



## LA UBICUIDAD DEL MERCADO ÚNICO DIGITAL

El mercado único digital beneficia a la economía, reduce el impacto ambiental y mejora la calidad de vida mediante el comercio electrónico y la administración electrónica. Los servicios están pasando de ser plataformas fijas a ser plataformas móviles. Esta evolución requiere un marco regulador de la Unión para la informática en la nube, el acceso transfronterizo a contenidos y la conectividad de datos móviles sin fisuras, al tiempo que se garantizan la privacidad y la ciberseguridad. El mercado único digital europeo ha desempeñado un papel esencial en la crisis de la pandemia de la COVID-19. Tanto la Ley de Servicios Digitales como la Ley de Mercados Digitales transformarán de manera significativa el mercado único digital en los próximos años.

### 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 tiene como objetivo eliminar las barreras nacionales a las transacciones en línea a partir del concepto de mercado común, concebido para eliminar las barreras comerciales entre los Estados miembros, y que ha dado lugar al mercado interior, que promueve la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales. La Estrategia Europa 2020 destacó la Agenda Digital para Europa y señaló la importancia de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) para los objetivos de la Unión para 2020. El mercado único digital ha sido reconocido como una prioridad y es clave en la Estrategia para el Mercado Único Digital ([COM\(2015\)0192](#)) de la Comisión y en la Agenda para Europa 2019-2024<sup>[1]</sup> de la presidenta de la Comisión.

El mercado único digital tiene el potencial de mejorar el acceso a la información, reducir los costes de transacción, minimizar los efectos sobre el medio ambiente e introducir mejores modelos empresariales. El incremento del comercio electrónico está generando [beneficios tangibles](#) para los consumidores (como, por ejemplo, productos nuevos en rápida evolución, precios más bajos, más posibilidades de elección y una mejor calidad de los productos), al mismo tiempo que impulsa el comercio transfronterizo y facilita la comparación de las ofertas de precios entre sí. Además, el

[1] Véase «[Una Unión que se esfuerza por lograr más resultados — Mi agenda para Europa: directrices políticas para la próxima Comisión Europea 2019-2024](#)».



incremento de los servicios de la administración electrónica simplifica el cumplimiento en línea y el acceso al empleo y a oportunidades de negocio para las entidades de la Unión.

## RESULTADOS

Habida cuenta de que todavía no se ha explotado plenamente el potencial del mercado interior, el Parlamento, el Consejo y la Comisión han puesto en marcha iniciativas para reactivarlo y colocar al público, los consumidores y las pequeñas y medianas empresas (pymes) en el centro de la política del mercado único<sup>[2]</sup>. El mercado único digital debe desempeñar un papel destacado 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».

Las Comunicaciones de la Comisión, junto con la [Resolución del Parlamento, de 20 de mayo de 2010](#), sentaban las bases para la Comunicación titulada «Hacia un Acta del Mercado Único» ([COM\(2010\)0608](#)), en la que se presentan medidas para impulsar la economía de la Unión y crear puestos de trabajo. En octubre de 2012, la Comisión introdujo 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 integradas, movilidad transfronteriza, economía digital y acciones que promuevan la cohesión y los beneficios de los consumidores.

El 6 de mayo de 2015, la Comisión adoptó la Estrategia para el Mercado Único Digital, compuesta por tres pilares: la mejora del acceso a los bienes y servicios de la Unión, el fomento de las condiciones para las redes digitales y los servicios innovadores, y 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 para la realización del mercado único digital. En ellas se abordaban 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](#)).

---

[2]Las medidas anteriores buscaban mejorar el funcionamiento del mercado interior y garantizar la protección del consumidor, por ejemplo, a través de la Directiva 95/46/CE sobre protección de datos, la Directiva 2000/31/CE sobre 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.



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<sup>[3]</sup>. En abril de 2019, el Grupo de expertos de alto nivel sobre la inteligencia artificial presentó sus [Directrices éticas para una IA fiable](#), mientras que, en febrero de 2020, la Comisión presentó su Libro Blanco titulado «Inteligencia artificial — Un enfoque europeo orientado a la excelencia y la confianza» ([COM\(2020\)0065](#)), sus Comunicaciones tituladas «Configurar el futuro digital de Europa» ([COM\(2020\)0067](#)) y «Una Estrategia Europea de Datos» ([COM\(2020\)0066](#)) y, en marzo de 2021, su Comunicación titulada «Brújula Digital 2030: el enfoque de Europa para el Decenio Digital» ([COM\(2021\)0118](#)).

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 superar la crisis de la COVID-19.

En mayo 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 frente a la COVID-19. La Comunicación se centra en: 1) invertir 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) un entorno empresarial más justo y más sencillo. Esta Comunicación ofrece orientaciones acerca de la distribución de los fondos NextGenerationEU por parte de los Estados miembros.

