



LA UBICUIDAD DEL MERCADO ÚNICO DIGITAL

El mercado único digital impulsa la economía, reduce el impacto ambiental y mejora la calidad de vida mediante el comercio electrónico y la administración electrónica. Los servicios del mercado y de las administraciones públicas están transformándose, pasando de ser plataformas fijas a convertirse en plataformas móviles, y cada vez son más omnipresentes. Esta evolución requiere un marco regulador de la Unión para desarrollar la computación en nube, el acceso transfronterizo a los contenidos y la conectividad de datos móviles sin fronteras, al tiempo que se salvaguardan la privacidad, los datos personales y la ciberseguridad. Los logros legislativos del Parlamento en la construcción del mercado único digital europeo aportan al año 177 000 millones EUR al crecimiento de la Unión. El mercado único digital europeo, tal como lo ha desarrollado el Parlamento Europeo sirviéndose de la investigación y las pruebas científicas puestas a disposición de sus comisiones y grupos de trabajo, ha desempeñado un papel esencial en el mantenimiento de la economía de la Unión y en la asistencia a los habitantes de la Unión durante la crisis de la COVID-19.

BASE JURÍDICA

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 la eliminación de las barreras nacionales a las transacciones efectuadas en línea. Se basa en el concepto de mercado común, concebido para eliminar las barreras comerciales entre los Estados miembros con el objetivo de aumentar la prosperidad económica y contribuir a «una unión cada vez más estrecha entre los pueblos europeos», y que ha dado lugar al concepto de mercado interior, definido como «un espacio sin fronteras interiores, en el que la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales está garantizada». Como continuación 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

[1]Con la Estrategia de Lisboa se 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]Véase «[Configurar el futuro digital de Europa](#)».



que la Unión consiga lo que ambiciona para el año 2020 (2.4.3). El mercado único digital ha sido reconocido por la Comisión como una prioridad en su Estrategia para el Mercado Único Digital (COM(2015)0192), así como recientemente en la Agenda para Europa 2019-2024^[3] de la presidenta de la Comisión.

El mercado único digital encierra el potencial necesario para mejorar el acceso a la información, lograr un incremento de la eficiencia al rebajar los costes de las transacciones, desmaterializar el consumo y reducir la huella ambiental, y para introducir mejores modelos empresariales y administrativos^[4]. El incremento del comercio electrónico está generando **beneficios tangibles** para los consumidores —por ejemplo, productos nuevos en rápida evolución, precios más bajos, más posibilidades de elección y una mejor calidad de los productos y servicios—, ya que está conduciendo a un incremento del comercio transfronterizo y facilita la comparación de las ofertas entre sí. Por otra parte, el incremento de los servicios de la administración electrónica facilita la conformidad en línea, el acceso al empleo y oportunidades de negocio tanto para los ciudadanos como para las empresas.

LOGROS

Habida cuenta de que todavía no se ha explotado plenamente el potencial del mercado interior, el Parlamento, el Consejo y la Comisión han realizado esfuerzos para reactivarlo y colocar al público, los consumidores y las pequeñas y medianas empresas (pymes) en el centro de la política del mercado único^[5]. El mercado único digital debe desempeñar un papel fundamental en dichos esfuerzos.

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».

Dichas comunicaciones de la Comisión, junto con la [Resolución del Parlamento, de 20 de mayo de 2010](#), sobre cómo ofrecer un mercado único a los consumidores y los ciudadanos, prepararon el terreno para la Comunicación titulada «Hacia un Acta del Mercado Único» (COM(2010)0608), en la que la Comisión presentó una serie de medidas concebidas para impulsar la economía de la Unión y crear puestos de trabajo. En octubre de 2012, la Comisión presentó un segundo conjunto de propuestas, el «Acta del Mercado Único II» (COM(2012)0573), que comprende doce acciones clave centradas en cuatro vectores para el crecimiento, el empleo y la confianza: redes

[3] Véase <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/43a17056-ebf1-11e9-9c4e-01aa75ed71a1>.

[4] Véase Maciejewski, M. *et al.* (2014): «[Streaming and Online Access to Content and Services](#)» (Emisión por internet y acceso en línea a contenidos y servicios), publicación para la Comisión IMCO, Departamento Temático de Políticas Económicas, Científicas y de Calidad de Vida, Parlamento Europeo, Luxemburgo.

