

DERECHO COMUNITARIO

Los efectos del 'geo-blocking' en el comercio electrónico



POR PEDRO CALLOL - CALLOL, COCA & ASOCIADOS
Actualizado: 16/09/2016 18:46 horas

0 comentarios

f

t Twitter

in 148

La preocupación de la Comisión Europea es tal que en mayo de este año ha publicado un estudio sobre la práctica del *geo-blocking*, basado en la exploración de más de 10.500 páginas web de comercio electrónico.

✉

✎

T

T

Suscríbete

Una de las críticas que históricamente se ha hecho a la política de competencia de la Unión Europea es que la Comisión Europea y los tribunales comunitarios no han buscado siempre lo que, más o menos de forma unánime, se considera debe ser objetivo de la política de competencia: la maximización de la producción y del bienestar del consumidor. En efecto, uno de los grandes objetivos políticos del Derecho comunitario y de toda la construcción europea es el de la integración de los Estados miembros y sus economías, lo cual motiva que una rama del Derecho que tiende a regirse por la lógica económica incorpora también, con notable intensidad además, el citado objetivo de integración europea.

Más aún, el objetivo de integración europea citado, entra en ocasiones en colisión con los objetivos de carácter económico de maximización de la producción y del bienestar del consumidor. Un ejemplo de la profundidad de esta colisión se encuentra, precisamente, en la consideración legal del bloqueo geográfico o *geo-blocking*, que es la práctica comercial a la que recurren numerosas empresas de comercio electrónico y de servicios audiovisuales con la finalidad de diferenciar las condiciones comerciales en que venden sus productos en los distintos Estados miembros de la UE. En el ámbito del comercio electrónico el *geo-blocking* se manifiesta en su faceta más cruda cuando un usuario trata de realizar una compra por Internet dirigiéndose a la página web de un Estado distinto a aquel donde se encuentra situado el consumidor (por ejemplo, consumidor español realizando una compra en página web británica) y, al final del procedimiento de compra, recibe un mensaje de error acompañado de una instrucción para dirigirse a la web española de la empresa vendedora; o se le indica que la transacción no se puede completar; o bien se produce un re-direccionamiento automático del ordenador del usuario a la web nacional en la que se encuentra. En el ejemplo el usuario de la web de comercio electrónico es expulsado de la web británica, en la que tenía la voluntad de operar, y se le sitúa electrónicamente en la web española. En el ámbito de los servicios audiovisuales de pago, ya sea por

ÚLTIMA HORA

- 13:05 Isolux concluye su primera planta fotovoltaica en Japón por unos 90 millones
- 12:46 CIS: Podemos supera en intención de voto a un PSOE dividido por la crisis interna
- 12:35 Nordex suministra 56 aerogeneradores a un parque eólico de Acciona en México

LO MÁS LEÍDO

- 1 Ashton Kutcher: la realidad de un inversor famoso supera la ficción
- 2 Banco Popular y los sindicatos firman un acuerdo sobre el ERE
- 3 A Inditex no le falta un tornillo
- 4 El Ibx 35 sale del bache y la banca acelera la remontada
- 5 ¿Cuáles son los diez países más contaminantes del mundo?

OTRAS NOTICIAS DE INTERÉS

- Un comercio con wifi gratis no es responsable de las infracciones de sus clientes
- ¿Comete delito el periodista que publica filtraciones de sumarios declarados secretos?
- Nuevos horizontes en la

Internet o por satélite, cuando un usuario que ha contratado una plataforma de contenidos audiovisuales de pago en su Estado miembro de residencia, se desplaza fuera de su Estado miembro, el *geo-blocking* le impide el acceso a los contenidos audiovisuales (películas, fútbol) que ha contratado.

La preocupación de la Comisión Europea es tal que en mayo de este año ha publicado un estudio sobre la práctica del *geo-blocking*, basado en la exploración de más de 10.500 páginas web de comercio electrónico. Entre las conclusiones del estudio cabe destacar que aproximadamente dos tercios de los negocios de comercio electrónico realizan prácticas de *geo-blocking*, siendo más frecuente esta práctica en la venta transfronteriza de bienes (afectando al 86% de las ventas en el caso de los electrodomésticos) que en la de servicios (30-40% en reserva de billetes de avión y servicios de ocio). Los sectores concretos que figuran como más afectados por el *geo-blocking*, además de los electrodomésticos citados, son los de hardware informático (*geo-blocking* encontrado en el 79% de los casos), software y videojuegos (73%), ropa, calzado y accesorios (65%), productos cosméticos (63%) y libros (60%).

La aversión de la Comisión Europea a la práctica del *geo-blocking* queda retratada en las palabras del comisario europeo para el mercado único digital Andrus Ansip: *"Deep in my heart, I hate geoblocking. It is old-fashioned and it is not fair. We do not have to use these instruments in the 21st century"*.

