



EL MERCADO ÚNICO DIGITAL ONNIPRESENTE

El mercado único digital es uno de los ámbitos más prometedores y más desafiantes del progreso, que crea posibilidades de mejora de la eficiencia por valor de 415 000 millones de euros. Abre nuevas oportunidades para fomentar las opciones de negocio mediante el comercio electrónico, a la vez que facilita el cumplimiento de los requisitos administrativos y financieros para las empresas y da capacidades a los clientes a través de la administración electrónica (*e-government*). Los servicios del mercado y de la administración desarrollados dentro del mercado único digital están evolucionando de plataformas fijas a plataformas móviles, son cada vez más omnipresentes y ofrecen acceso a la información y al contenido en cualquier momento, lugar o dispositivo (comercio omnipresente y administración omnipresente). Estos avances requieren un marco normativo que facilite el desarrollo de la computación en nube, una conectividad de datos móviles sin fronteras y un acceso simplificado a la información y al contenido, preservando la privacidad, los datos personales, la seguridad cibernética y la neutralidad de la red.

FUNDAMENTO JURÍDICO

Artículo 4, apartado 2, letra a), y artículos 26, 27, 114 y 115 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE).

OBJETIVOS

El mercado único digital consiste fundamentalmente en eliminar las barreras nacionales a las transacciones efectuadas en línea. Se basa en el concepto de mercado común, concebido para eliminar las barreras comerciales entre Estados miembros con el objetivo de aumentar la prosperidad económica y contribuir a «una unión cada vez más estrecha entre los pueblos europeos» y desarrollado posteriormente en el concepto de mercado interior, definido como «un espacio sin fronteras interiores, en el que la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales estará garantizada». Continuada de la Estrategia de Lisboa^[1], la Estrategia Europa 2020 introdujo la Agenda Digital para Europa^[2] como una de las siete iniciativas emblemáticas, reconociendo el papel clave de capacitación que el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tendrá que desempeñar para que la Unión consiga sus ambiciones para el año 2020 (5.10.3). El mercado único digital ha sido reconocido por la Comisión como una prioridad en su Estrategia para el Mercado Único Digital^[3].

[1] La Estrategia de Lisboa aspiraba a hacer de la Unión «la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de generar un crecimiento económico sostenible que ofrezca más y mejores puestos de trabajo y una mayor cohesión social».

[2] <http://ec.europa.eu/digital-agenda/>

[3] Comunicación de la Comisión titulada «Una Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa» (COM(2015) 192). Véanse también los documentos adicionales publicados con el comunicado de prensa en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_es.htm. Puede encontrarse información sobre las consultas públicas pertinentes (abiertas, previstas y cerradas) en <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/consultations>.

El mercado único digital presenta el potencial para mejorar el acceso a la información, para conseguir mejoras de eficiencia al rebajar los costes de las transacciones, desmaterializar el consumo y reducir la huella ambiental, y para introducir modelos empresariales y administrativos mejorados^[4]. Un mayor comercio electrónico debería generar beneficios tangibles para los consumidores, por ejemplo, productos nuevos en rápida evolución, precios inferiores, más opciones y una mejor calidad de los productos y servicios, como resultado del comercio transfronterizo y la mayor facilidad para comparar las ofertas^[5]. Una mayor administración electrónica facilita el cumplimiento en línea y el acceso a oportunidades de empleo y de negocio tanto para los ciudadanos como para las empresas^[6].

La estimación del coste de la «no Europa» indica que el mercado único digital puede contribuir con unos 415 000 millones de euros al PIB de la Europa de los Veintiocho^[7]. En cuanto a ámbitos políticos específicos, la computación en nube, por ejemplo, permitiría que un 80 % de organizaciones redujeran sus costes entre el 10 % y el 20 %. Pueden citarse otros beneficios, como una mejora del teletrabajo (46 %), de la productividad (41 %) y de la normalización (35 %), así como nuevas posibilidades de negocio (33 %) y de mercados (32 %)^[8]. Las personas vulnerables (personas de más edad, con movilidad reducida, aisladas en zonas rurales o con bajo poder adquisitivo) pueden obtener beneficios especiales del mercado único digital; la Unión estará así mejor situada para abordar los actuales retos demográficos^[9].

