

La UE llega a un acuerdo para impedir el geobloqueo en las compras por Internet

Las empresas no podrán impedir a clientes de otros países europeos beneficiarse de sus ofertas pero quedan exentos, vídeos, música, libros y videojuegos

ÁLVARO SÁNCHEZ

Bruselas - 21 NOV 2017 - 15:17 CET



Imagen de un concierto de Gorillaz en Budapest (Hungria), la semana pasada. BALAZS MOHAI (EFE)

La Unión Europea da un paso decisivo para acabar con las [restricciones geográficas en las compras por Internet](#). Los negociadores de las tres principales instituciones comunitarias—Comisión, Parlamento y Consejo— alcanzaron en torno a la medianoche de este lunes un acuerdo que permitirá a los consumidores hacer sus compras *online* en los sitios web que elijan, sin ser bloqueados, obligados a pagar con una tarjeta de crédito de un determinado país o redirigidos por las empresas a páginas de su país de origen para evitar que se beneficien de mejores precios.

El pacto pretende reforzar la existencia de un verdadero mercado único digital europeo, más homogéneo y libre de barreras geográficas. Sin embargo, pese a la presión ejercida por los eurodiputados, la propuesta ha quedado en parte descafeinada: quedarán exentos de estas normas los servicios audiovisuales y contenidos como la música, los libros electrónicos o los videojuegos, protegidos por derechos de autor.

MÁS INFORMACIÓN

¿Qué es el 'geoblocking' y por qué nos perjudica?

La UE investiga a Disneyland París por supuestos precios discriminatorios

Está previsto que la iniciativa entre en vigor en las Navidades del próximo año, pero antes deberá ser refrendada por la Eurocámara y el Consejo Europeo —que representa a los Estados de la UE—. A partir de entonces, los consumidores no tendrán ningún obstáculo para adquirir, por ejemplo, servicios como entradas para conciertos, dispositivos electrónicos o alquilar coches en páginas web de otros países, donde en ciertos casos pueden encontrar los mismos productos o servicios a un precio inferior. Ello no quiere decir que se obligue a las compañías a vender al exterior: tienen libertad para no exportar sus productos.

Uno de los antecedentes que sirven de ejemplo de las prácticas con las que la UE quiere acabar es el del parque temático Disneyland París. La Comisión Europea le abrió una investigación en 2015 ante las numerosas quejas de visitantes a los que se cobraba tarifas distintas según su país de residencia. Además, se les impedía

comprar los paquetes vacacionales en la versión web del parque disponible para los clientes de otros países europeos, con entradas más baratas. Ante la presión de las autoridades comunitarias, finalmente Eurodisney renunció a su política de aplicar precios diferentes al internauta que compraba desde Londres o Roma respecto al que lo hacía desde París o Lyon. No ha sido el único caso. El grupo hotelero español Meliá también [afrontó una investigación similar](#) por incluir cláusulas que impedían a los clientes de determinados países ver la disponibilidad real del hotel o reservar habitaciones a los mejores precios.

La UE da libertad a las empresas para elegir qué tarifa fijar, pero no permite la discriminación geográfica ni denegar el acceso a ciertos servicios o compras en función del domicilio del cliente. La Comisión Europea ha criticado recurrentemente que las empresas utilicen ese método para impedir a los internautas aprovechar las diferencias de precio de un país a otro, y obliguen al consumidor a comprar en su país de origen, aunque sea más caro.

La práctica está bastante extendida a juzgar por los datos que maneja la Comisión. [Según un informe comunitario](#), el 63% de las webs aplicaban geobloqueo en 2015, por lo que aquellas que permiten a los consumidores de otros países hacer compras son una minoría. El vicepresidente de la Comisión Europea y responsable de la Agenda Digital, Andrus Ansip, ha aplaudido el acuerdo porque "pone fin a la discriminación injustificada". Mientras que la comisaria de Mercado Interior e Industria, Elzbieta Bienkowska, ha avisado de que Bruselas quiere ahora actuar para reducir los precios en el sector del reparto transfronterizo de paquetes, dado que sus elevadas tarifas desincentivan las compras de los europeos en el resto de la UE.

ARCHIVADO EN:

Andrus Ansip

CONTENIDO PATROCINADO



Memo - Peixes

(FNAC PT)

Ahorro energético Descubre las ventajas de las tuberías de cobre en los sistemas de calefacción

(EL COBRE CREA HOGAR)



Preparando a los traders del futuro

(EUROPRESA)

Baião - Douro Palace Hotel Resort & SPA****

(BOOKING.COM)



El Cobre crea hogar. Descubre esta casa integrada en un entorno natural Succo, hecha con...

(EL COBRE CREA HOGAR)

recomendado por