

Extracto de las directrices políticas para la próxima Comisión Europea. Un nuevo comienzo para Europa: mi Agenda en materia de empleo, crecimiento, equidad y cambio democrático (15 de julio de 2014)

Prioridad n.º 2: Un Mercado Único Digital Conectado

Sumario

1. Introducción: ¿Por qué necesitamos un mercado único digital?
2. Un mejor acceso en línea para los consumidores y las empresas en Europa
 - 2.1. Normas de comercio electrónico transfronterizo en las que los consumidores y las empresas puedan confiar
 - 2.2. Envíos transfronterizos de paquetería de alta calidad a precios asequibles
 - 2.3. Evitar el bloqueo geográfico injustificado
 - 2.4. Un mejor acceso a los contenidos digitales: un marco europeo moderno de los derechos de propiedad intelectual
 - 2.5. Reducción de las cargas y obstáculos relacionados con el IVA en las ventas transfronterizas
3. Crear condiciones adecuadas y equitativas para las redes digitales avanzadas y los servicios innovadores
 - 3.1. Hacer que la normativa sobre telecomunicaciones sea la adecuada para los fines previstos
 - 3.2. Un marco para los medios de comunicación del siglo XXI
 - 3.3. Un marco regulador adecuado para los fines previstos para las plataformas y los intermediarios
 - 3.3.1. Papel de las plataformas en línea
 - 3.3.2. Lucha contra los contenidos ilícitos en Internet
 - 3.4. Reforzar la confianza y la seguridad en los servicios digitales y en el tratamiento de los datos personales
4. Aprovechar al máximo el potencial de crecimiento de la economía digital
 - 4.1. Construir una economía de los datos
 - 4.2. Impulsar la competitividad mediante la interoperabilidad y la normalización
 - 4.3. Una sociedad electrónica integradora
 - 4.3.1. Cualificaciones y experiencia digitales
 - 4.3.2. Administración electrónica



5. Conseguir el mercado único digital

5.1. Invertir en el mercado único digital

5.2. Dimensión internacional

5.3. Gobernanza efectiva del mercado único digital

6. Conclusión

Anexo. Hoja de ruta para la realización del mercado único digital

Creo que debemos utilizar mucho mejor las grandes oportunidades que ofrecen las tecnologías digitales, que no conocen fronteras. Para ello, necesitamos tener el valor de abrir los compartimentos nacionales de regulación de las telecomunicaciones, de derechos de propiedad intelectual y de legislación sobre protección de datos, de gestión de las ondas de radio y de aplicación del Derecho de la competencia.

Si lo hacemos, podemos garantizar que los ciudadanos europeos estarán pronto en condiciones de utilizar sus teléfonos móviles en toda Europa sin verse obligados a pagar tarifas de itinerancia. Podemos garantizar que los consumidores puedan acceder a los servicios, la música, las películas y los eventos deportivos con sus dispositivos electrónicos en cualquier punto de Europa e independientemente de fronteras. Podemos crear unas condiciones de competencia equitativas en las que todas las empresas que ofrezcan sus productos o sus servicios digitales en la Unión Europea estén sujetas a unas mismas normas en materia de protección de datos y de los consumidores, con independencia del lugar en que se encuentre su servidor. **Creando un mercado único digital conectado, podemos generar hasta unos 250 000 millones EUR de crecimiento adicional en Europa durante el mandato de la próxima Comisión**, creando cientos de miles de nuevos puestos de trabajo, especialmente para los solicitantes de empleo más jóvenes, y una pujante sociedad basada en el conocimiento.

Para ello, tengo la intención de adoptar, en los seis primeros meses de mi mandato, **ambiciosas medidas legislativas destinadas a un mercado único digital conectado**, en particular mediante la pronta conclusión de las negociaciones sobre las normas comunes europeas de protección de datos; subiendo el listón de la actual reforma de nuestras normas de telecomunicaciones; modernizando las normas sobre derechos de propiedad intelectual a la luz de la revolución digital y un comportamiento diferente de los consumidores; y modernizando y simplificando las normas sobre protección de los consumidores en relación con las compras en línea y digitales. Todo ello debería ir acompañado de una serie de esfuerzos para estimular la adquisición de cualificaciones y aprendizaje digitales en el conjunto de la sociedad y facilitar la creación de empresas emergentes innovadoras. Fomentar el uso de las tecnologías digitales y los servicios en línea debe llegar a ser una política horizontal que cubra todos los sectores de la economía y del sector público.

Jean-Claude Juncker

1. Introducción: ¿Por qué necesitamos un mercado único digital?

La economía mundial se está convirtiendo rápidamente en digital. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ya no son un sector específico sino el fundamento de todos los sistemas económicos innovadores modernos. Internet y las tecnologías digitales están transformando la vida que llevamos y la forma en que trabajamos (como personas, en las empresas y en nuestras comunidades) cuanto más se integran en todos los sectores de nuestra economía y nuestra sociedad.

Estos cambios se suceden a una escala y una velocidad que ofrecen inmensas oportunidades para la innovación, el crecimiento y el empleo. También plantean difíciles cuestiones políticas a las autoridades públicas, lo que exige una acción coordinada de la UE. Todos los Estados miembros se enfrentan a problemas similares, pero sobre una base nacional, lo que supone una limitación para aprovechar todas las oportunidades y afrontar todos los retos de esta transformación. En numerosos ámbitos, el nivel europeo es el marco adecuado. Por esta razón la Comisión Europea ha fijado como una de sus principales prioridades la creación de un mercado único digital.

Un mercado único digital es aquel en el que la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales está garantizada y en el que personas y empresas pueden acceder fácilmente a las actividades y ejercerlas en línea en condiciones de competencia, con un alto nivel de protección de los datos personales y de los consumidores, con independencia de su nacionalidad o lugar de residencia. Lograr un mercado único digital permitirá que Europa mantenga su posición de líder mundial en la economía digital, lo que ayudará a las empresas europeas a crecer a escala mundial.

Europa tiene capacidad de liderazgo en la economía digital mundial pero actualmente no le está sacando el máximo partido. La fragmentación y las barreras que no existen en el mercado único físico frenan a la UE. Reducir estas barreras dentro de Europa podría aportar un importe adicional de 415.000 millones EUR al PIB europeo¹. La economía digital pueden ampliar mercados y promover mejores servicios a mejores precios, ofrecer mayores posibilidades de elección y crear nuevas fuentes de empleo. Un mercado único digital puede crear oportunidades para las empresas emergentes y permitir que las empresas existentes crezcan y se beneficien de la escala de un mercado de más de 500 millones de personas.

¹ Las referencias a la información objetiva presentada en el presente documento figuran en el Documento de trabajo de los servicios de la Comisión adjunto «Una estrategia para el mercado único digital de Europa – Análisis y pruebas» [SWD(2015) 100]. El documento incluye también más detalles sobre la naturaleza de los desafíos que se plantean y pruebas en apoyo de la estrategia.

Esta estrategia para el mercado único digital contó con la aportación y el diálogo con los Estados miembros, el Parlamento Europeo y las partes interesadas. Tiene un alcance plurianual y se centra en acciones clave interdependientes que solo pueden adoptarse a nivel de la UE. Estas acciones se han seleccionado para que tengan un máximo impacto, pueden dar resultados durante el mandato de esta Comisión y se llevarán a cabo ateniéndose a los principios de legislar mejor. Cada acción será objeto de la consulta y evaluación de impacto correspondientes. La estrategia para el mercado único digital se basará en tres pilares:

- **Mejorar el acceso de los consumidores y las empresas a los bienes y servicios en línea en toda Europa** – lo que exigirá que se eliminen rápidamente las diferencias fundamentales entre los mundos en línea y fuera de línea para derribar las barreras a la actividad transfronteriza en línea.
- **Crear las condiciones adecuadas para que las redes y servicios digitales prosperen** – lo que requiere infraestructuras de alta velocidad y servicios de contenidos seguros y fiables, apoyados por unas condiciones reguladoras correctas que favorezcan la innovación, la inversión, la competencia leal y la igualdad de condiciones.
- **Aprovechar al máximo el potencial de crecimiento de nuestra economía digital europea** – lo que requiere una inversión en infraestructuras de las TIC y tecnologías como la computación en nube y los datos masivos, e investigación e innovación para impulsar la competitividad industrial, así como la mejora de los servicios públicos, la inclusividad y las cualificaciones.