## PAPEL DEL PARLAMENTO EUROPEO

El Parlamento, que ha desempeñado un papel protagonista en la reactivación 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](#), el Parlamento destacaba la necesidad de un marco jurídico coherente para el reconocimiento mutuo de la autenticación y la firma electrónicas para facilitar los servicios transfronterizos a escala de la Unión. El 11 de diciembre de 2012, el Parlamento aprobó Resoluciones sobre la culminación del mercado único digital y [la libertad digital en la política exterior de la UE](#). Además, el Parlamento aprobó la [Resolución, de 4 de julio de 2013](#), donde se destacaba la posibilidad de liberar el pleno potencial del mercado único digital, cerrar la brecha de pericias, incrementar la seguridad, la confianza y la tranquilidad de los consumidores, impulsar los contenidos legales digitales y crear servicios de movilidad con una dimensión internacional.

En respuesta a la Estrategia para el Mercado Único Digital, el Parlamento aprobó su [Resolución, de 19 de enero de 2016](#), titulada «Hacia un Acta del Mercado Único Digital», en la que se pide a la Comisión que ponga fin a las prácticas de bloqueo geográfico, mejore el acceso de los consumidores a los bienes y servicios, y garantice

---

[3]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"](#)».



la protección coherente de los consumidores para todos los contenidos digitales. En la Resolución también se enfatiza la necesidad de buscar soluciones más efectivas para la paquetería transfronteriza, de apoyar a las pymes y a las empresas emergentes, y de aprovechar las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, tales como los macrodatos y la impresión en 3D. En ella, el Parlamento también aboga por políticas favorables a la innovación respecto de las plataformas en línea y por una revisión de la Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas para garantizar la coherencia de sus disposiciones con las nuevas normas de la Unión sobre protección de datos.

El Parlamento ha hecho avanzar el mercado único digital con medidas legislativas sólidas, entre las que se encuentran: 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 del bloqueo geográfico injustificado ([Reglamento \(UE\) 2018/302](#)), la introducción de una pasarela digital única ([Reglamento \(UE\) 2018/1724](#)), la adopción de medidas para reducir el coste de las redes de comunicaciones electrónicas de alta velocidad ([Directiva 2014/61/UE](#)), la adopción de normas para la identificación electrónica ([Reglamento \(UE\) n.º 910/2014](#)) y normas europeas de ciberseguridad ([Directiva \(UE\) 2016/1148](#)), la adopción de normas relativas a los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales ([Directiva \(UE\) 2019/770](#)), y para los derechos de autor digitales ([Directiva \(UE\) 2019/790](#)).

Los trabajos preparatorios del [Grupo de Trabajo sobre el Mercado Único Digital](#) han sentado las bases de los logros del Parlamento en el ámbito digital con el apoyo de la [investigación](#) y de pruebas científicas. De la investigación realizada para el Parlamento se desprende que el [mercado único digital](#) tiene un potencial importante, particularmente de cara a la [reducción de los costes y las barreras](#) para las empresas y los consumidores en la Unión, y a hacer que la economía de la Unión sea más [ecológica](#) y [social](#). En la Unión, una parte importante de ese potencial puede hacerse realidad mediante el desarrollo de la [administración electrónica y servicios conexos](#), como la sanidad electrónica.

El paquete de protección de datos, que incluye el [Reglamento \(UE\) 2016/679](#) y la [Directiva \(UE\) 2016/680](#), garantiza un acceso más fácil a los datos personales, un «derecho al olvido» más claro, la portabilidad de los datos y el conocimiento de las violaciones de la seguridad de los datos. El Reglamento entró en vigor el 25 de mayo de 2018, y los Estados miembros tuvieron hasta el 6 de mayo de 2018 para transponer la Directiva. Además, el 20 de junio de 2019, se adoptó el [Reglamento \(UE\) 2019/1150](#), que aborda los servicios de intermediación en línea. 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.

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 un [estudio](#), 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), la pasarela digital única (20 000 millones EUR) y los Reglamentos sobre el bloqueo geográfico y las plataformas en línea



(14 000 millones EUR). En su [Resolución](#), de abril de 2020, el Parlamento destacó que el paquete de recuperación y reconstrucción tras la pandemia de la COVID-19 tendría como eje la transformación digital a fin de regenerar la economía.

Con anterioridad a la propuesta de la Comisión sobre la inteligencia artificial publicada en abril de 2021 ([COM\(2021\)0206](#)), el Parlamento constituyó una Comisión Especial sobre Inteligencia Artificial en la Era Digital para analizar el impacto de la inteligencia artificial en la economía de la Unión. El 20 de octubre de 2020, el Parlamento aprobó tres Resoluciones en las que se describe la mejor manera en la Unión de regular la inteligencia artificial, preservando al mismo tiempo la [propiedad intelectual](#), los [aspectos éticos](#) y la [responsabilidad civil](#), todo ello respaldado por varios [estudios](#).

