter most', GfK (2015)*
- *'Economic Study on Consumer Digital Content Products', ICF International (2015)*
- *'The Macro-economic Impact of e-Commerce in the EU Digital Single Market' (2015)*

Věra Jourová, comisaria de Justicia, Consumidores e Igualdad de Género  #VeraJourova

Dirección General de Justicia y Consumidores  #EU_consumer  EUJustice  EUJustice

#DigitalSingleMarket
<http://ec.europa.eu/justice/dsm>



Oficina de Publicaciones