2. Un mejor acceso en línea para los consumidores y las empresas en Europa

El mercado único digital proporcionará a las empresas, y en particular a los emprendedores, nuevas oportunidades para desarrollarse en Europa. Se requieren, por tanto, medidas inmediatas para eliminar los obstáculos a la actividad transfronteriza en línea, tales como las diferencias en materia de Derecho contractual y de propiedad intelectual entre Estados miembros y reducción de las cargas relacionadas con el IVA. Que los consumidores vayan adquiriendo confianza en las transacciones transfronterizas en línea reposa en parte en la existencia de servicios de paquetería transfronterizos de alta calidad, que todavía no existen en la actualidad. La estrategia consiste también en definir un marco de comercio electrónico adecuado e impedir una discriminación injusta contra los consumidores y las empresas cuando intentan acceder a contenidos o comprar bienes y servicios en línea en la UE. La discriminación puede adoptar la forma de restricciones basadas en la nacionalidad, la residencia o la ubicación geográfica, restricciones contrarias a los principios básicos de la UE.

2.1. Normas de comercio electrónico transfronterizo en las que los consumidores y las empresas puedan confiar

Una de las razones por las que los consumidores y las pequeñas empresas no participan más en el comercio electrónico transfronterizo se debe a que las normas aplicables a estas operaciones pueden ser complejas, poco claras y diferentes entre los Estados miembros. Disponer de 28 normativas contractuales nacionales de protección del consumidor distintas disuade a las empresas de participar en transacciones transfronterizas e impide que los consumidores se beneficien de ofertas más competitivas y de toda la gama de ofertas en línea.

- Los consumidores de la UE podrían ahorrarse 11 700 millones EUR anuales si pudieran elegir dentro de una gama completa de bienes y servicios de la UE a la hora de hacer compras en línea.
- El 61 % de los consumidores de la UE no recela a la hora de comprar a través de internet de un minorista situado en su propio Estado miembro, mientras que solo un 38 % confía al comprar en otro Estado miembro de la UE.
- Solo el 7 % de las pymes de la UE realizan ventas transfronterizas.

En un mercado único, las empresas deben ser capaces de gestionar sus ventas en el marco de un conjunto de normas comunes. Algunos aspectos del Derecho de los consumidores y contractual ya han sido objeto de una armonización completa para las ventas en línea (por ejemplo, la información que debe proporcionarse a los consumidores antes de celebrar un contrato o el conjunto de normas que regulan su derecho a rescindir el acuerdo si cambian de parecer). Sin embargo, otros aspectos del contrato (como, por ejemplo, qué soluciones existen en caso de que los bienes materiales no sean conformes con el contrato de venta) solo están sujetos a las normas de la UE que proporcionan una armonización mínima, con la posibilidad de que los Estados miembros las amplíen. Cuando se trata de medidas que afectan al contenido digital defectuoso comprado en línea (por ejemplo, los libros electrónicos) no existe ninguna norma específica de la UE, solo algunas nacionales.

Unas normas modernas y simplificadas para las compras transfronterizas en línea y digitales animarán aún más a las empresas a vender en línea por encima de las fronteras e incrementará la confianza de los consumidores en el comercio electrónico transfronterizo. Si se aplicaran en todos los Estados miembros de la UE las mismas normas para el comercio electrónico, el 57 % de las empresas afirman que iniciarían o aumentarían sus ventas en línea a otros Estados miembros de la UE.

Para conseguir las condiciones adecuadas que permitan que prospere el comercio electrónico transfronterizo, la Comisión, tal como anunció en su programa de trabajo para 2015,

efectuará una propuesta legislativa modificada² que permita a los vendedores basarse en su legislación nacional, mediante una mayor armonización de los principales derechos y obligaciones de las partes de los contratos de compraventa. Esto se llevará a cabo principalmente ofreciendo soluciones a los incumplimientos y unos plazos adecuados para el derecho a una garantía jurídica. El objetivo consiste en garantizar que los agentes económicos en el mercado interior no se vean disuadidos de participar en las transacciones transfronterizas por las diferencias entre las legislaciones contractuales nacionales de los consumidores obligatorias, o las diferencias resultantes de las reglas específicas de los productos, como el etiquetado.

Sin embargo, disponer de una serie de normas común no es suficiente. También es necesario que se puedan aplicar de forma más rápida, ágil y coherente las normas de protección de los consumidores en relación con las compras en línea y digitales para hacerlas plenamente efectivas. La Comisión presentará una propuesta de revisión del Reglamento sobre la Cooperación para la Protección de los Consumidores³ que aclarará y desarrollará las competencias de las autoridades con funciones coercitivas y mejorará la coordinación de sus actividades de supervisión del mercado y mecanismos de alerta para detectar más rápidamente las infracciones. Por otra parte, la Comisión creará en 2016 una plataforma de resolución de litigios en línea a nivel de la UE.

La Comisión presentará una propuesta modificada antes de finales de 2015 i) que incluirá normas de la UE armonizadas para compras en línea de contenidos digitales, y ii) que permitirá a los comerciantes apoyarse en su legislación nacional basada en un conjunto específico de derechos contractuales clave obligatorios de la UE para las ventas nacionales y transfronterizas en línea de bienes materiales.

La Comisión presentará una propuesta de revisión del Reglamento sobre la Cooperación para la Protección de los Consumidores con el fin de desarrollar mecanismos de cooperación más eficaces.

2.2. Envíos transfronterizos de paquetería de alta calidad a precios asequibles

Unos servicios de envío transfronterizos y de alta calidad a precios asequibles pueden aumentar la confianza de los consumidores en las transacciones transfronterizas en línea. Las partes interesadas se quejan de la falta de transparencia, los costes excesivos de los pequeños envíos y la falta de interoperabilidad entre los diferentes operadores que

² COM(2011)635, 2011/0284/COD.

³ Reglamento (CE) n.º 2006/2004.

suelen participar en los envíos transfronterizos, con la consiguiente incomodidad para el consumidor final.

- Para las empresas que en la actualidad no venden en línea, pero están tratando de hacerlo, el 62 % de los encuestados declara que el hecho de que los gastos de entrega sean demasiado elevados plantea problemas.
- Se estima que las tarifas fijadas para la entrega de paquetería transfronteriza por los operadores postales nacionales son de dos a cinco veces superiores a los precios internos.

Los elevados precios y la ineficiencia en la entrega de paquetes no deberían convertirse un obstáculo para el comercio transfronterizo en línea. Un ejercicio de autorregulación por parte del sector se presentará a la Comisión en junio de 2015. Dicho ejercicio se concentra en aspectos de calidad e interoperabilidad como el «seguimiento y localización» y una entrega más rápida de los paquetes, pero no cubre la cuestión de los precios o la supervisión normativa. La Comisión evaluará las medidas tomadas por el sector y pondrá en marcha medidas complementarias para mejorar la transparencia de los precios para las entregas europeas, incluidos los precios de pequeños envíos, y fomentar la supervisión normativa de los mercados de paquetería transfronteriza para garantizar el buen funcionamiento de las entregas transfronterizas. La Comisión evaluará la necesidad de adoptar medidas complementarias tras un período de dos años a partir de la adopción de dichas medidas teniendo debidamente en cuenta los progresos realizados.

En la primera mitad de 2016, la Comisión pondrá en marcha medidas para mejorar la transparencia de los precios y fomentar la supervisión normativa de la entrega de paquetes.

2.3. Evitar el bloqueo geográfico injustificado

El bloqueo geográfico se refiere a las prácticas utilizadas por razones comerciales por los vendedores en línea que dan lugar a la denegación del acceso a sitios web en otros Estados miembros. A veces los consumidores pueden acceder a la página web, pero aún así no pueden comprar productos o servicios de ella. También puede ocurrir que se reenvíe al consumidor a un sitio internet local de la misma empresa con diferentes precios u otros productos o servicios. En otros casos, cuando no se deniega la venta, se usan prácticas de localización geográfica a consecuencia de las cuales se aplican automáticamente diferentes precios sobre la base de dicha localización, por ejemplo cuando los clientes de alquiler de coches en línea en un Estado miembro pagan más por el alquiler de automóviles idénticos en un destino concreto que los clientes en línea de otro Estado miembro. El bloqueo geográfico es uno de los distintos instrumentos utilizados por las empresas para segmentar los mercados con arreglo a las fronteras nacionales (restricciones territoriales). Al limitar las

oportunidades y las posibilidades de elección de los consumidores, el bloqueo geográfico constituye una de las principales causas de insatisfacción de los consumidores y de fragmentación del mercado interior.