[5] Con las medidas emprendidas anteriormente se buscaba mejorar el funcionamiento del mercado interior y garantizar la protección de los consumidores, por ejemplo a través de la Directiva [95/46/CE](#) sobre protección de datos, la Directiva [2000/31/CE](#) sobre el comercio electrónico, el conjunto de medidas sobre telecomunicaciones, que incluía la Directiva [2002/58/CE](#) sobre la privacidad electrónica, la Directiva [2007/64/CE](#) sobre servicios de pago, la Directiva [2011/83/UE](#) sobre los derechos de los consumidores y el Reglamento (UE) n.º [531/2012](#) sobre la itinerancia.



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) la mejora del acceso de los consumidores y las empresas a los bienes y servicios digitales en la Unión; (2) la creación de unas condiciones adecuadas y equitativas para el éxito de las redes digitales y los servicios innovadores; y (3) el aprovechamiento máximo del potencial de crecimiento de la economía digital. Desde la publicación de la estrategia, la Comisión ha presentado una serie de propuestas legislativas con vistas a la realización del mercado único digital. Lo que se pretende mediante estas nuevas propuestas legislativas es abordar cuestiones como el bloqueo geográfico injustificado ([COM\(2016\)0289](#)), la paquetería transfronteriza ([COM\(2016\)0285](#)), la portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea ([COM\(2015\)0627](#)), una revisión del Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores ([COM\(2016\)0283](#)), los servicios de comunicación audiovisual ([COM\(2016\)0287](#)), los contratos de compraventa en línea y otras ventas a distancia de bienes ([COM\(2015\)0635](#)) y los contratos de suministro de contenidos digitales ([COM\(2015\)0634](#)). La Comisión también ha publicado diversas comunicaciones en las que expone futuros enfoques para las diferentes políticas, por ejemplo en relación con las plataformas en línea ([COM\(2016\)0288](#)).

En 2018, la Comisión presentó su estrategia sobre una inteligencia artificial para Europa ([COM\(2018\)0237](#)) y acordó un plan coordinado con los Estados miembros^[6]. En abril de 2019, el Grupo de expertos de alto nivel sobre la IA presentó sus [Directrices éticas para una IA fiable](#), mientras que, en febrero de 2020, la Comisión presentó su Libro Blanco sobre la inteligencia artificial – Un enfoque europeo orientado a la excelencia y la confianza ([COM\(2020\)0065](#)), y sus Comunicaciones tituladas «Modelar el futuro digital de Europa» ([COM\(2020\)0067](#)) y «Una Estrategia Europea de Datos» ([COM\(2020\)0066](#)).

El 8 de abril de 2020, la Comisión emitió una [Recomendación](#) relativa a un conjunto de instrumentos comunes de la Unión para la utilización de la tecnología y los datos a fin de combatir y poner término a la crisis de la COVID-19.

En junio de 2020, en su Comunicación titulada «El momento de Europa: reparar los daños y preparar el futuro para la próxima generación» ([COM\(2020\)0456](#)), la Comisión anunció que el mercado único digital sería un pilar del plan de recuperación de la Unión tras la COVID-19. Se centrará en: (1) inversiones en una mejor conectividad; (2) una presencia industrial y tecnológica más fuerte en puntos estratégicos de la cadena de suministro (por ejemplo, inteligencia artificial, ciberseguridad, redes 5G, infraestructura en la nube); (3) una economía de datos real y espacios europeos de datos; y (4) entornos empresariales más justos y más sencillos.

[6] Comunicado de prensa de la Comisión Europea, de 7 de diciembre de 2018, titulado «[Los Estados miembros y la Comisión colaborarán para impulsar la inteligencia artificial «fabricada en Europa»](#)».



PAPEL DEL PARLAMENTO EUROPEO

El Parlamento ha desempeñado un papel protagonista en el relanzamiento del mercado interior, es un firme partidario del mercado único digital e interviene en el establecimiento del programa de dicho mercado.