RESULTADOS

Relanzar la economía europea a través del mercado único digital: teniendo en cuenta que todavía no se ha explotado plenamente el potencial del mercado interior, el Parlamento, el Consejo y la Comisión han puesto empeño en reactivarlo y situar al público, los consumidores y las pequeñas y medianas empresas (pymes) en el centro de la política del mercado único^[10]. El mercado único digital debe desempeñar un papel fundamental en este empeño.

En su Comunicación titulada «Europa 2020 — Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador» ([COM\(2010\) 2020](#)), la Comisión presentó siete iniciativas emblemáticas, entre ellas la Agenda Digital, concebidas para convertir «a la UE en una economía inteligente, sostenible e integradora que disfrute de altos niveles de empleo, de productividad y de cohesión social».

[4] Véase «Streaming and Online Access to Content and Services» (Emisión por internet y acceso en línea a contenidos y servicios), un estudio elaborado para la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor del Parlamento en 2014:

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/etudes/2014/492435/IPOL-IMCO_ET\(2014\)492435_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/etudes/2014/492435/IPOL-IMCO_ET(2014)492435_EN.pdf)

[5] Para calcular los beneficios de las iniciativas recientes, consúltese «Roadmap to Digital Single Market» (Hoja de ruta hacia el mercado único digital), resumen informativo elaborado para la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor del Parlamento en 2012: <http://www.europarl.europa.eu/document/activities/cont/201209/20120914ATT51402/20120914ATT51402EN.pdf>.

[6] Véase «A European Single Point of Contact» (Punto de contacto único europeo), un estudio elaborado para la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor del Parlamento en 2013: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/2013/507453/IPOL-IMCO_ET\(2013\)507453_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/2013/507453/IPOL-IMCO_ET(2013)507453_EN.pdf).

[7] Véase [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/536364/EPRS_STU\(2015\)536364_ES.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/536364/EPRS_STU(2015)536364_ES.pdf).

[8] Comunicación de la Comisión titulada «Liberar el potencial de la computación en nube en Europa» ([COM\(2012\) 529](#)).

[9] Comunicación de la Comisión titulada «Un marco coherente para aumentar la confianza en el mercado único digital del comercio electrónico y los servicios en línea» ([COM\(2011\) 942](#)).

[10] Las medidas anteriores buscaban mejorar el funcionamiento del mercado interior y garantizar la protección del consumidor, por ejemplo a través de la Directiva sobre protección de datos (95/46/CE; se está debatiendo actualmente en el Parlamento una propuesta de 2012 relativa a un Reglamento general sobre protección de datos), la Directiva sobre comercio electrónico (2000/31/CE), el conjunto de medidas sobre telecomunicaciones, que incluía la Directiva sobre la privacidad electrónica (2002/58/CE), la Directiva sobre servicios de pago (2007/64/CE), la Directiva sobre los derechos de los consumidores (2011/83/UE) o el Reglamento sobre la itinerancia (Reglamento (UE) n.º 531/2012).

Además de la Estrategia Europa 2020, la Comisión publicó, en mayo de 2010, un informe titulado «Una nueva estrategia para el mercado único — Al servicio de la economía y la sociedad de Europa», con el objetivo de desarrollar una estrategia exhaustiva para el mercado único que cubriera todas las políticas afectadas, incluida la política digital. También presentó distintas iniciativas destinadas a reforzar el mercado único eliminando barreras. Estas Comunicaciones de la Comisión y la Resolución del Parlamento, de 20 de mayo de 2010, sobre cómo ofrecer un mercado único a los consumidores y los ciudadanos^[11], prepararon el camino para una Comunicación titulada «Hacia un Acta del Mercado Único» ([COM\(2010\) 608](#)), en la que la Comisión presentó una serie de medidas concebidas para impulsar la economía de la Unión y crear puestos de trabajo. A raíz de su propia Comunicación, de 11 de enero de 2012, titulada «Un marco coherente para aumentar la confianza en el mercado único digital del comercio electrónico y los servicios en línea» ([COM\(2011\) 942](#)), la Comisión publicó en junio de 2012 una Comunicación titulada «Mejorar la gobernanza del mercado único» ([COM\(2012\) 259](#)). En ella proponía que se centrara la atención en aquellos sectores con mayor potencial de crecimiento, incluidas las industrias de red (por ejemplo, energía y telecomunicaciones).