- El 74 % de las reclamaciones recibidas por la Red de Centros Europeos del Consumidor en relación con las diferencias de precios u otra discriminación geográfica a las que se enfrentan los consumidores se refieren a las compras transfronterizas en línea.

Las prácticas de bloqueo geográfico pueden ser el resultado de una decisión unilateral de los agentes del mercado, de acuerdos entre empresas para compartir el mercado o de acuerdos verticales (por derechos de distribución en un territorio). A veces estas restricciones de suministro y las consiguientes diferencias de precio pueden estar justificadas, por ejemplo en caso de que el vendedor deba cumplir obligaciones legales específicas. Sin embargo, en muchos casos el bloqueo geográfico en línea no está justificado. Estas prácticas injustificadas deberían prohibirse expresamente, de modo que los consumidores y las empresas puedan aprovechar plenamente el mercado único en términos de elección y de unos precios más bajos.

La Comisión presentará propuestas legislativas en el primer semestre de 2016 para acabar con el bloqueo geográfico injustificado. Las medidas podrían incluir un cambio específico en el marco del comercio electrónico⁴ y el marco fijado por el artículo 20 de la Directiva de servicios⁵.

La Comisión también ha iniciado una investigación en el sector de la competencia, centrándose en la aplicación del Derecho de la competencia en el ámbito del comercio electrónico.

2.4. Un mejor acceso a los contenidos digitales: un marco europeo moderno de los derechos de propiedad intelectual

Los derechos de propiedad intelectual propician la creatividad y la industria cultural en Europa. La UE depende en gran medida de la creatividad para competir a escala mundial y es líder mundial en determinados sectores intensivos en materia de derechos de propiedad intelectual. Los contenidos digitales son uno de los principales motores del crecimiento de la economía digital. El 56 % de los europeos utilizan internet con fines culturales y el gasto en entretenimiento y medios digitales se prevé que tenga una tasa de crecimiento de dos

⁴ Directiva 2000/31/CE.

⁵ Directiva 2006/123/CE.

dígitos (alrededor del 12 %) en los próximos cinco años. El comportamiento está cambiando a medida que los consumidores ven cada vez más contenido en dispositivos móviles y esperan poder acceder a contenidos procedentes de todo el mundo y donde quiera que estén.

Las barreras para el acceso transfronterizo a servicios de contenidos protegidos por derechos de propiedad intelectual y su portabilidad aún son moneda corriente, especialmente en el caso de programas audiovisuales. Por lo que se refiere a la portabilidad, cuando los consumidores cruzan una frontera interior de la UE se les impide a menudo, por razones de derechos de propiedad intelectual, utilizar los servicios de contenidos (por ejemplo, servicios de vídeo) que han adquirido en su país de origen.

- El 45 % de las empresas que se plantean vender servicios digitales en línea a particulares señalaron que las restricciones sobre derechos de propiedad intelectual que les impiden vender en el extranjero son un problema.
- Menos del 4 % de los contenidos de vídeo a la carta en la UE son accesibles por encima de las fronteras.

Además, al tratar de acceder a contenidos protegidos por derechos de propiedad intelectual de otro Estado miembro o comprarlos, se informa a veces a los consumidores de que no está disponible o de que no puede accederse a él desde su propio país. Esta situación se debe en parte a la territorialidad de los derechos de propiedad intelectual y a las dificultades asociadas a la adquisición de derechos. En otros casos, la falta de disponibilidad o de acceso puede ser resultado de restricciones contractuales entre los titulares de los derechos y los distribuidores, o de decisiones comerciales tomadas por los distribuidores. Esto puede deberse a veces al papel que desempeña la exclusividad territorial en la financiación de determinados tipos de obras (audiovisuales).

La innovación en la investigación tanto para fines comerciales como no comerciales, basada en la utilización de la extracción de texto y de datos (por ejemplo, copiando textos y conjuntos de datos para buscar correlaciones o acontecimientos significativos) puede verse obstaculizada por un marco jurídico confuso y enfoques divergentes a escala nacional. Se evaluará la necesidad de incrementar la seguridad jurídica para que los investigadores y las instituciones educativas hagan mayor uso de material protegido por derechos de propiedad intelectual, incluso a través de las fronteras, de forma que puedan aprovechar el potencial de estas tecnologías y la colaboración transfronteriza, así como todas las partes de las propuestas sobre derechos de propiedad intelectual a la luz de su impacto en el conjunto de las partes interesadas.

Un sistema de protección civil equilibrado y eficaz contra las infracciones a escala comercial de los derechos de propiedad intelectual es esencial para que se invierta en innovación y en creación de empleo. Además, las normas aplicables a las actividades de los intermediarios en línea en relación con obras protegidas por derechos de propiedad inte-

lectual requieren claridad, teniendo en cuenta, en particular, la creciente participación de estos intermediarios en la distribución de contenidos. También deben tenerse en cuenta medidas para garantizar una remuneración justa de los creadores a fin de fomentar la futura generación de contenidos.

Europa necesita un régimen de derechos de propiedad intelectual más armonizado que ofrezca incentivos para la creación y la inversión, permitiendo al mismo tiempo la transmisión y el consumo de contenidos a través de las fronteras, sobre la base de nuestra gran diversidad cultural. A tal fin, la Comisión propondrá soluciones que optimicen la oferta disponible para los usuarios y abrir nuevas oportunidades para los creadores de contenidos, garantizando al mismo tiempo la financiación de los medios de comunicación de la UE y el contenido innovador. Además, la Comisión revisará la Directiva de satélite y cable⁶ para evaluar la necesidad de ampliar su ámbito de aplicación a las transmisiones en línea de los organismos de radiodifusión y la necesidad de hacer frente a nuevas medidas para garantizar la mejora del acceso transfronterizo a los servicios de radiodifusión en Europa.

La Comisión hará propuestas legislativas antes de finales de 2015 para reducir las diferencias entre los regímenes de derechos de propiedad intelectual nacionales y permitir un mayor acceso en línea a las obras por parte de los usuarios de toda la UE, en particular a través de nuevas medidas de armonización. Las propuestas incluirán: i) la portabilidad de contenidos adquiridos legalmente, ii) garantizar el acceso transfronterizo a los servicios en línea adquiridos legalmente respetando el valor de los derechos en el sector audiovisual, iii) una mayor seguridad jurídica para el uso transfronterizo de contenidos con fines específicos (por ejemplo, investigación, educación, extracción de texto y de datos, etc.) mediante la armonización de las excepciones, iv) la clarificación de las normas sobre las actividades de los intermediarios en relación con contenidos protegidos por derechos de propiedad intelectual y, en 2016, v) la modernización de la observancia de los derechos de propiedad intelectual, centrada en las infracciones a escala comercial (el enfoque «sigue la pista al dinero»), así como su aplicación transfronteriza.

2.5. Reducción de las cargas y obstáculos relacionados con el IVA en las ventas transfronterizas

La complicación de tener que hacer frente a múltiples sistemas nacionales constituye un obstáculo real para las empresas que tratan de llevar a cabo transacciones transfronterizas tanto en línea como fuera de línea. Desde el 1 de enero de 2015, con la entrada en vigor de las nuevas normas sobre el «lugar de la prestación» (respaldadas por unanimidad por los 28 Estados miembros), el IVA sobre todos los servicios de telecomunicaciones, radiodifusión y electrónicos se recauda donde se encuentre el cliente, y no donde esté establecido el proveedor.

⁶ Directiva 93/83/CEE del Consejo de 27 de septiembre de 1993.

Al mismo tiempo, se ha creado un sistema electrónico de registro y pago para reducir los costes y las cargas administrativas de las empresas en cuestión, que se ampliará a los bienes materiales encargados en línea tanto dentro como fuera de la UE. En lugar de tener que declarar y pagar el IVA a cada Estado miembro en el que se encuentran sus clientes, las empresas podrán presentar una declaración y un pago únicos en su propio Estado miembro.

En la actualidad, los bienes encargados en línea a proveedores de terceros países pueden beneficiarse de la exención a la importación de pequeños envíos, lo que permite enviarlos libres de IVA a clientes privados de la UE. Esto les da una ventaja competitiva frente a los proveedores de la UE y ya se han señalado falseamientos del mercado en varios Estados miembros. Esta excepción ya no sería necesaria si el IVA se recaudara mediante un mecanismo electrónico único y simplificado de registro y pago.