La voluntad de la Comisión Europea por limitar las prácticas de *geo-blocking* se ha puesto de manifiesto en una investigación, que lleva ya varios años en curso, contra empresas proveedoras de contenidos (Universal, Disney, Sony, 20th Century Fox, Time Warner, Paramount) y la empresa de televisión de pago (Sky UK), por las prácticas antes descritas, instrumentadas mediante la exigencia al proveedor de televisión de pago (Sky) incluida en sus contratos de licencia con los proveedores de contenidos imputados, de impedir a los suscriptores el disfrute de los contenidos audiovisuales cuando se desplazan fuera del Reino Unido. La Comisión puede querer encontrar cierto apoyo para su caso *antitrust* en un precedente interesante relativamente reciente que es el del asunto Murphy (sentencia del TJUE de 4 de octubre de 2011, asunto C-403/08), cuyos hechos se refieren a la importación de Grecia (donde se vendían más baratas) a Reino Unido de tarjetas decodificadoras para la visión de partidos de fútbol de la *Premier League* inglesa. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) consideró contrario al Derecho de la competencia un sistema de licencias exclusivas en que los contratos de licencia prohíben suministrar tarjetas decodificadoras a los telespectadores que desean ver las emisiones fuera del Estado miembro para el que se concede la licencia. El TJUE dijo que la comunicación al público de los eventos protegidos por derechos de propiedad intelectual exigía la autorización del autor; pero en la cuestión de las tarjetas imperó la posición integradora europea. Sin embargo el asunto de Sky UK y el *geo-blocking* de los contenidos de pago que está siendo analizado ahora tiene la complejidad adicional derivada de la protección de derechos de autor, que es de carácter estrictamente nacional, licenciándose con carácter nacional y además no entendiéndose que el derecho de comunicación se encuentre agotado con la comunicación en un Estado miembro, con lo que sería posible en principio impedir la comunicación en otro Estado miembro (STJUE de 6 de octubre de 1982, Coditel, asunto C-262/81) de forma que lo que están haciendo Sky UK y sus proveedores sería legal. Por ello, al margen de cuál sea el resultado de esta investigación de la Comisión Europea (una de las empresas imputadas, Paramount, ha decidido terminar el procedimiento con la Comisión de forma negociada, autorizando el acceso a los usuarios fuera de Reino Unido), en esta materia de contenidos de pago, la solución más racional parece la de una reforma legal de las directivas sobre derechos de autor, que ya está en curso.

El posicionamiento general de la Comisión Europea es consistente con la voluntad de integración regional que subyace ya en alguna de la jurisprudencia más temprana de los tribunales en materia de Derecho de la competencia en casos seminales como el de 1966, Consten/Grundig, asunto C-56/64. Sin embargo, los instrumentos legales de los que puede disponer la Comisión Europea para atacar las prácticas de *geo-blocking* son limitados. El artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) sanciona los acuerdos anticompetitivos entre empresas. Al amparo del artículo 101 TFUE existen normas tales como el Reglamento CE 330/2010, de exención en bloque para acuerdos verticales (como los de distribución). Bajo este ámbito normativo se encuentran prohibidas con carácter general, por ejemplo, las

indemnización por daños

- El delito de amenazar e injuriar en las redes sociales
- Responsabilidad patrimonial por vulneración del derecho europeo: ¿esperar y ver?

ETOOLS



Calculadora sueldo



Convertor divisas



Terminal Interactivo



Comparador Préstamos



Comparador Cuentas



Comparador Hipotecas



Comparador Seguros coche



Tienda Golf



Directorio Empresas

NEWSLETTERS



SUSCRIBETE

Personaliza la información económica que quieres recibir por secciones.

cláusulas de protección territorial absoluta en un sistema de distribución, en virtud de las cuales se impida a un distribuidor de un territorio A servir los pedidos de un cliente situado en otro territorio B perteneciente a otro distribuidor, siempre que esas demandas de venta sean "pasivas" o no solicitadas por el primer distribuidor A. Existe ya jurisprudencia que indica que una prohibición no objetivamente justificada de ventas por Internet en un contrato de distribución selectiva es contraria al citado artículo 101 TFUE (STJCE de 13 de octubre de 2011, Pierre Fabre, asunto C-439/09). En el marco del *geo-blocking*, sin embargo, el problema de fondo radica en que las empresas que recurren a esta práctica lo hacen, en la inmensa mayoría de casos, de forma unilateral, y no como consecuencia de un acuerdo de distribución. En los contados supuestos en que pueda encontrarse un acuerdo subyacente supuestamente restrictivo, como la investigación en torno a Sky TV, apuntada, entran en juego complicaciones adicionales relativas a licencias de propiedad intelectual. En la medida en que el *geo-blocking* no sea consecuencia de un acuerdo entre empresas, no es posible aplicar el artículo 101 TFUE ni su normativa ni jurisprudencia derivadas.

