Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico

Nuevas formas de venta. Nuevas formas de pago.

Ejercicio 5 · Esquema del tema 22 · Actualizado el 27 de octubre de 2026

01 INTRODUCCIÓN
02 LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN
03 EL COMERCIO ELECTRÓNICO
04 NUEVAS FORMAS DE VENTA
05 NUEVAS FORMAS DE PAGO
06 CONCLUSIÓN

01 INTRODUCCIÓN

Sociedad de la Información. Fase de desarrollo social en la que sus miembros pueden obtener, crear y compartir información de forma instantánea y desde cualquier lugar gracias a las TIC. Nace de la revolución digital y de la globalización de la economía, que ha hecho de la información un factor de producción y de competitividad.

Comercio electrónico. Aplicación de estas tecnologías a la compraventa de bienes y servicios. Ha transformado la distribución comercial y ha dado lugar a nuevas formas de venta y de pago. La pandemia de 2020 aceleró estas tendencias de forma decisiva.

02 LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

2.1 Evolución de la política española

El desarrollo de la Sociedad de la Información en España se ha apoyado en la liberalización de las telecomunicaciones y en el impulso público al uso de las TIC.

- **Liberalización.** Se partió de un monopolio, al ser las telecomunicaciones competencia exclusiva del Estado (art. 149.1.21.ª de la Constitución). Hoy rige la **Ley 11/2022, General de Telecomunicaciones**, que transpuso el Código Europeo de las Comunicaciones Electrónicas. Desde 2013 regula el sector la CNMC, y la comunicación audiovisual se rige por la **Ley 13/2022**
- **Impulso público.** Sucesivos planes, desde Info XXI (1999) y el Plan Avanza hasta España Digital 2026. La política digital corresponde al Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, y su instrumento principal es **Red.es**, que gestiona los dominios «.es» y el Kit Digital para pymes y autónomos

2.2 España Digital 2026

Recoge las reformas e inversiones digitales del país, en buena parte financiadas por el Plan de Recuperación. Se articula en diez ejes: conectividad, 5G, competencias digitales, ciberseguridad, digitalización de las Administraciones, digitalización de las empresas, proyectos tractores sectoriales, sector audiovisual, economía del dato e inteligencia artificial y derechos digitales (Carta de Derechos Digitales de 2021). Dos objetivos destacan:

- Competencias digitales básicas para el **80 %** de la población
- Comercio electrónico en el **25 %** de la facturación de las pymes

2.3 La Ley 34/2002, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico

La **Ley 34/2002 (LSSI)** transpuso la Directiva 2000/31/CE. Se aplica a los servicios prestados normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario, incluidos los gratuitos que constituyen una actividad económica. Sus contenidos principales son:

- **Ámbito subjetivo.** Prestadores establecidos en España o que operan mediante un establecimiento permanente. A los establecidos en otros Estados de la UE se les aplica, en general, la ley de su país
- **Libre prestación.** No requiere autorización previa y rige el principio del país de origen
- **Información.** De forma permanente, fácil y gratuita, el prestador ofrece su nombre, domicilio, correo electrónico, datos registrales, NIF, precios con impuestos y gastos de envío, y códigos de conducta
- **Intermediarios.** Operadores de redes, caching, alojamiento y enlaces o buscadores no responden de los contenidos ajenos salvo que tengan conocimiento efectivo de su ilicitud y no actúen con diligencia para retirarlos
- **Comunicaciones comerciales.** Se prohíben las no solicitadas o no autorizadas previamente, salvo relación contractual previa y productos similares. Las cookies no técnicas exigen consentimiento informado
- **Contratación electrónica.** Los contratos son válidos y eficaces cuando concurren el consentimiento y los demás requisitos. El prestador informa de los trámites antes y confirma la aceptación después
- **Sanciones.** Multas de hasta **600.000 euros** en las infracciones muy graves

Supervisa el ministerio competente en sociedad de la información, salvo las comunicaciones comerciales no solicitadas, que vigila la Agencia Española de Protección de Datos. La firma electrónica se regula en la **Ley 6/2020**, que completa el Reglamento eIDAS, y los datos personales en el Reglamento General de Protección de Datos y la Ley Orgánica 3/2018.