- Una empresa de la UE que desee realizar ventas transfronterizas se enfrenta a un coste por el cumplimiento de la normativa IVA de al menos 5.000 euros anuales por cada Estado miembro de destino.
- Las empresas de la UE se enfrentan a importantes falseamientos generados por los bienes libres de IVA suministrados por empresas no pertenecientes a la UE. Estos falseamientos cuestan al volumen de negocios de las empresas de la UE hasta 4.500 millones de euros anuales.

La Comisión está trabajando para reducir al mínimo las cargas vinculadas al comercio electrónico transfronterizo derivadas de los distintos regímenes del IVA, crear condiciones de competencia equitativas para las empresas de la UE y garantizar que los ingresos procedentes del IVA revierten al Estado miembro del consumidor. La Comisión también estudiará la manera de abordar el tratamiento fiscal de determinados servicios electrónicos, como por ejemplo los libros digitales y las publicaciones en línea, en el contexto de la reforma general del IVA.

Además, por lo que se refiere a los impuestos directos, la Comisión presentará en breve un plan de acción renovado sobre la fiscalidad de las empresas en el mercado único, en el que los beneficios se gravarán donde se genere el valor, incluida la economía digital.

La Comisión presentará en 2016 una serie de propuestas legislativas para reducir la carga administrativa de las empresas derivada de la existencia de distintos regímenes de IVA entre las que se incluirán i) ampliar el actual mecanismo electrónico único de registro y pago a las ventas en línea de bienes materiales en la UE y terceros países, ii) introducir una medida de simplificación común a escala de la UE (umbral del IVA) para ayudar a las pequeñas empresas emergentes de comercio electrónico, iii) permitir controles en el país de origen, incluyendo un control de auditoría de las empresas transfronterizas a efectos del IVA, y iv) suprimir la exención del IVA en la importación de pequeños envíos procedentes de proveedores de terceros países.

3. Crear condiciones adecuadas y equitativas para las redes digitales avanzadas y los servicios innovadores

El mercado único digital debe basarse en redes y servicios fiables, fidedignos, de alta velocidad y asequibles que salvaguarden los derechos fundamentales de los consumidores a la intimidad y la protección de los datos personales, fomentando al mismo tiempo la innovación. Esto requiere un sector de telecomunicaciones fuerte, competitivo y dinámico para llevar a cabo las inversiones necesarias, explotar las innovaciones, tales como la computación en nube, las herramientas de datos masivos o la internet de las cosas. El poder de mercado de algunas plataformas en línea puede suscitar preocupación, en particular en relación con las plataformas más poderosas cuya importancia para otros participantes del mercado es cada vez más crítica.

3.1. Hacer que la normativa sobre telecomunicaciones sea la adecuada para los fines previstos

Las redes TIC son la espina dorsal de los servicios y productos digitales que pueden estar detrás de todos los aspectos de nuestras vidas e impulsar la recuperación económica de Europa. Unos mercados que funcionen bien ofrecen acceso a una infraestructura de banda ancha fija e inalámbrica de alto rendimiento, a precios asequibles. Las sucesivas adaptaciones de la normativa sobre telecomunicaciones de la UE, combinadas con la aplicación de las normas de competencia de la UE, han desempeñado un papel decisivo a la hora de garantizar que los mercados operen con mayor competitividad, aportando precios más bajos y mejor calidad de servicio a consumidores y empresas. La competencia efectiva es un factor clave para invertir en redes de telecomunicaciones.

En la actualidad, el sector está experimentando cambios estructurales y todavía padece unos mercados nacionales aislados, una falta de coherencia y previsibilidad de la reglamentación de la UE, en particular en lo que respecta al espectro radioeléctrico, y la falta de inversiones suficientes, sobre todo en las zonas rurales, problemas que no pueden resolverse plenamente en el contexto de los debates en curso sobre el paquete del mercado único de las telecomunicaciones. En consecuencia, con el fin de inyectar mayor ambición en este proceso, la Comisión revisará toda la legislación vigente, y hará propuestas de modificación cuando sea necesario. Un primer paso esencial es la adopción del paquete sobre el mercado único de las telecomunicaciones que la Comisión espera proporcionará normas claras y armonizadas para la neutralidad de la red y pondrá en marcha la eliminación definitiva de los sobrecostes por itinerancia, en particular la de datos.

El espectro radioeléctrico es un elemento esencial para el despliegue de los servicios de banda ancha. Se gestiona a nivel nacional y los Estados miembros reciben valiosos ingresos de la venta de los derechos de uso del espectro, que se quedan exclusivamente

en los Estados miembros. Sin embargo, la gestión del espectro nacional da lugar a unas condiciones muy diversas (por ejemplo, diferentes duraciones de las licencias, requisitos de cobertura): La ausencia de objetivos coherentes a escala de la UE y los criterios para la asignación del espectro a nivel nacional crean obstáculos para la entrada, obstaculizan la competencia y reducen la previsibilidad para los inversores de toda Europa. Por lo tanto, el espectro radioeléctrico deben gestionarlo los Estados miembros en un marco más armonizado que sea coherente con la necesidad de un mercado único digital.

La Comisión presentará propuestas específicas sobre la liberación coordinada de la banda de 700 MHz, que está especialmente indicada para garantizar la prestación de servicios de banda ancha en las zonas rurales, al tiempo que atiende las necesidades específicas de distribución de los medios de comunicación audiovisuales.

Sin embargo, también es necesario introducir cambios más profundos en la manera en que se gestiona y regula el espectro dada su importancia vital para la conectividad. Por ejemplo, la liberación lenta y aún incompleta de la banda de 800 MHz (la banda de espectro «dividendo digital» original) para la banda ancha inalámbrica ha dificultado el despliegue de las redes móviles de 4G y la utilización de teléfonos inteligentes adaptados para esa banda.

Además, apenas ha surgido una plena «competencia de infraestructuras» en las redes fijas, salvo en zonas muy densamente pobladas, en las que las redes de cable ya estaban presentes, o cuando las autoridades locales han participado activamente. Es necesaria una normativa más simple y proporcionada en los ámbitos en los que la competencia en las infraestructuras ha surgido a escala nacional o regional. Debe fomentarse el despliegue de redes de muy alta capacidad, manteniendo al mismo tiempo una competencia efectiva y una rentabilidad adecuada en relación con los riesgos. Se tendrá en cuenta la cuestión de cómo atender a las zonas de acceso más difícil y lograr objetivos de interés público (como la conectividad de alta capacidad para escuelas y universidades o centros de investigación), asimismo como parte de la revisión de la Directiva de servicio universal⁷.

La evolución del mercado y el entorno tecnológico reclama que se fortalezca el marco institucional. También será necesario reforzar el papel de los organismos en los que las autoridades de los Estados miembros disponen de representación propia, tales como el Organismo de Reguladores Europeos de las Comunicaciones Electrónicas o el Grupo de Política del Espectro Radioeléctrico.

Los operadores de telecomunicaciones compiten con servicios cada vez más utilizados por los usuarios finales como sustitutos de los servicios de comunicaciones electrónicas tradicionales, tales como la telefonía vocal, pero que no están sujetos al mismo régimen

⁷ Directiva 2002/22/CE.

regulador. La revisión de la normativa sobre telecomunicaciones estudiará cómo garantizar la igualdad de condiciones para todos los participantes en la medida en que presten servicios que compitan entre sí y también cómo cubrir a largo plazo las necesidades de conectividad de la UE.

La Comisión presentará propuestas en 2016 para una revisión ambiciosa del marco reglamentario de las telecomunicaciones centrándose en i) un enfoque de mercado único coherente sobre la política y gestión del espectro, ii) proporcionar las condiciones para un verdadero mercado único, abordando la fragmentación normativa para permitir economías de escala en los operadores de redes y proveedores de servicios eficientes y una protección eficaz de los consumidores, iii) garantizar la igualdad de condiciones para todos los operadores del mercado y la coherencia en la aplicación de las normas, iv) incentivar la inversión en las redes de banda ancha de alta velocidad (incluida una revisión de la Directiva de servicio universal) y v) un marco regulatorio institucional más efectivo.