En septiembre de 2012, la Comisión publicó una comunicación titulada «Liberar el potencial de la computación en nube en Europa» en la que proponía como acciones clave: 1) abrirse paso a través de la selva de normas, 2) condiciones contractuales seguras y justas, y 3) crear una Asociación Europea de Computación en Nube para impulsar la innovación y el crecimiento desde el sector público, con lo que buscaba resolver problemas como la fragmentación del mercado único digital, los entornos contractuales complejos y otras cuestiones ([COM\(2012\) 529](#)).

En octubre de 2012, la Comisión presentó un segundo conjunto de propuestas, el «Acta del Mercado Único II» ([COM\(2012\) 573](#)), que comprende doce acciones clave centradas en cuatro vectores para el crecimiento, el empleo y la confianza: redes integradas, movilidad transfronteriza de ciudadanos y empresas, economía digital, y acciones que refuercen la cohesión y la confianza de los consumidores.

El 6 de mayo de 2015, la Comisión adoptó la Estrategia para el Mercado Único Digital, compuesta por tres pilares: 1) mejora del acceso de los consumidores y las empresas a los bienes y servicios digitales en Europa; 2) creación de unas condiciones adecuadas y equitativas para el éxito de las redes digitales y los servicios innovadores; 3) aprovechamiento máximo del potencial de crecimiento de la economía digital. La Comisión estableció una hoja de ruta con dieciséis acciones clave en el marco de estos pilares, que deberán ponerse en marcha antes de que finalice 2016^[12], y creó una herramienta en línea para medir los avances de Europa hacia una economía y sociedad digitales, el Índice de la Economía y la Sociedad Digitales^[13] (DESI, por sus siglas en inglés), que engloba cinco indicadores pertinentes en relación con la actual combinación europea de políticas digitales, lo que permite obtener una visión de conjunto del comportamiento de cada uno de los Estados miembros. Tras la publicación de la estrategia, la Comisión ha presentado una serie de propuestas legislativas en pos de la consecución del mercado único digital. Lo que se pretende mediante estas nuevas propuestas legislativas es abordar cuestiones como el bloqueo geográfico injustificado^[14], la paquetería

[11]DO C 161 E de 31.5.2011, p. 84.

[12]Comunicación de la Comisión titulada «Una Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa» ([COM\(2015\) 192](#)). Véanse también los documentos adicionales publicados con el comunicado de prensa en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_es.htm. Puede encontrarse información sobre las consultas públicas pertinentes (abiertas, previstas y cerradas) en <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/consultations>.

[13]http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-16-385_en.htm

[14]Propuesta de Reglamento sobre las medidas contra el bloqueo geográfico y otras formas de discriminación por razón de la nacionalidad o del lugar de residencia o de establecimiento de los clientes en el mercado interior, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52016PC0289>.

transfronteriza^[15], la portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea^[16], la revisión del Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores^[17], los servicios de comunicación audiovisual^[18], los contratos de compraventa en línea y otras ventas a distancia de bienes^[19], y los contratos de suministro de contenidos digitales^[20]. La Comisión ha asimismo publicado comunicaciones en las que expone futuros enfoques políticos, por ejemplo en lo que respecta a las plataformas en línea^[21].

PAPEL DEL PARLAMENTO EUROPEO

El Parlamento ha desempeñado un papel principal en el relanzamiento del mercado interior y es un firme partidario del mercado único digital, con un papel protagonista a la hora de determinar la agenda al respecto.

En su Resolución, de 20 de abril de 2012, sobre un mercado único digital competitivo — la administración electrónica como factor puntero^[22], destacaba la necesidad de un marco jurídico claro y coherente para el reconocimiento mutuo de la autenticación electrónica, la identificación electrónica y la firma electrónica, necesario para permitir que los servicios transfronterizos de administración electrónica funcionen a escala de la Unión.