2.4 La política europea

La UE ha pasado de la Estrategia para el Mercado Único Digital (2015) a un programa centrado en la soberanía digital y en la regulación de las grandes plataformas.

- **Década Digital 2030** (Decisión (UE) 2022/2481). Para 2030: gigabit para todos los hogares, competencias básicas para el 80 % de la población, 20 millones de especialistas en TIC, nube, datos o inteligencia artificial en el 75 % de las empresas y servicios públicos esenciales en línea
- **Programa Europa Digital.** Unos **7.588 M€** para 2021-2027

- **Reglamento (UE) 2022/2065 de Servicios Digitales (DSA).** Obligaciones de diligencia, como retirar contenidos ilícitos, trazar a los vendedores en los mercados en línea o prohibir los patrones oscuros, reforzadas para las plataformas de muy gran tamaño
- **Reglamento (UE) 2022/1925 de Mercados Digitales (DMA).** Obligaciones de competencia para los guardianes de acceso (gatekeepers)
- **Reglamento (UE) 2023/2854 de Datos**, sobre acceso y portabilidad de los datos de los productos conectados
- **Reglamento (UE) 2024/1689 de Inteligencia Artificial.** Marco basado en el riesgo, de aplicación escalonada, supervisado en España por la AESIA
- **Reglamento (UE) 2024/1183 (eIDAS2).** Crea la cartera europea de identidad digital

03 EL COMERCIO ELECTRÓNICO

3.1 Concepto y modalidades

Comercio electrónico. Toda transacción comercial en la que la oferta, la contratación y, en su caso, el pago se realizan a través de redes de comunicación, principalmente internet. Abarca desde la publicidad hasta el servicio posventa. Según los sujetos, hay cinco modalidades:

- **B2B**, entre empresas, la de mayor volumen
- **B2C**, de empresas a consumidores
- **B2A o B2G**, entre empresas y Administraciones, como la factura electrónica
- **C2C**, entre particulares a través de plataformas
- **D2C**, venta directa del fabricante al consumidor

El **comercio móvil** (m-commerce) es ya la forma predominante de compra en línea.

3.2 Ventajas e inconvenientes

Para las empresas, amplía el mercado sin límites geográficos, aprovecha economías de escala y de alcance, reduce costes y facilita la internacionalización de las pymes. Para los consumidores, ofrece variedad, comodidad y facilidad para comparar precios. Sus inconvenientes son la brecha digital, la desconfianza sobre pagos y datos, el fraude, los costes de la última milla y las devoluciones, el impacto ambiental, el control de los productos de terceros países y la presión sobre el comercio de proximidad.

3.3 Evolución reciente

Según el ONTSI (edición de 2025), el comercio electrónico B2C alcanzó en 2024 los **110.683 M€**, un **11,5 %** más. Compraron en línea **29,4 millones** de personas, el 83,3 % de los internautas. El móvil lo usa el 83,6 % de los compradores y las redes sociales como canal de compra pasaron del 8,9 % al 18,2 %. La CNMC, que mide la facturación con tarjeta incluidos los servicios, la situó por encima de **114.800 M€** en 2025, un **20,6 %** más, con saldo exterior negativo: las compras de los españoles a webs extranjeras superan las ventas de las webs españolas al exterior.

3.4 Marco jurídico del comercio electrónico

- **TRLGDCU** (Real Decreto Legislativo 1/2007). Regula los contratos a distancia: información precontractual, confirmación y derecho de desistimiento de **14 días naturales**. La **Directiva (UE) 2023/2673** exige un botón de desistimiento en las interfaces en línea, aplicable desde el 19 de junio de 2026, fecha en que España aún no la había transpuesto
- **Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista.** En la venta a distancia remite a la normativa de consumo
- **Directiva Ómnibus (UE) 2019/2161**, transpuesta por el **Real Decreto-ley 24/2021.** Obliga a informar de si las reseñas proceden de compradores reales, de los criterios de clasificación, de la personalización del precio mediante decisiones automatizadas y de si el vendedor es un profesional
- **Reglamento (UE) 2018/302.** Prohíbe el bloqueo geográfico injustificado
- **Reglamento (UE) 2023/988 (RGSP)** y **Reglamento (UE) 2019/1020.** Seguridad de los productos en los mercados en línea y operador económico responsable establecido en la UE
- **IVA.** Desde el 1 de julio de 2021 se suprimió la exención de las importaciones de menos de 22 euros y se crearon las ventanillas únicas OSS e IOSS
- **Aduanas.** Desde el 1 de julio de 2026 se ha suprimido la franquicia de los envíos de menos de 150 euros, con un derecho fijo transitorio de **3 euros** por categoría de producto