3.2. Un marco para los medios de comunicación del siglo XXI

El paisaje audiovisual se ve afectado por la rápida evolución de la tecnología y por el desarrollo de nuevos modelos empresariales para la distribución de contenidos. Los espectadores acceden a los contenidos audiovisuales a través de internet en una variedad creciente de formas, y los dispositivos móviles (como los teléfonos inteligentes) están cambiando los patrones de visionado. La Directiva de servicios de comunicación audiovisual⁸ ha facilitado la circulación de programas audiovisuales y servicios mediáticos en toda la UE. El ámbito de aplicación de la Directiva ya incluye tanto las emisiones de televisión tradicionales como los servicios de comunicación audiovisual a la carta, e impone una serie de normas mínimas sobre ambos tipos de servicios. En algunos aspectos, sin embargo, los servicios a la carta tienen menos obligaciones, ya que los usuarios tienen un mayor grado de elección y control sobre el contenido y el momento para verlo.

Este marco regulador ha facilitado la aparición de un mercado dinámico y es importante garantizar que se mantenga plenamente adaptado a la evolución de la tecnología y del mercado. La Comisión examinará si debe adaptarse el sistema actual de normas aplicables a la radiodifusión y a los servicios a la carta. Tendrá que analizar también si el actual ámbito de aplicación o las normas deberían ampliarse para abarcar nuevos servicios y operadores que actualmente no están considerados como servicios de comunicación audiovisual de la Directiva o proveedores que no entran dentro de su actual ámbito de aplicación geográfica. La Comisión también trabajará en torno a medidas de promoción de catálogos de obras europeas en vídeo en plataformas a la carta.

⁸ Directiva 2010/13/UE.

La Comisión va a revisar la Directiva de servicios de comunicación audiovisual, con especial atención a su ámbito de aplicación y a la naturaleza de las normas aplicables a todos los agentes del mercado, en particular, las medidas para promover las obras europeas, las normas sobre la protección de los menores y las normas en materia de publicidad.

3.3. Un marco regulador adecuado para los fines previstos para las plataformas y los intermediarios

3.3.1. Papel de las plataformas en línea

Las plataformas en línea (por ejemplo, los motores de búsqueda, las redes sociales, las plataformas de comercio electrónico, las tiendas de aplicaciones, los sitios web de comparación de precios) están desempeñando un papel cada vez más central en la vida económica y social: permiten a los consumidores obtener información en línea y a las empresas aprovechar las ventajas del comercio electrónico. Europa tiene un gran potencial en este ámbito, pero se ve frenada por la fragmentación de los mercados, lo que hace difícil que las empresas crezcan.

Las plataformas generan, acumulan y controlan una enorme cantidad de datos sobre sus clientes y usan algoritmos para transformarlos en información comercializable. El crecimiento de estos datos es exponencial: el 90 % de todos los datos que circulan por Internet se crearon en menos de los dos últimos años. Por otra parte, las plataformas han demostrado ser innovadoras en la economía digital, ayudando a pequeñas empresas a trabajar en línea y llegar a nuevos mercados. Las nuevas plataformas de servicios de movilidad, turismo, música, audiovisuales, finanzas, alojamiento y contratación han desafiado rápida y profundamente los modelos empresariales tradicionales y han crecido de forma exponencial. El aumento de la actividad de la economía participativa también ofrece oportunidades para aumentar la eficiencia, el crecimiento y el empleo, mediante la mejora de las posibilidades de elección de los consumidores, pero también puede plantear nuevas cuestiones de reglamentación⁹.

Aunque su impacto depende de los tipos de plataforma afectados y de su poder de mercado, algunas plataformas pueden controlar el acceso a los mercados en línea y pueden ejercer una influencia significativa en la manera en que son remunerados distintos agentes del mercado. Esto ha dado lugar a una serie de preocupaciones sobre el creciente poder de mercado de algunas plataformas. Entre ellas figuran la falta de transparencia sobre la manera en que utilizan la información que obtienen, su fuerte poder de negociación frente al de sus clientes, que puede reflejarse en sus términos y condiciones (especialmente para las PYME), la promoción de sus propios servicios en detrimento de los competidores y la falta de transparencia de las políticas de precios, o restricciones en la fijación de precios y condiciones de venta.

⁹ Esta cuestión se abordará en la próxima Estrategia para el mercado interior y en el marco del comercio electrónico.

Algunas plataformas en línea han evolucionado hasta convertirse en actores que compiten en muchos sectores de la economía y el modo en que utilizan su poder de mercado suscita una serie de cuestiones que requieren un análisis que vaya más allá de la aplicación de la legislación sobre competencia en casos concretos.

3.3.2. Lucha contra los contenidos ilícitos en Internet

El principio, consagrado en la Directiva sobre comercio electrónico, de que los prestadores de servicios intermediarios de Internet no deben ser responsables de los contenidos que transmitan, almacenen o acojan, siempre que actúen de un modo estrictamente pasivo, ha asentado el desarrollo de Internet en Europa. Al mismo tiempo, cuando se identifican contenidos ilícitos, ya sea información relacionada con actividades ilegales como el terrorismo o la pornografía infantil, o información que infringe los derechos de propiedad de terceras personas (por ejemplo, los derechos de propiedad intelectual), los intermediarios deben tomar medidas efectivas para eliminarlos. Hoy en día, que los proveedores de servicios de alojamiento de datos desactiven el acceso a los contenidos ilícitos y los retiren puede ser lento y complicado, mientras que contenido realmente legal puede retirarse por error. El 52,7 % de las partes interesadas señala que la acción contra los contenidos ilícitos es a menudo ineficaz y que carece de transparencia. Las diferencias en las prácticas nacionales pueden obstaculizar su ejecución (con un efecto perjudicial para la lucha contra la delincuencia en Internet) y socavar la confianza en el mundo en línea. Al ir creciendo la cantidad de contenido digital disponible en Internet, las disposiciones actuales pueden verse cada vez más cuestionadas. No siempre es fácil definir los límites de lo que pueden hacer los intermediarios con el contenido que transmiten, almacenan o acogen sin perder la posibilidad de beneficiarse de las exenciones en materia de responsabilidad establecidas en la Directiva sobre el comercio electrónico.

Acontecimientos recientes se han sumado al debate público sobre la conveniencia de aumentar el nivel global de protección frente al material ilícito en Internet. En paralelo a su evaluación de las plataformas en línea, la Comisión analizará la necesidad de adoptar nuevas medidas para luchar contra los contenidos ilícitos en Internet, teniendo debidamente en cuenta su efecto sobre el derecho fundamental a la libertad de expresión e información, como el rigor de los procedimientos de supresión de contenidos ilícitos evitando al mismo tiempo la retirada de contenidos legales, y si se debe obligar a los intermediarios a ejercer una mayor responsabilidad y diligencia debida en la gestión de sus redes y sistemas, el deber de diligencia.

La Comisión pondrá en marcha antes de finales de 2015 una evaluación exhaustiva de la función de las plataformas, incluida su actividad en la economía participativa, y de los intermediarios en línea, que abordará cuestiones como i) la transparencia, por ejemplo, en los resultados de las búsquedas (incluidos pagos por enlaces y/o publicidad), ii) el uso por parte

de las plataformas de la información que recogen, iii) las relaciones entre plataformas y proveedores, iv) las restricciones sobre la capacidad de las personas y las empresas para pasar de una plataforma a otra, y analizará v) la mejor manera para hacer frente a los contenidos ilícitos en Internet.

3.4. Reforzar la confianza y la seguridad en los servicios digitales y en el tratamiento de los datos personales

Las amenazas cibernéticas son un problema que no conoce fronteras y que tiene unas consecuencias negativas importantes en nuestra economía, en los derechos fundamentales de los ciudadanos y en la sociedad en general. El creciente número de delitos (por ejemplo, la intercepción de datos, el fraude en línea, la usurpación de identidad, el robo de secretos comerciales) está generando importantes pérdidas económicas. Suelen dar lugar a la interrupción de los servicios, las violaciones de derechos fundamentales y socavan la confianza de los ciudadanos en las actividades en línea.