En su [Resolución, de 20 de abril de 2012](#), sobre un mercado único digital competitivo – La administración electrónica como factor puntero, 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 aprobó dos Resoluciones no legislativas relativas al mercado interior, una sobre [la culminación del Mercado Único Digital](#) y otra sobre una [Estrategia de libertad digital en la política exterior de la UE](#). Además, el Parlamento aprobó una [Resolución el 4 de julio de 2013](#) sobre la culminación del mercado único digital centrándose en liberar todo el potencial del mercado único digital, colmar el déficit de capacidades, incrementar la confianza, la seguridad y la tranquilidad de los consumidores, crear una oferta atractiva legal de contenido digital y desplegar servicios de movilidad y la dimensión internacional.

En respuesta a la Estrategia para el Mercado Único Digital, el Parlamento aprobó su [Resolución, de 19 de enero de 2016, sobre la iniciativa «Hacia un Acta del Mercado Único Digital»](#), 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, y garantice un nivel de protección del consumidor equivalente y preparado para el futuro (con independencia de si se adquieren contenidos digitales en línea o fuera de línea). También se pide que se busquen soluciones innovadoras para la paquetería transfronteriza a fin de mejorar los servicios y reducir los costes, se eliminen las barreras para las pymes, las empresas emergentes y las empresas en fase de expansión, y se aprovechen 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. En dicha Resolución, el Parlamento también sostiene que debe mantenerse una política favorable a la innovación respecto de las plataformas en línea (por ejemplo, los motores de búsqueda y las tiendas de aplicaciones) que facilite la entrada en el mercado, y aboga 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. La legislación abarca lo siguiente: la introducción de garantías de la neutralidad de la red; la eliminación de las tarifas de itinerancia el 15 de junio de 2017 ([Reglamento \(UE\) 2015/2120](#)); la prohibición de las prácticas de bloqueo geográfico injustificadas ([Reglamento \(UE\) 2018/302](#)); la introducción de una pasarela digital única ([Reglamento \(UE\) 2018/1724](#)); la adopción de la Directiva relativa a medidas para reducir el coste del despliegue de las redes de comunicaciones electrónicas de alta velocidad ([Directiva 2014/61/UE](#)); el Reglamento relativo a la identificación electrónica y los servicios de confianza para las transacciones electrónicas en el mercado interior ([Reglamento \(UE\) n.o 910/2014](#)), la Directiva sobre normas europeas



de ciberseguridad ([Directiva \(UE\) 2016/1148](#)), la Directiva relativa a los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales ([Directiva \(UE\) 2019/770](#)) y la Directiva sobre los derechos de autor y derechos afines en el mercado único digital ([Directiva \(UE\) 2019/790](#)). El 20 de junio de 2019 el Parlamento Europeo y el Consejo adoptaron el [Reglamento \(UE\) 2019/1150](#) sobre el fomento de la equidad y la transparencia para las empresas que utilizan servicios de intermediación en línea.

Por lo que se refiere al paquete de protección de datos, el [Reglamento \(UE\) 2016/679](#) y la [Directiva \(UE\) 2016/680](#) garantizan un acceso más fácil a los datos propios y a información sobre la forma en que se tratan, el derecho a la portabilidad de los datos, un «derecho al olvido» más claro y el derecho a saber si los datos han sido pirateados. El mencionado Reglamento entró en vigor el 25 de mayo de 2018. Los Estados miembros tenían que transponer la Directiva en su Derecho nacional el 6 de mayo de 2018 a más tardar.

El 18 de diciembre de 2019, el Parlamento aprobó una [Resolución](#) sobre la consecución de la transformación digital de la sanidad y los servicios asistenciales en el mercado único digital, la capacitación de los ciudadanos y la creación de una sociedad más saludable. El 20 de octubre de 2020, el Parlamento aprobó una [Resolución sobre la norma sobre servicios digitales](#), en la que recomendaba que el paquete propuesto reforzara el mercado interior garantizando al mismo tiempo la protección de los consumidores, garantizara la igualdad de trato de las actividades fuera de línea y en línea, asegurara la transparencia, respetara los derechos y libertades fundamentales y cubriera las actividades de entidades establecidas en terceros países cuyas actividades estén relacionadas con los consumidores de la Unión. La Resolución estaba basada en investigaciones científicas presentadas en el marco de un [taller\[7\]](#) y de una [serie de estudios](#) encargados por la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (IMCO).

