

GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR

EN EL CONGRESO

C
D
I
P

1
6
9
0
4

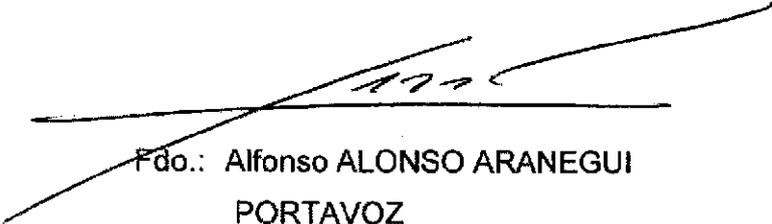
0
6
0
2
1
4

1
7
:
5
9

A LA MESA DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

El Grupo Parlamentario Popular en el Congreso, al amparo de lo establecido en el artículo 193 y siguientes del vigente Reglamento del Congreso de los Diputados, presenta la siguiente **Proposición no de Ley**, relativa a “Fomentar el comercio por internet tanto en comerciantes como en consumidores”, para su debate en **Comisión de Economía y Competitividad**.

Madrid, 06 de febrero de 2014



Fdo.: Alfonso ALONSO ARANEGUI
PORTAVOZ

JPR/ifo

CARRERA DE SAN JERÓNIMO, 40, 2ª - 28071 MADRID

Teléfonos: 91 390 66 67/68/97 - Fax: 91 390 58 84

GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR

EN EL CONGRESO

C
D
I
P

1
1
6
9
0
4

0
6
0
2
1
4

1
7
:
5
9

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Internet ha modificado la vida cotidiana de los países desarrollados de forma comparable a las revoluciones industriales de los últimos siglos. El comercio electrónico y más en general los servicios en línea ocupan un lugar esencial en la vida de los consumidores, de las empresas –de las más grandes a las más pequeñas– y, en general, de los ciudadanos. La manera de comparar, comprar o vender productos y servicios, buscar o proporcionar información, gestionar sus pagos o sus datos, instruirse o formarse, ponerse en contacto con otras personas o intercambiar y compartir información con ellas ya no es la misma que hace veinte, diez o incluso cinco años.

Las transacciones comerciales electrónicas en España han crecido, en el periodo 2008-2010, a una tasa interanual de, aproximadamente, un 32%. En el año 2012 el 13% de las empresas españolas realizaron ventas mediante comercio electrónico, con un volumen de negocio de más de 180.000 millones de euros. En comparación con los países de la UE, vemos como que el volumen de negocio de España es inferior al de Alemania, Dinamarca, Irlanda con tasas cercanas al 20%. Por otra parte el 19% de las empresas españolas realizaron compras mediante este canal durante el año 2012 (con un volumen total de pedidos realizados a través de comercio electrónico de 182.946 millones de euros). Este porcentaje vuelve a ser superior en otros países de la Unión Europea, Reino Unido, Dinamarca e Irlanda tienen tasas que rondan el 40%. El 89,9% de las ventas por comercio electrónico tuvo como destino otras empresas un 8,1% a consumidores finales y un 2% de las ventas tuvieron a las Administraciones Públicas como destino.

La economía española se encuentra alejada de las tasas de utilización del comercio electrónico alcanzadas en las principales economías de nuestro entorno. Así, frente al 3,4% de ventas electrónicas sobre el total de ventas en

GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR

EN EL CONGRESO

C
D
I
P
1
1
6
9
0
4
0
6
0
2
1
4
1
7
:
5
9

España, Gran Bretaña presenta un 7,9% y Alemania, Francia y los países escandinavos tiene tasas entre el 5,4% y el 4%.

Con el fin de fomentar la competitividad e impulsar la oferta a nuevos mercados y a nuevos potenciales clientes, el ministerio de Economía y Competitividad ha elaborado un programa dentro del plan de comercio minorista, que potencia las ventas por internet e informa a las empresas en la venta electrónica, mediante un portal. Además, veinticinco PYMEs por sector económico se beneficiarán de un asesoramiento personalizado en comercio electrónico orientado al consumidor final.

Además de fomentar la cultura del comercio electrónico por el lado de la oferta, debería prestarse atención a promover la demanda, es decir a los consumidores. Esta labor de información al consumidor se podría desarrollar mediante mecanismos de formación específicos como una página web oficial de comercio electrónico, unas guías de comercio electrónico para consumidores o la ejecución de campañas dirigidas a las PYMEs y a los consumidores para la implantación del comercio electrónico seguro de manera que ganen confianza en el canal de compra online.

Por todo ello el Grupo Parlamentario Popular presenta la siguiente

PROPOSICIÓN NO DE LEY

"El Congreso de los Diputados insta al Gobierno a:

Potenciar la estrategia sobre emprendimiento digital, promover la formación de los comerciantes en línea y fomentar los programas de desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) usuarias del canal del comercio electrónico.

Desarrollar mecanismos de formación específicos como una página web oficial de comercio electrónico, guías de sobre comercio electrónico para consumidores, o la ejecución de campañas dirigidas a las PYME para promover el comercio electrónico."