Los Estados miembros y las instituciones de la UE han reconocido desde hace tiempo la necesidad de proteger nuestras redes y las infraestructuras críticas y de responder con eficacia a las amenazas cibernéticas, para lo que han adoptado estrategias y normativas de ciberseguridad tanto a nivel nacional como de la UE. La adopción de la Directiva sobre seguridad de las redes y de la información¹⁰, actualmente en proceso legislativo, debería representar un importante paso adelante. Una de las prioridades clave de la Estrategia de ciberseguridad de la Unión Europea¹¹ es desarrollar recursos industriales y tecnológicos para la ciberseguridad. Siguen existiendo lagunas específicas en el ámbito de las tecnologías y las soluciones de seguridad de las redes en línea, en constante evolución. Es necesario, por lo tanto, disponer de un enfoque más coordinado para reforzar la oferta de soluciones más seguras por parte del sector de la UE y para fomentar su asimilación por las empresas, las autoridades públicas y los ciudadanos. Además, se necesita una respuesta efectiva en materia de ejecución de la legislación a la actividad delictiva en línea. La Comisión ha presentado propuestas sobre esta cuestión en su Agenda Europea de Seguridad¹².

- Solo el 22 % de los europeos tienen plena confianza en empresas tales como motores de búsqueda, redes sociales y servicios de correo electrónico.
- Al 72 % de los usuarios de Internet les preocupa que se les soliciten demasiados datos personales en línea.

¹⁰ COM(2013) 48 final.

¹¹ JOIN(2013) 1 final.

¹² COM(2015) 185.

Por lo que se refiere a los datos personales y la privacidad, la UE se ha comprometido a aplicar las normas más estrictas de protección que contemplan los artículos 7 y 8 de la Carta de los Derechos Fundamentales. El Reglamento general de protección de datos¹³ incrementará la confianza en los servicios digitales, ya que deberá proteger a las personas en relación con el tratamiento de datos personales por parte de todas las empresas que ofrezcan sus servicios en el mercado europeo.

Se aplican normas especiales a los servicios de comunicaciones electrónicas (Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas)¹⁴ que pueden necesitar una revisión una vez se acuerden las normas generales de la UE en materia de protección de datos, sobre todo teniendo en cuenta que la mayoría de los artículos de la actual Directiva sobre privacidad en las comunicaciones electrónicas se aplican a los prestadores de servicios, es decir, solo las empresas de telecomunicaciones tradicionales. Los prestadores de servicios de la sociedad de la información que usan Internet para ofrecer servicios de comunicación están excluidos, por lo general, de su ámbito de aplicación.

En el primer semestre de 2016 la Comisión iniciará la creación de una asociación entre los sectores público y privado en materia de ciberseguridad en el ámbito de las tecnologías y soluciones de seguridad de la red en línea.

Una vez adoptadas las nuevas normas de la UE sobre protección de datos, lo que está previsto que ocurra a finales de 2015, la Comisión revisará la Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas prestando particular atención a garantizar un nivel elevado de protección de los interesados y una igualdad de condiciones para todos los agentes del mercado.

4. Aprovechar al máximo el potencial de crecimiento de la economía digital

En menos de una década, la mayor parte de la actividad económica dependerá de los ecosistemas digitales, que integrarán infraestructuras digitales, equipos y programas informáticos, aplicaciones y datos. Será necesario digitalizar todos los sectores si la UE quiere mantener su competitividad, mantener una base industrial fuerte y gestionar la transición a una economía industrial y de servicios inteligente. El 75 % del valor añadido por la economía digital proviene de las industrias tradicionales, más que de los productores de TIC, pero la integración de la tecnología digital por las empresas es el elemento más débil. Solo el 1,7 % de las empresas de la UE hacen pleno uso de las tecnologías digitales avanzadas¹⁵, mien-

¹³ COM(2012)11 final.

¹⁴ Directiva 2002/58/CE.

¹⁵ Incluido internet móvil, computación en nube, redes sociales o datos masivos.

tras que el 41 % no las utilizan en absoluto. La digitalización también ofrece oportunidades sin precedentes a otros sectores económicos, tales como el transporte (por ejemplo, sistemas de transporte inteligentes) o energía (por ejemplo, redes y mediciones inteligentes)¹⁶.

La UE necesita una serie de medidas para garantizar que las industrias europeas estén en la vanguardia del desarrollo y la explotación de las TIC, la automatización, las tecnologías de fabricación y transformación sostenible en beneficio de los mercados del futuro. Una economía digital también puede hacer más inclusiva la sociedad. Los ciudadanos y las empresas no están obteniendo en la actualidad todos los beneficios de los servicios digitales (de la administración, la sanidad y la energía electrónicas al transporte electrónico) que deben estar disponibles sin problemas en la UE.

La Comisión informará a los interlocutores sociales y les invitará a incluir el mercado único digital en el diálogo social a nivel europeo.

4.1. Construir una economía de los datos

Los datos masivos, los servicios en nube y la internet de las cosas son fundamentales para la competitividad de la UE. Se considera a menudo que los datos son un catalizador para el crecimiento económico, la innovación y la digitalización en todos los sectores económicos, en particular para las pymes (y las empresas emergentes) y para la sociedad en su conjunto. Los datos masivos y la informática de alto rendimiento también están cambiando la forma en que se efectúa la investigación y se comparten los conocimientos, como parte de una transición hacia una «ciencia abierta» más eficiente y sensible.

- El sector de los datos masivos está creciendo a un ritmo del 40 % anual, siete veces más rápidamente que el del mercado de las tecnologías de la información.

Un mercado fragmentado no proporciona una escala suficiente para que la computación en nube, los datos masivos, la ciencia basada en los datos y la Internet de las cosas alcancen su pleno potencial en Europa. Para aprovechar plenamente el potencial de las tecnologías digitales y de datos se necesita eliminar una serie de obstáculos técnicos y legislativos. Las restricciones, tales como las relacionadas con la ubicación de los datos (es decir, los requisitos de los Estados miembros para que los datos se mantengan en su territorio) fuerzan a los prestadores de servicios a construir costosas infraestructuras locales (centros de datos) en cada región o país. La aplicación fragmentada de las normas sobre derechos de propiedad intelectual y la falta de claridad sobre los derechos para usar datos obstaculizan

¹⁶ Tal como se contempla en la estrategia marco para una Unión de la Energía resiliente con una política de cambio climático que mire hacia el futuro [COM(2015) 80 final].

el desarrollo de la utilización transfronteriza de datos y nuevas aplicaciones de las tecnologías (por ejemplo, extracción de texto y de datos). La falta de sistemas y servicios abiertos e interoperables y de la portabilidad de datos entre servicios representa otro obstáculo para el flujo transfronterizo de datos y el desarrollo de nuevos servicios (por ejemplo, sistemas de información para desplazamientos multimodales, ciencia basada en los datos). La seguridad jurídica respecto a la atribución de responsabilidad (distinta a los datos personales correspondientes) es importante para el despliegue de la Internet de las cosas.

Las empresas y los consumidores todavía no sienten suficiente confianza para adoptar los servicios en nube transfronterizos para almacenar o tratar datos, debido a su preocupación por la seguridad, el respeto de los derechos fundamentales y la protección de datos en general. La adopción del paquete de reforma de la protección de datos garantizará que el tratamiento de los datos personales se rija por normas actualizadas, uniformes en toda la Unión. Sin embargo, los contratos a menudo excluyen, o limitan considerablemente, la responsabilidad contractual del proveedor de servicios en nube si los datos ya no están disponibles o no se pueden utilizar, o hacen difícil rescindir el contrato. Esto significa que los datos son efectivamente no portables. En el ámbito de la protección de datos, tanto el marco legislativo actual como el futuro evitan restricciones a la libre circulación de datos personales en la Unión. No se abordan las restricciones a la libre circulación de datos por otros motivos. Los Estados miembros, por lo tanto, no pueden impedir la libre circulación de los datos personales por motivos de privacidad o de protección de dichos datos, pero pueden hacerlo por otros motivos. Deben eliminarse y evitarse las restricciones innecesarias relativas a la ubicación de los datos dentro de la UE.

La Comisión propondrá en 2016 una iniciativa europea de «libre circulación de datos» que aborde las restricciones a la libre circulación de los datos por motivos distintos de la protección de datos personales en la UE y las restricciones injustificadas a la ubicación de los datos para su almacenamiento o tratamiento. También se tratarán las cuestiones emergentes de propiedad, interoperabilidad, utilizabilidad y acceso a los datos en situaciones como datos de empresa a empresa, de empresa a consumidor, generados por una máquina y de máquina a máquina. Se fomentará el acceso a los datos públicos para ayudar a impulsar la innovación. La Comisión pondrá en marcha una iniciativa europea de computación en nube, incluida la certificación de servicios en nube, los contratos, cambio de proveedores de servicios en nube e investigación científica abierta en nube.