3.5 Logística y sostenibilidad del comercio electrónico

La **última milla** es la fase más costosa y la que más congestión y emisiones genera. Las empresas responden con almacenes urbanos, taquillas, puntos de recogida, rutas optimizadas y vehículos eléctricos, y las devoluciones suponen un coste y un problema ambiental. El **Reglamento (UE) 2025/40**, de envases, aplicable desde agosto de 2026, limita el espacio vacío de los embalajes de comercio electrónico, y el **Real Decreto 1055/2022** incluye a los vendedores a distancia en la responsabilidad ampliada del productor.

3.6 El control de los productos del comercio electrónico

Las compras a plataformas de terceros países plantean problemas de seguridad y de competencia leal, porque llegan en pequeños envíos que escapan a los controles tradicionales. La respuesta combina las obligaciones de plataformas del DSA y del RGSP, el operador responsable en la UE y el refuerzo de los controles en frontera. El **SOIVRE** controla en frontera la seguridad de determinados productos industriales importados, conforme al **Real Decreto 330/2008**, también si llegan por comercio electrónico.

3.7 La dimensión internacional

En origen se enfrentaron la autorregulación, defendida por EEUU, y la intervención pública para proteger la intimidad y los derechos de los consumidores, propia de la UE.

- **OCDE.** Plan de acción de Ottawa (1998) para fomentar la confianza y extender el comercio electrónico, y recomendaciones sobre protección de los consumidores en línea
- **CNUDMI.** Leyes Modelo sobre Comercio Electrónico (1996) y sobre Firmas Electrónicas (2001), con equivalencia funcional entre documentos electrónicos y en papel y neutralidad tecnológica
- **OMC.** Programa de trabajo de 1998 y moratoria sobre derechos de aduana a las transmisiones electrónicas. La CM14 (Yaundé, clausurada el 30 de marzo de 2026) no alcanzó consenso para prorrogarla y expiró tras 28 años. El

28 de marzo de 2026, 66 miembros, entre ellos la UE, acordaron una vía provisional para aplicar el Acuerdo sobre Comercio Electrónico
- **UE.** Capítulos de comercio digital en sus acuerdos y acuerdos específicos con Singapur y Corea

04 NUEVAS FORMAS DE VENTA

Los nuevos hábitos de los consumidores, el móvil, las redes sociales y las nuevas fórmulas de entrega explican las tendencias:

- **Mercados en línea.** Plataformas con la oferta de miles de vendedores, como Amazon, AliExpress o Temu, que obligan al pequeño comercio a decidir si vende en ellas
- **Omnicanalidad.** Integra tienda física y canales digitales: click and collect, ship from store, taquillas y puntos de recogida
- **Comercio social y venta en directo.** Compra sin salir de las redes, a menudo impulsada por influencers. El **Real Decreto 444/2024** somete a los usuarios de especial relevancia a obligaciones de registro, protección de menores e identificación de la publicidad, y la publicidad encubierta es práctica desleal
- **Comercio rápido y reparto a domicilio.** Entregas en menos de una hora desde almacenes urbanos
- **Suscripción.** Pago periódico por recibir productos o servicios
- **Segunda mano** (recommerce) y **venta directa del fabricante** (D2C)
- **Inteligencia artificial.** Recomendaciones, asistentes, búsqueda por voz o imagen y agentes que compran por cuenta del consumidor, además de la realidad aumentada
- **Recorridos de compra.** Showrooming, que ve el producto en tienda y compra en línea, y webrooming, que busca en internet y compra en tienda

Estas formas de venta traen riesgos como las reseñas falsas, los patrones oscuros y la publicidad encubierta, que la Directiva Ómnibus y el DSA tratan de combatir.