Con anterioridad a la propuesta de la Comisión sobre la inteligencia artificial, prevista para principios de 2021, el Parlamento constituyó una Comisión Especial sobre Inteligencia Artificial en la Era Digital (AIDA) para analizar el impacto de la inteligencia artificial en la economía de la Unión. El 20 de octubre de 2020, el PE aprobó tres informes en los que se describe la mejor manera de que la Unión regule la inteligencia artificial, preservando al mismo tiempo la [propiedad intelectual](#), las [normas éticas](#) y la [responsabilidad civil](#). Las actividades del Parlamento en el ámbito de la inteligencia artificial también se basan en la [investigación científica\[8\]](#).

Los logros legislativos del Parlamento en el ámbito del mercado único digital aportan anualmente 177 000 millones EUR al crecimiento económico de la Unión. Según los [trabajos de investigación\[9\]](#) publicados en 2019, los beneficios más importantes derivados de la legislación europea se plasman en ámbitos como las comunicaciones y los servicios electrónicos europeos (86 100 millones EUR), los flujos de datos y la inteligencia artificial (51 600 millones EUR), el portal digital único (20 000 millones EUR) y el Reglamento sobre el bloqueo geográfico y las disposiciones sobre plataformas en línea (14 000 millones EUR). En su [Resolución](#), de 17 de abril de 2020, sobre la acción coordinada de la Unión para luchar contra la pandemia de COVID-19 y sus consecuencias, el Parlamento indicaba que el paquete de recuperación y



reconstrucción tras la pandemia de COVID-19 tendrá como eje la transformación digital a fin de dar un impulso inicial a la economía.

Los trabajos preparatorios del [Grupo de Trabajo sobre el Mercado Único Digital](#), bajo la presidencia de la diputada al PE Róza Thun, han sentado las bases de los logros del Parlamento en el ámbito digital, conjuntamente con el apoyo de la [investigación\[10\]](#) y las pruebas científicas. De la investigación realizada para el Parlamento se desprende que el [mercado único digital\[11\]](#) encierra un importante potencial, particularmente de cara a la [reducción de los costes y las barreras\[12\]](#) para las empresas y los consumidores en la Unión, haciendo que la [economía de la propia Unión sea más ecológica\[13\]](#) y [social\[14\]](#). En el caso de la Unión, una parte importante de ese potencial puede hacerse realidad mediante el desarrollo de la [administración electrónica y servicios conexos\[15\]](#), como la sanidad electrónica.

El acceso a la información sobre las disposiciones legales y reglamentarias de los Estados miembros es vital para el buen funcionamiento del mercado único digital. A petición de la Comisión IMCO, el Departamento Temático de Políticas Económicas, Científicas y de Calidad de Vida del Parlamento publicó en noviembre de 2020 un [estudio\[16\]](#) titulado «Legal obstacles in Member States to Single Market rules» (Obstáculos jurídicos en los Estados miembros a las normas del mercado único). La correspondiente investigación puso de manifiesto que muchos de los obstáculos que impiden que el mercado único digital aproveche su propio potencial no son específicos de los servicios digitales. No obstante, decenas de medidas legislativas promulgadas en el marco de la estrategia del mercado único digital tenían por objeto abordar los obstáculos a las ventas transfronterizas en línea. La falta de información fiable sobre las disposiciones legales y reglamentarias de los Estados miembros también es un problema, pero la pasarela digital única ([Reglamento \(UE\) 2018/1724](#)) ayudará a solucionarlo cuando esté disponible a finales de 2023 a más tardar. Además, en el marco de la [investigación\[17\]](#) realizada para la Comisión IMCO y publicada en octubre de 2020 se examinaron las ventanillas únicas y otros servicios de información. Se constató la necesidad de mejorar el seguimiento y la ejecución junto con las disposiciones del próximo Reglamento sobre el portal digital único.

El 15 de diciembre de 2020, la Comisión presentó al Parlamento y al Consejo su [propuesta de paquete de Ley de servicios digitales](#) de conformidad con el procedimiento de codecisión. El paquete consta de dos iniciativas legislativas: la Ley de Servicios Digitales y la Ley de Mercados Digitales. Sus objetivos principales consisten en crear un espacio digital seguro en el que se protejan los derechos fundamentales de los usuarios de servicios digitales y establecer unas condiciones de competencia equitativas que fomenten la innovación, el crecimiento y la competitividad en el mercado único europeo y a escala mundial.

[Christina Ratcliff / Barbara Martinello / Amy McGourty](#)
03/2021