4.2. Impulsar la competitividad mediante la interoperabilidad y la normalización

En la economía digital, la interoperabilidad supone garantizar una comunicación efectiva entre componentes digitales como dispositivos, redes o bases de datos. También significa una mejor conectividad a lo largo de la cadena de suministro o entre la industria y los

sectores de servicios. Esto supone unas conexiones transfronterizas, entre comunidades y entre servicios y autoridades públicos más eficientes. Los servicios de administración electrónica que se están desarrollando en diferentes Estados miembros deben poder comunicarse entre sí y no desarrollarse de manera aislada. Existe en la actualidad consenso entre los Estados miembros sobre los requisitos básicos para lograr la interoperabilidad, sobre la base del «Marco Europeo de Interoperabilidad», que la Comisión presentó en 2010. Ahora habrá que actualizar y ampliar este marco.

La normalización desempeña un papel esencial en el aumento de la interoperabilidad de las nuevas tecnologías en el mercado único digital. Puede ayudar a orientar el desarrollo de nuevas tecnologías, como las comunicaciones inalámbricas 5G, la informatización de los procesos de fabricación (Industry 4.0) y construcción, servicios basados en los datos, servicios en nube, ciberseguridad, sanidad y transporte electrónicos y pagos móviles. El Plan progresivo de normalización de las TIC de la UE es un instrumento esencial en este sentido. Sin embargo, se necesita un mayor esfuerzo para garantizar que la normalización alcanzada se mantenga a la altura de la evolución de las tecnologías. En la actualidad, las partes interesadas del sector deciden desde abajo en qué ámbitos desarrollar normas y ello ocurre cada vez con más frecuencia fuera de Europa, poniendo en peligro nuestra competitividad a largo plazo. Tenemos que definir normas tecnológicas esenciales para apoyar la digitalización de nuestros sectores industrial y de servicios (por ejemplo, internet de las cosas, ciberseguridad, datos masivos y computación en nube) y otorgar un mandato a los organismos de normalización para que lo hagan rápidamente.

En la economía digital, las patentes básicas normalizadas (que se basan en las patentes como derechos de propiedad) son un aspecto cada vez más importante en la normalización y un elemento decisivo del modelo de negocio de muchas industrias en términos de monetizar sus inversiones en investigación e innovación. La Comisión defiende la necesidad de un marco equilibrado en las negociaciones entre los titulares de los derechos y quienes aplican dichas patentes básicas normalizadas con el fin de garantizar condiciones equitativas en la concesión de licencias.

Por otra parte, la disponibilidad de normas a menudo no es suficiente para garantizar la interoperabilidad, si los proveedores no integran en sus soluciones las normas existentes. La contratación pública desempeña un papel importante en la promoción de normas y los Estados miembros han creado catálogos nacionales de normas TIC y especificaciones de interoperabilidad con el fin de orientar a los compradores públicos y acelerar la adopción de normas en los mercados nacionales. La integración de dichos catálogos en catálogos europeos evitaría la fragmentación del mercado a escala de la UE.

La Comisión pondrá en marcha un plan integrado de normalización para identificar y definir las prioridades clave de normalización centrándose en las tecnologías y los ámbitos que se consideran esenciales para el mercado único digital, incluida la interoperabilidad y las nor-

mas sectoriales esenciales en ámbitos tales como la sanidad (telemedicina, sanidad móvil), transportes (planificación de desplazamientos, flete electrónico), medio ambiente y energía. La Comisión revisará y ampliará el marco europeo de interoperabilidad.

4.3. Una sociedad electrónica integradora

La Comisión quiere apoyar un mercado único digital integrador en el que ciudadanos y empresas tengan las cualificaciones necesarias y puedan beneficiarse de servicios electrónicos multilingües e interrelacionados, de la administración, la justicia, la sanidad, la energía o el transporte electrónicos.

4.3.1. Cualificaciones y experiencia digitales

La demanda de empleados con cualificaciones digitales crece en torno a un 4 % anual. La escasez de profesionales de las TIC en la UE podría alcanzar los 825.000 puestos vacantes de aquí a 2020 si no se adoptan medidas firmes. La UE ha visto mejorar las capacidades digitales básicas de sus ciudadanos (que pasaron del 55 % al 59 % de la población), pero aún queda un largo camino por recorrer. También es necesario incrementar los niveles de las cualificaciones digitales de los trabajadores en todos los sectores de la economía y entre los demandantes de empleo para mejorar su empleabilidad. Es necesario cambiar la manera en que los sistemas de educación y formación se adaptan a la revolución digital. Estos cambios pueden apoyarse en iniciativas a nivel de la UE, como la «Gran Coalición para el empleo digital», la «Semana de la programación de la UE» y la «Apertura de la educación».

La responsabilidad de los planes de estudios recae en los Estados miembros que deben abordar urgentemente la falta de cualificaciones digitales esenciales. La Comisión prestará apoyo a sus esfuerzos y desempeñará su papel a la hora de mejorar el reconocimiento de aptitudes y cualificaciones digitales y de aumentar el nivel de profesionalidad de las TIC en Europa.

La Comisión abordará las cualificaciones y la experiencia digitales como componente clave de sus futuras iniciativas sobre cualificaciones y formación.

4.3.2. Administración electrónica

Los servicios públicos en Europa han incorporado las nuevas tecnologías con diferentes niveles de intensidad, pero se puede hacer más para modernizar la administración pública, lograr la interoperabilidad transfronteriza y facilitar la interacción con los ciudadanos.

Los servicios públicos en línea son vitales para aumentar la rentabilidad y la calidad de los servicios prestados a ciudadanos y empresas. Un ejemplo del aumento de la eficiencia

es el principio de «solo una vez»: solo en el 48 % de los casos, las Administraciones públicas reutilizan la información sobre ciudadanos y empresas que ya obra en su poder sin solicitarla de nuevo. La ampliación de este principio, en cumplimiento de la normativa de protección de datos, generaría un ahorro neto anual a nivel de la UE de alrededor de 5.000 millones de euros anuales de aquí a 2017. La Comisión pondrá en marcha un proyecto piloto para el principio de «solo una vez» para empresas y ciudadanos, y explorará la posibilidad de una solución a escala de la UE (un registro en línea seguro para los documentos). La ampliación de «solo una vez» a través de las fronteras podría contribuir a la eficiencia del mercado único digital.

La contratación pública representa aproximadamente el 19 % del PIB de la UE y la contratación pública electrónica a escala de la UE podría ahorrar 50.000 millones de euros anuales. El paquete de reforma de la contratación pública de 2014 prevé la transición a un sistema de contratación plenamente electrónico en octubre de 2018¹⁷. Son necesarios mayores esfuerzos para alcanzar este objetivo habida cuenta de que en muchos Estados miembros la transición se ha iniciado a un ritmo muy lento.

Los puntos de contacto entre autoridades públicas y ciudadanos o empresas están actualmente fragmentados y son incompletos. Se puede hacer frente mejor a las necesidades de las empresas y los ciudadanos en sus actividades transfronterizas mediante la creación de las infraestructuras de servicios digitales del Mecanismo Conectar Europa y ampliar e integrar los portales, redes, servicios y sistemas europeos existentes, (como Tu Europa, las ventanillas únicas, los puntos de contacto de productos, los puntos de contacto de productos de construcción) y enlazarlos con el «portal digital único». Además, debe fomentarse el uso de documentos electrónicos en toda la UE a fin de reducir los costes y la carga administrativa de empresas y particulares.

Las empresas se ven obstaculizadas por la fragmentación normativa y las barreras que les hacen más difícil ampliar y operar a través de las fronteras dentro del mercado interior. Muchos Estados miembros han pedido medidas, incluido ayudar a las empresas a constituirse rápidamente (por ejemplo, en 24 horas). La Comisión considera que toda empresa constituida debe poder ampliar sus operaciones transfronterizas en línea y convertirse en paneuropea en el plazo de un mes sobre la base de la interconexión de los registros mercantiles y el principio de «solo una vez»¹⁸.

La Comisión presentará un nuevo Plan de Acción Europeo sobre Administración Electrónica 2016-2020 que incluirá i) hacer realidad la interconexión de registros mercantiles para 2017, ii) poner en marcha en 2016 una iniciativa con los Estados miembros para llevar a cabo una

¹⁷ Directiva 2014/24/UE y Directiva 2014/25/UE.