El 11 de diciembre de 2012, el Parlamento adoptó dos Resoluciones no legislativas relativas al mercado interior, una sobre la culminación del Mercado Único Digital^[23] y otra sobre una Estrategia de libertad digital en la política exterior de la UE^[24]. La finalidad de las resoluciones era desarrollar una política y una práctica con miras a establecer un auténtico mercado único digital en la Unión que pueda tratar los veintisiete conjuntos distintos de normas en ámbitos clave como el IVA, los servicios postales y los derechos de la propiedad intelectual. Conectar a las pymes con la revolución digital a través de un comercio electrónico genuino, bien desarrollado y paneuropeo es una de las recomendaciones para la Comisión y el Consejo con vistas a romper las barreras digitales entre Estados miembros.

El 4 de julio de 2013 el Parlamento adoptó una nueva resolución sobre la culminación del mercado único digital^[25], centrándose en liberar el pleno potencial del mercado único digital, cerrar la brecha de calificaciones, generar confianza, seguridad y tranquilidad en los consumidores, crear una oferta legal atractiva de contenido digital, constituir servicios de

[15]Propuesta de Reglamento sobre los servicios de paquetería transfronterizos, <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/ES/1-2016-285-ES-F1-1.PDF>.

[16]Propuesta de Reglamento por el que se garantiza la portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea en el mercado interior, <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2015/ES/1-2015-627-ES-F1-1.PDF>.

[17]Propuesta de Reglamento sobre la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación en materia de protección de los consumidores (COM(2016) 283), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016PC0283&qid=1467390100800&from=ES>.

[18]Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual, a la vista de la evolución de las realidades del mercado (COM(2016) 287), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1467390461256&uri=CELEX:52016PC0287>.

[19]Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa en línea y otras ventas a distancia de bienes (COM(2015) 635) - 2015/0288 (COD), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1450431933547&uri=CELEX:52015PC0635>.

[20]Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos digitales (COM(2015) 634) - 2015/0287 (COD), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1450431933547&uri=CELEX:52015PC0634>.

[21]Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones titulada «Las plataformas en línea y el mercado único digital - Retos y oportunidades para Europa» (COM(2016) 288), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1467391138336&uri=CELEX:52016DC0288>.

[22]Textos Aprobados, [P7_TA\(2012\)0140](#).

[23]Textos Aprobados, [P7_TA\(2012\)0468](#).

[24]Textos Aprobados, [P7_TA\(2012\)0470](#).

[25]Textos Aprobados, [P7_TA\(2013\)0327](#).

movilidad y la dimensión internacional, como contribución a una posible Acta del Mercado Único Digital prevista para 2015. Los logros del Parlamento en el ámbito digital se basan en los trabajos preparatorios completados por el Grupo de Trabajo sobre Comercio Electrónico y Mercado Único Digital que presidió la diputada Róza Gräfin von Thun und Hohenstein.

En respuesta a la Estrategia para el Mercado Único Digital, el Parlamento aprobó el 19 de enero de 2016 una Resolución titulada «Hacia un Acta del Mercado Único Digital»^[26], en la que se pide a la Comisión que ponga fin a las prácticas de bloqueo geográfico injustificadas, mejore el acceso de los consumidores de la Unión a los bienes y los servicios, garantice un nivel de protección equivalente y preparado para el futuro con independencia de si se adquieren contenidos digitales en línea o fuera de línea, que busque soluciones innovadoras para la paquetería transfronteriza a fin de mejorar los servicios y reducir los costes, que elimine las barreras para las pymes, las empresas de nueva creación y las empresas en fase de expansión y que aproveche las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, tales como los macrodatos, la computación en nube, la internet de los objetos y la impresión en 3D. El Parlamento ha defendido que debe mantenerse una política favorable a la innovación respecto de las plataformas en línea (por ejemplo, los motores de búsqueda o las tiendas de aplicaciones) que facilite la entrada en el mercado, y se ha inclinado por una revisión de la Directiva sobre la privacidad electrónica para garantizar la coherencia de sus disposiciones con las nuevas normas de la Unión sobre protección de datos.

