

Mercado Único Digital

El “Mercado Único Digital” (o Digital Single Market, DSM) es una propuesta llevada a cabo por la Comisión Europea, a través de la cual se pretenden eliminar las barreras existentes entre países de la UE en cuanto a la utilización de herramientas y servicios online. La idea final es que tanto particulares como empresas encuentren la manera de poder comerciar e innovar de un modo libre, legal, seguro y asequible.

El problema de tener 28 mercados nacionales en lugar de uno implica enfrentarse a 28 legislaciones, cada una con sus propios matices y exigencias. Esto impide que los ciudadanos de la UE puedan acceder en condiciones de igualdad a los bienes y servicios digitales.



Este nuevo proyecto se compone de tres pilares fundamentales:

- 1) Mejoras en el acceso de empresas y consumidores a los bienes online.
- 2) Fomento de la prosperidad de las redes y los servicios digitales.

- 3) Consecución de un sector digital como motor de crecimiento.

La Comisión Europea prevé que un mercado único digital podría aportar alrededor de 415.000 millones de euros al año a la economía de la UE y dar empleo a cientos de miles de personas.



La UE se propone impulsar el comercio electrónico (haciendo más eficiente la entrega transfronteriza de paquetes), modernizar las normas de la Eurozona sobre derechos de autor para adaptarlas a la nueva era digital, actualizar las normas audiovisuales, ampliar la respuesta europea a los ciberataques -a través de la Agencia de la Ciberseguridad de la UE-, liberar el potencial de una economía de datos europea, garantizar que todos los ciudadanos dispongan de la mejor conexión posible a internet y adaptar las normas de privacidad electrónica al nuevo entorno digital.

El objetivo último es reforzar la posición de Europa en economía digital, garantizando la libre circulación de mercancías, personas, servicios o capitales, independientemente de la nacionalidad o el lugar de residencia.



Según Jean-Claude Juncker, presidente de la Comisión Europea, este cambio es necesario y oportuno porque las tecnologías digitales están en todos los aspectos de la vida y esto implica que necesitamos estar totalmente conectados para poder aprovechar todos los beneficios subyacentes, tanto por el bien de los usuarios como por el de la economía en general.

En concreto, en el informe *“Digital Single Market for Europe”*, la Comisión Europea remarca la necesidad de un mercado único digital, sin obstáculos. Por ejemplo, únicamente el 59% de los ciudadanos europeos son capaces de acceder a redes 4G. Se aprecia también que un 52% de las compras transfronterizas están bloqueadas por trabas burocráticas. Se prevé que sin

estas barreras se podrían ahorrar hasta 11.000 millones de euros en compras online de clientes, y los pequeños negocios llegarían a ahorrar hasta 9.000 millones de euros.

La armonización en materia de Big Data, de burocracia administrativa y de mejora aún más intensa en la privacidad en internet serán los retos a conseguir en el medio y largo plazo en la UE.