El 21 de abril de 2022, la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (IMCO) y la Comisión de Libertades Civiles, Justicia y Asuntos de Interior (LIBE) del Parlamento celebraron una [audiencia](#) pública conjunta sobre la propuesta de la Ley de Inteligencia Artificial, con el fin de debatir las recomendaciones de la Comisión Europea. Las comisiones aprobaron un [informe](#) que recomendaba modificaciones como la prohibición de la actuación policial predictiva y la ampliación de la lista de sistemas de inteligencia artificial de alto riesgo. En él también se proponía un papel más inclusivo de la Oficina de IA y mayor coherencia con el Reglamento General de Protección de Datos. En el cuarto diálogo tripartito, celebrado el 24 de octubre de 2023, se avanzó especialmente en relación con el polémico mecanismo de filtro para los sistemas de inteligencia artificial de alto riesgo. Las comisiones están trabajando para concluir las negociaciones a finales de año, y el próximo diálogo tripartito se celebrará el 6 de diciembre de 2023.

La comprensión de la legislación de los Estados miembros es vital para el buen funcionamiento del mercado único digital. A petición de la Comisión IMCO, se publicó un estudio en noviembre de 2020, titulado «*Legal obstacles in Member States to Single Market rules*» (Obstáculos jurídicos en los Estados miembros a las normas del mercado único), que puso de manifiesto que muchos de los obstáculos no se circunscriben únicamente al ámbito digital. Gran cantidad de medidas de la Estrategia para el Mercado Único Digital tenían como objetivo abordar los obstáculos a las ventas transfronterizas en línea. A pesar de que aún persiste la falta de información fiable sobre las disposiciones legales de los Estados miembros, la pasarela digital única ([Reglamento \(UE\) 2018/1724](#)) abordará esta cuestión a finales de 2023. Otro [estudio](#) realizado para la Comisión IMCO en 2020 examinó las ventanillas únicas y otros servicios relacionados, e hizo hincapié en la necesidad de mejorar el seguimiento gracias al próximo Reglamento sobre la pasarela digital única.

Para impulsar el mercado único digital, el Parlamento aprobó una Resolución sobre la Ley de Servicios Digitales el 20 de octubre de 2020, en la que se sugería que el paquete propuesto reforzara el mercado interior, garantizara la igualdad de trato de las actividades fuera de línea y en línea, mantuviera la transparencia, respetara los derechos e incluyera a las entidades de terceros países que afecten a los consumidores de la Unión. La Resolución se elaboró a partir de investigaciones científicas, un [seminario](#) y una [serie de estudios](#) encargados por la Comisión IMCO.



El 15 de diciembre de 2020, la Comisión presentó al Parlamento y al Consejo su [propuesta de paquete de la 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 más 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. La Ley de Servicios Digitales ([Reglamento \(UE\) 2022/2065](#)) y la Ley de Mercados Digitales ([Reglamento \(UE\) 2022/1925](#)) fueron adoptadas formalmente por el Parlamento y el Consejo el 19 de octubre de 2022 y el 14 de septiembre de 2022, respectivamente, y entraron en vigor en mayo de 2023.

Un [estudio](#) pertinente para la Ley de Servicios Digitales y la Ley de Mercados Digitales analizó los efectos de la publicidad dirigida en los consumidores y en el mercado. Se recabó información en el marco de un [seminario](#), en el que se analizaron las implicaciones de la Ley de Servicios Digitales y la Ley de Mercados Digitales, y de una [audiencia](#) con Frances Haugen, denunciante de Facebook, donde se recalcaron las malas prácticas de las grandes empresas tecnológicas. La armonización de las propuestas de la Ley de Servicios Digitales y la Ley de Mercados Digitales con el [informe](#) de la Comisión IMCO de 2020 pone de manifiesto que el Parlamento puede influir en la agenda legislativa, incluso sin derecho de iniciativa directo.

Un [estudio](#), de febrero de 2022, analizó los efectos de los influencers en la publicidad, en la protección de los consumidores en el mercado único y, especialmente, en la difusión de información engañosa y de la promoción de productos inseguros. Las conclusiones de este estudio pueden orientar la futura legislación sobre esta cuestión. La industria de la mercadotecnia en torno a los influencers, que ha crecido rápidamente, a menudo emplea tácticas engañosas para dirigirse a consumidores vulnerables. La Ley de Servicios Digitales y la Ley de Mercados Digitales se centran en aumentar la transparencia y en regular los guardianes de acceso de las plataformas en línea: dos ámbitos de carácter esencial en el ámbito de actividad de los influencers.

Un [estudio](#), solicitado por la Comisión IMCO y publicado en diciembre de 2022, analiza la huella ambiental del comercio en línea en el contexto de la economía circular. También proporciona información sobre el papel del comercio electrónico en la aplicación del Pacto Verde Europeo y formula recomendaciones para futuras acciones.

Para más información sobre este tema, véase el sitio web de la [Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor](#).

Christina Ratcliff / Jordan De Bono / Barbara Martinello  
11/2023