El Parlamento está construyendo el mercado único digital a través de una actividad legislativa intensiva. Los actos legislativos más recientes abarcan lo siguiente: la introducción de garantías de la neutralidad de la red; la reducción de las tarifas de itinerancia, conducente a la eliminación de las tarifas de itinerancia de datos para junio de 2017^[27]; y la adopción de la Directiva relativa a medidas para reducir el coste del despliegue de las redes de comunicaciones electrónicas de alta velocidad^[28] y el Reglamento relativo a la identificación electrónica y los servicios de confianza para las transacciones electrónicas en el mercado interior^[29]. Recientemente, el Parlamento concluyó con éxito un diálogo tripartito sobre normas europeas de ciberseguridad^[30]. Se espera que la Directiva entre en vigor en agosto de 2016^[31]. En lo que respecta al paquete de medidas de protección de datos^[32], el Reglamento (UE) 2016/679 y la Directiva (UE) 2016/680 se publicaron en el *Diario Oficial de la Unión Europea* el 4 de mayo de 2016^[33]. Estas leyes garantizan el derecho a la portabilidad de datos, un acceso más fácil de los ciudadanos a los datos propios y a información sobre la forma en que se tratan, y el derecho a saber si los datos han sido pirateados, además de aclarar el «derecho al olvido»^[34]. El Reglamento será aplicable a partir del 25 de mayo de 2018, y los Estados miembros están obligados a incorporar la Directiva en sus ordenamientos jurídicos el 6 de mayo de 2018 a más tardar^[35]. El Parlamento lleva en estos momentos a cabo una amplia actividad legislativa en relación con las propuestas presentadas para dar seguimiento a la Estrategia para el Mercado Único Digital y a su propia Resolución sobre la iniciativa «Hacia un Acta del Mercado Único Digital»^[36].

[26]Textos Aprobados, [P8_TA\(2016\)0009](#).

[27]DO L 310 de 26.11.2015, p. 1. DO C 261 E de 10.9.2013, p. 54.

[28]DO L 155 de 23.5.2014, p. 1.

[29]DO L 257 de 28.8.2014, p. 73.

[30]Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a medidas para garantizar un elevado nivel común de seguridad de las redes y de la información en la Unión ([COM\(2013\) 48](#)) - [2013/0027\(COD\)](#).

[31]<http://www.consilium.europa.eu/es/press/press-releases/2016/05/17-wide-cybersecurity-rule-adopted/>

[32][http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2012/0011\(COD\)&l=en](http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2012/0011(COD)&l=en)

[33]<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:L:2016:119:FULL&from=ES>

[34]http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-6321_es.pdf

[35]<http://ec.europa.eu/justice/data-protection/>

[36]Textos Aprobados, [P8_TA\(2016\)0009](#).

Las investigaciones del Parlamento indican que el mercado único digital encierra importantes posibilidades de cara a reducir los costes y las barreras para las empresas y los ciudadanos en Europa^[37], de modo que la economía de esta pase a ser más ecológica^[38] y social^[39]. En el caso de Europa, una parte importante de estas posibilidades puede hacerse realidad impulsando la administración electrónica y servicios conexos, como la sanidad electrónica^[40].

Para acceder a una visión general interactiva de las actividades legislativas del Parlamento en el ámbito del mercado único digital, sírvase escanear el código QR o consulte el siguiente enlace: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2015/542204/IPOL_ATA\(2015\)542204_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2015/542204/IPOL_ATA(2015)542204_EN.pdf).

Mariusz Maciejewski / Louis Dancourt / Magdalena Dimova
06/2016

[37]Estudio «Reducing Costs and Barriers for Businesses in the Single Market» (Reducción de los costes y obstáculos para las empresas en el mercado único), elaborado por el Departamento Temático A y London Economics para la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor en 2016: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578966/IPOL_STU\(2016\)578966_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578966/IPOL_STU(2016)578966_EN.pdf).

[38]Estudio «A Longer Lifetime for Products: Benefits for Consumers and Companies» (Mayor vida útil de los productos: ventajas para los consumidores y las empresas), elaborado por el Departamento Temático A y TNO para la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor en 2016.

[39]Estudio «Social Economy» (Economía social), elaborado por el Departamento Temático A y Optimity Advisors para la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor en 2016: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU\(2016\)578969_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU(2016)578969_EN.pdf).

[40]Estudio «Ubiquitous Developments of the Digital Single Market» (Servicios de ubicuidad en el mercado único digital), elaborado por el Departamento Temático A y la agrupación de Wik-Consult, RAND Europe y TNO para la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor en 2013: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/507481/IPOL-IMCO_ET\(2013\)507481_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/507481/IPOL-IMCO_ET(2013)507481_EN.pdf).