05 NUEVAS FORMAS DE PAGO

5.1 La situación en España

El efectivo sigue siendo el medio principal en los comercios físicos. Según el Banco de España, en 2025 era el principal medio de pago para el **57 %** de la población, frente al **27 %** de la tarjeta y el **15 %** de los dispositivos móviles, que son los que más crecen. Bizum lo usa el 37 % de la población en los pagos entre particulares. En el comercio electrónico predomina la tarjeta.

5.2 Los nuevos medios de pago

- **Pago sin contacto** con tarjeta o móvil, mediante carteras digitales que sustituyen los datos de la tarjeta por un código (tokenización)
- **Bizum.** Pagos inmediatos con el móvil a partir del número de teléfono, con más de 30 millones de usuarios. Desde febrero de 2026 se interconecta con soluciones europeas como EuroPA y EPI (Wero) en 13 países
- **Transferencias inmediatas.** El **Reglamento (UE) 2024/886** obliga a los bancos de la zona del euro a ofrecerlas a un coste no superior al de las ordinarias y a verificar el nombre del beneficiario
- **Plataformas de pago en línea**, como PayPal
- **Pago aplazado** (buy now, pay later). La **Directiva (UE) 2023/2225** de crédito al consumo extiende su protección a muchas de estas fórmulas desde noviembre de 2026
- **Criptoactivos**, regulados por el **Reglamento (UE) 2023/1114 (MiCA)**, con uso marginal como medio de pago en el comercio
- **Euro digital.** Efectivo digital emitido por el BCE, complementario de billetes y monedas. La fase de preparación comenzó en octubre de 2025 y su emisión, pendiente del reglamento europeo, podría llegar hacia 2029

5.3 La regulación de los pagos

- **SEPA**, completada por el **Reglamento (UE) 260/2012.** Armoniza transferencias y adeudos directos en euros, con igual facilidad y coste que los pagos nacionales
- **Directiva (UE) 2015/2366 (PSD2)**, transpuesta por el **Real Decreto-ley 19/2018.** Abrió el mercado a iniciadores de pagos y servicios de información sobre cuentas (open banking) e impuso la autenticación reforzada, que combina al menos dos factores: algo que se sabe, algo que se tiene y algo que se es. En noviembre de 2025 hubo acuerdo político para sustituirla por una nueva directiva (PSD3) y un Reglamento de servicios de pago
- **Reglamento (UE) 2015/751.** Limita las tasas de intercambio de los pagos con tarjeta
- **Ley 11/2021.** Limita a **1.000 euros** los pagos en efectivo entre empresarios o profesionales y particulares

5.4 Seguridad y fraude

Los pagos digitales han traído phishing, smishing, duplicación de la tarjeta SIM y tiendas falsas. La respuesta combina autenticación reforzada, tokenización, verificación del beneficiario, detección basada en el análisis de datos y educación financiera. La nueva normativa europea prevé además repartir la responsabilidad entre entidades y plataformas en los fraudes por suplantación.

5.5 El acceso al efectivo

La reducción de oficinas y cajeros dificulta el acceso al efectivo en el medio rural y a las personas mayores. Las alternativas, como el cash back en comercios o los servicios de Correos, tienen un uso reducido. En la UE se tramita una propuesta de reglamento sobre el curso legal del efectivo, para asegurar su aceptación y disponibilidad.

06 CONCLUSIÓN

La política española, que partió de la liberalización de las telecomunicaciones, se integra hoy en la Década Digital 2030 de la UE, en un marco que regula cada vez más las plataformas, los datos y la inteligencia artificial. La regulación del comercio electrónico ha evolucionado desde la LSSI, centrada en la confianza y la libre prestación, hacia un marco más exigente con las plataformas, que protege a los consumidores, garantiza la seguridad de los productos y asegura una competencia leal con los operadores de terceros países.

Los retos pasan por cerrar la brecha digital, digitalizar el pequeño comercio, reforzar la lucha contra el fraude, avanzar en la autonomía europea de los pagos y adaptar el comercio internacional a un entorno en el que la moratoria de la OMC ha expirado.