¹⁸ La Comisión va a seguir elaborando las medidas necesarias para alcanzar estos objetivos en su estrategia sobre el mercado único.

experiencia piloto del principio de «solo una vez»; iii) ampliar e integrar los portales europeos y nacionales hacia un «portal digital único» con el fin de crear un sistema de información para ciudadanos y empresas de fácil manejo y iv) acelerar la transición de los Estados miembros hacia una contratación pública electrónica plena y la interoperabilidad de la firma electrónica.

5. Conseguir el mercado único digital

La construcción de un mercado único digital es parte clave de la estrategia de la UE para estar preparada para el futuro y seguir garantizando un alto nivel de vida a su población. Para alcanzar las acciones previstas en la presente estrategia se necesita voluntad política y de medios. Exige la movilización de los fondos y los recursos necesarios y crear una estructura de gobernanza entre los agentes clave que garantice la realización efectiva por parte de las instituciones de la UE, los Estados miembros y las partes interesadas. En los casos en que ya haya pruebas suficientes de barreras que deban eliminarse, la Comisión presentará propuestas legislativas y tomará iniciativas destinadas a poner la escala del mercado único a servicio de consumidores y empresas. En caso de que sea necesario efectuar nuevas consultas y recoger pruebas para decidir el mejor modo de actuar, la Comisión incluirá a las partes interesadas en el debate sobre las opciones disponibles. Esta agenda exige que la Comisión, el Parlamento Europeo y los Estados miembros trabajen juntos y adopten medidas ambiciosas.

5.1. Invertir en el mercado único digital

Uno de los principales objetivos de la estrategia del mercado único digital es crear un clima de inversión favorable para las redes digitales, la investigación y las empresas innovadoras. Crear las condiciones marco adecuadas contribuirá a movilizar la inversión privada y a generar la confianza de los inversores. Alcanzar nuestras ambiciones digitales requiere inversiones importantes. Ya se ha asignado financiación de la UE a infraestructuras y servicios del mercado único digital así como a la investigación y a las pymes innovadoras (incluidas las empresas emergentes). Se espera que los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos programen alrededor de 21.400 millones de euros en este ámbito. Es necesario un esfuerzo especial para cerrar la brecha digital entre las zonas urbanas y rurales. Como complemento de los programas de la UE en vigor, el Fondo Europeo de Inversión Estratégica¹⁹ está concebido para prestar apoyo a una amplia gama de proyectos digitales, debido, en particular, a su elevado componente de innovación e investigación (y, por tanto, a su mayor riesgo). El Banco Europeo de Inversiones y el Fondo Europeo de Inversiones ofrecen importantes posibilidades adicionales de financiación.

¹⁹ COM(2014) 903 final.

Los empresarios innovadores son fundamentales para la economía digital. Para tener éxito necesitan mayor acceso a la financiación, incluidos el capital inversión y el capital riesgo. La UE ha puesto en marcha una serie de iniciativas para respaldar la financiación mediante capital inversión, incluidos instrumentos regulatorios como el Reglamento sobre los fondos de capital riesgo europeos. No obstante, es necesario seguir trabajando para que se pueda disponer de la financiación apropiada ya que la actual diversidad de los estatutos de las empresas y los riesgos jurídicos y costes correspondientes en toda Europa van en detrimento de las inversiones en empresas emergentes y del crecimiento de sus actividades²⁰.

Teniendo en cuenta la experiencia previa de la insuficiente absorción de los fondos de la UE programados para la inversión en TIC, la Comisión colaborará con el Banco Europeo de Inversiones, los promotores de los proyectos y los Estados miembros para garantizar que los fondos de inversión disponibles se utilicen en su totalidad, incluida la asistencia técnica y el uso pleno de sinergias entre instrumentos de financiación.

5.2. Dimensión internacional

La escala ofrecida por la plena realización del mercado único digital ayudará a las empresas a crecer más allá del mercado interior de la UE y hará de la UE un lugar más atractivo para las empresas mundiales. La apertura del mercado europeo debe mantenerse y desarrollarse aún más en el ámbito digital. La UE debería seguir reclamando la misma apertura y el mismo respeto efectivo de los derechos de propiedad intelectual a nuestros socios comerciales. Los obstáculos al comercio digital mundial afectan especialmente a las empresas europeas, dado que la UE es el primer exportador mundial de servicios digitales. A tal fin debería desarrollarse más una ambiciosa política de comercio e inversión digitales, incluso mediante los acuerdos de libre comercio de la UE²¹. La realización del mercado único digital también puede contribuir a la consecución de la agenda para el desarrollo posterior a 2015. La Comisión trabajará en el desarrollo de un planteamiento sostenible para la gobernanza de internet mediante el modelo de múltiples partes interesadas con el fin de mantener internet libre y abierta.

5.3. Gobernanza efectiva del mercado único digital

Dada la responsabilidad compartida para la entrega a tiempo de las acciones de la estrategia, la Comisión colaborará con el Parlamento Europeo y el Consejo e intensificará su

²⁰ La Comisión explorará vías para atraer más capital riesgo en el contexto de su trabajo sobre la Estrategia del Mercado Único y la Unión de los Mercados de Capitales [COM(2015) 63].

²¹ La Comisión presentará una nueva estrategia comercial y de inversión en otoño de 2015, que abordará aspectos fundamentales para la Agenda de comercio digital.

cooperación con ambas instituciones. La Comisión entablará un diálogo continuo con las partes interesadas para informar sobre la elaboración de políticas y garantizar la aplicación efectiva de la estrategia. Teniendo en cuenta el carácter transversal de la estrategia del mercado único digital, su aplicación requiere el apoyo de grupos especiales de asesoría y ayuda. La Comisión anima al Consejo Europeo a dar el impulso necesario y a revisar los avances de forma periódica. La Comisión también intentará mejorar la calidad de los datos y análisis necesarios para sostener el mercado único digital mediante la puesta en común de los conocimientos pertinentes y haciéndolos fácilmente accesibles al público. Seguirá desarrollando su indicador Índice sobre una economía y sociedad digitales. La Comisión informará regularmente de los avances de la estrategia.

6. Conclusión

La estrategia para un mercado único digital consiste en transformar la sociedad europea y garantizar que pueda mirar al futuro con confianza. La Comisión invita al Parlamento y al Consejo Europeos a aprobar la estrategia para la realización del mercado único digital lo antes posible y a que se comprometan activamente en su aplicación, en estrecha cooperación con todas las partes interesadas pertinentes.



Anexo. Hoja de ruta para la realización del mercado único digital

Acciones (1)	Calendario
Mejorar el acceso de consumidores y empresas a bienes y servicios digitales en Europa	
Propuestas legislativas sobre unas normas de contratos transfronterizos simples y efectivas para consumidores y empresas	2015
Revisión del Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores	2016
Medidas en el sector de los envíos de paquetería	2016
Una revisión de gran alcance para preparar propuestas legislativas que aborden el bloqueo geográfico injustificado	2015
En el sector de la competencia, investigación sobre el comercio electrónico, en relación con el comercio en línea de bienes y la prestación de servicios en línea	2015
Propuestas legislativas para una reforma del régimen de derechos de propiedad intelectual	2015
Revisión de la Directiva de satélite y cable	2015/2016
Propuestas legislativas para reducir la carga administrativa de las empresas derivada de la existencia de distintos regímenes de IVA	2016
Crear las condiciones adecuadas para que las redes y servicios digitales prosperen	
Propuestas legislativas para reformar la actual normativa sobre telecomunicaciones	2016
Revisión de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual	2016
Análisis global de la función de plataformas en el mercado, incluidos los contenidos ilícitos en Internet	2015
Revisión de la Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas	2016
Creación de una asociación contractual entre los sectores público y privado en materia de ciberseguridad	2016





Acciones (1)	Calendario
Aprovechar al máximo el potencial de crecimiento de la economía digital	
Iniciativas sobre la propiedad de los datos, la libre circulación de datos (p. ej., entre los proveedores) y una nube europea	2016
Adopción de un plan prioritario de normas sobre TIC y ampliación del marco europeo de interoperabilidad para los servicios públicos	2015
Nuevo plan de acción sobre administración electrónica, incluida una iniciativa sobre el principio de «solo una vez» y una iniciativa para instaurar la interconexión de los registros mercantiles	2016
<p>(1) En la medida en que es probable que las medidas tengan un impacto importante, deberán ir acompañadas de una evaluación del impacto, en consonancia con los principios para legislar mejor de la Comisión.</p>	