Si no es aplicable el artículo 101 TFUE, se puede intentar recurrir al otro gran instrumento del Derecho *antitrust* europeo en materia de disciplina de conductas que es el artículo 102 TFUE. El artículo 102 TFUE prohíbe el abuso de la posición de dominio. A diferencia del artículo 101 TFUE, que exige la concurrencia de dos o más voluntades empresariales independientes, el artículo 102 TFUE no contiene tal exigencia y sí se aplica a conductas estrictamente unilaterales de empresas (como puede serlo una decisión empresarial de introducir técnicas de *geo-blocking* en una web de comercio electrónico). Sin embargo, es condición necesaria para la aplicación del artículo 102 TFUE la concurrencia de una posición de dominio, concepto éste de corte económico indeterminado y sujeto a las vicisitudes de cada sector económico y caso concreto, pero que con carácter general viene a requerir la prueba de que la empresa tiene poder de mercado lo que se traduce, simplificando mucho, en la exigencia de cuotas de mercado de en torno al 40 por ciento o más en el mercado relevante en que opera la empresa. Pocas empresas de las que concurren en los numerosos mercados de comercio electrónico tienen cuotas de mercado que excedan de porcentajes apenas marginales. Y siendo imposible en la mayoría de los casos acreditar la existencia de una posición de dominio, ha de descartarse que el artículo 102 TFUE y jurisprudencia aplicable sirva al objetivo de la Comisión Europea de atajar la práctica del *geo-blocking*. En materia de normativa relativa a la libertad comunitaria de prestación de servicios, el artículo 20 de la Directiva 2006/123 contiene una obligación de no discriminación por razón de la nacionalidad o ubicación del usuario. Pero esta normativa, dirigida además en principio sólo a los Estados miembros y no a las empresas, no cubre la venta de bienes.

En consecuencia, no parece que los instrumentos existentes del Derecho de la competencia y libre circulación sean suficientes para poner coto a las prácticas del *geo-blocking*, con lo que la Comisión Europea se inclina por recurrir a la regulación para cumplir su objetivo. Por una parte, en materia de licencia y emisión de contenidos protegidos por derechos de propiedad intelectual, la Comisión ha iniciado el pasado verano una consulta para la reforma de la Directiva CE 93/83 de cable y satélite. Por lo que se sabe, esta reforma descansaría sobre una obligación de portabilidad a cargo de los operadores, unida a una suerte de ficción consistente en considerar que las licencias que permiten a los usuarios acceder a contenidos audiovisuales, se consideran extendidas a los territorios europeos distintos del de residencia en los desplazamientos temporales del usuario. En materia de e-commerce para la venta transfronteriza de bienes y servicios, la Comisión ha publicado el pasado marzo un proyecto de Reglamento que pretende introducir una regulación del *geo-blocking* en el comercio electrónico, limitando su utilización.

Lo anterior pretende describir el estado actual de cosas en materia de política de competencia y regulación del *geo-blocking* aplicado tanto en el comercio electrónico de bienes y servicios como en el marco de los servicios de suscripción de televisión y servicios audiovisuales de pago. Cosa distinta es la visión crítica que merecen los posicionamientos y regulación prospectiva descritos. Porque la discriminación por razón del territorio puede ser algo positivo para los consumidores: piénsese que si una plataforma es capaz de discriminar de manera inteligente entre los clientes capaces de pagar más y los clientes capaces de pagar menos, ello podría permitir a esa plataforma introducir una suerte de subsidio cruzado entre los usuarios con menos poder

adquisitivo y los usuarios con mayor poder adquisitivo, lo cual a su vez podría permitir expandir la oferta y hacer que el producto llegue a más usuarios. El debate sobre los efectos pro-competitivos excede del ámbito de este artículo si bien, como ya se ha explicado, en Europa rigen también pretensiones más allá de lo económico, como es la (muy loable) de integración europea, si bien esto es ya materia más de opinión subjetiva que de debate económico o jurídico.

Tags

Opinión Jurídico

Te recomendamos



Una oportunidad única para 'descubrir...

(Expansión)



Tecnólogo financiero, el nuevo perfil que se...

(Expansión)



Pedro Sánchez pidió ayuda a Telefónica...

(El Mundo)



Halloween: las mejores recetas con calabaza

(DMedicina)



BBVA con gran potencial de subida en bolsa

(Estrategias de inversión)



Convierta una inversión mínima en un ingreso mensual

(Vici)

recomendado por outbrain

PUBLICIDAD



Los impactantes efectos del método de aprendizaje de idiomas experimental



Now you can use this space to advertise your product in the USA. Click to get more info



Comentarios

Para comentar o valorar, por favor [inicie sesión](#) o [regístrese](#)

Otras webs de Unidad Editorial

© 2016 Unidad Editorial Información Económica S.L. | [Términos y condiciones de uso](#) | [Política de privacidad](#) | [Política de cookies](#) |
Certificado por OJD | [Publicidad](#) | [Quiénes somos](#) | [Atención al cliente](#)

Clasificados Motor	Masters -Escuela Unidad Editorial	Coches - Marcamotor.com	Unidad Editorial
IGN España	Farmacia - Correo Farmacéutico	Enfermedades - Dmedicina	Medicina - Diario Médico
Trabajo - Expansion y Empleo	Hemeroteca	Expansión en Orbyt	El Mundo
F1 - Marca	Ocio - Tiramillas	Madrid Fashion Week	Noticias de Agencias
Directorio Empresas	Directorio Autónomos	Directorio Ejecutivos	Diccionario Económico
Foro Legal en Portico Legal	Tienda de Golf	Fuera de Serie	Suscripciones Expansión
Búho			