Publicado en el 26/03/2015

Estrategia para el Mercado Único Digital: la Comisión Europea acuerda ámbitos de actuación

Bruselas, 25 marzo 2015

Películas, comprar o vender en línea y conectar con amigos o con nuestro médico, Internet es una auténtica mina de oro de oportunidades digitales. Sin embargo, las personas y las empresas de la UE tropiezan diariamente con numerosos obstáculos —desde bloqueos geográficos o deficiencias en materia de paquetería transfronteriza hasta servicios electrónicos inconexos. Con demasiada frecuencia, los servicios digitales siguen limitados a las fronteras nacionales. La Comisión Juncker considera prioritario eliminar esos obstáculos y crear un Mercado Único Digital, de manera que las libertades del mercado único de la UE se amplíen al sector digital y se estimule el crecimiento y el empleo en nuestro continente. El Colegio de Comisarios ha mantenido hoy un primer debate sobre la Estrategia para el Mercado Único Digital, que está previsto presentar en mayo, y ha establecido los principales ámbitos en los que la Comisión centrará sus esfuerzos a fin de impulsar cambios reales para los consumidores y las empresas.

Andrus Ansip, Vicepresidente responsable del Mercado Único Digital, ha declarado lo siguiente: «Eliminemos todas esas barreras que nos bloquean. Es preciso que las personas puedan moverse libremente en línea a través de las fronteras al igual que lo hacen en la realidad. Se debe ayudar a las empresas innovadoras a crecer en toda la UE, de manera que no se queden encerradas en su propio mercado. Va a ser una tarea ardua, pero tenemos que ser ambiciosos desde el principio. Europa debe sacar el máximo partido de la era digital: mejores servicios, mayor participación y nuevos puestos de trabajo».

Günther H. Oettinger, Comisario de Economía y Sociedad Digitales, ha indicado por su parte: «Europa no puede situarse a la vanguardia de la revolución digital con 28 normativas diferentes para los servicios de telecomunicaciones, derechos de autor, seguridad informática y protección de datos. Necesitamos un mercado europeo que permita la aparición de nuevos modelos de negocio y el crecimiento de las empresas emergentes y que ofrezca a la industria la posibilidad de aprovechar la Internet de las cosas. También las personas tienen que invertir, mejorando sus competencias informáticas, tanto en su trabajo como en su tiempo de ocio».

El debate político de hoy ha establecido tres ámbitos principales en los que la Comisión centrará su actuación durante este mandato:

1. Mejorar el acceso de los consumidores y las empresas a los bienes y servicios digitales

Facilitar el comercio electrónico transfronterizo, en particular para las pyme, mediante normas armonizadas en relación con los consumidores y los contratos, y servicios de paquetería más eficientes y asequibles. Hoy en día, solo el 15 % de los consumidores compra en línea en otro país de la UE, lo que no es de sorprender cuando los gastos de envío acaban siendo superiores al precio real del producto (véase la ficha informativa para más datos).

Luchar contra el bloqueo geográfico: demasiados europeos no pueden utilizar servicios en línea que están disponibles en otros países de la UE, a menudo sin ninguna justificación; o se les redirige a un establecimiento de la zona con precios diferentes. Tal discriminación no puede existir en un mercado único.

Modernizar la legislación sobre derechos de autor para garantizar un equilibrio adecuado entre los intereses de los creadores y los de los usuarios o consumidores. De ese modo, mejorará el acceso de los ciudadanos a la cultura —y, por tanto, apoyará la diversidad cultural— creando al mismo tiempo nuevas oportunidades de negocio para los artistas y los creadores de contenidos y garantizando una mejor aplicación de los derechos.

Simplificar el régimen del IVA es importante para impulsar las actividades transfronterizas de las empresas, especialmente las pyme. El coste y la complejidad de tener que enfrentarse a normas tributarias extranjeras son dos problemas importantes para las pyme. Los costes asociados al IVA debido a diferentes requisitos se estiman en 80 000 millones de euros.

Principales contribuyentes:

Andrus Ansip, Vicepresidente responsable del Mercado Único Digital

Günther Oettinger, Economía y Sociedad Digitales

El?bieta Bie?kowska, Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y PYME

V?ra Jourová, Justicia, Consumidores e Igualdad de Género

Tibor Navracsics, Educación, Cultura, Juventud y Deporte

Carlos Moedas, Investigación, Ciencia e Innovación

Pierre Moscovici, Asuntos Económicos y Financieros, Fiscalidad y Aduanas

Margrethe Vestager, Competencia

2. Crear el entorno en el que puedan prosperar las redes y servicios digitales

Todos los servicios, aplicaciones y contenidos digitales dependen de una Internet de alta velocidad y de la seguridad de las redes: vitales para unos servicios digitales nuevos e innovadores. Por tanto, para fomentar la inversión en infraestructuras, la Comisión revisará la actual normativa en materia de telecomunicaciones y medios de comunicación a fin adecuarla a los nuevos desafíos, en particular en lo que respecta a los servicios utilizados por los consumidores (por ejemplo, el aumento del número de llamadas de voz realizadas a través de Internet) y la aparición de nuevos operadores en este ámbito.

El espectro es el aire que respira Internet. Es esencial mejorar la coordinación entre los Estados miembros. Europa ha experimentado grandes retrasos en el despliegue de la última tecnología 4G, ya que no disponía del espectro adecuado. El espectro no entiende de fronteras: es necesario un enfoque europeo para promover un auténtico mercado único con servicios paneuropeos.

La Comisión examinará la importancia creciente de las plataformas en línea (motores de búsqueda, redes sociales, tiendas de aplicaciones, etc.) para una economía próspera a través de Internet. Eso significa examinar cómo reforzar la confianza en los servicios en línea mediante una mayor transparencia y cómo incluirlos en la cadena de valor en línea y facilitar la rápida eliminación de contenidos ilegales.

En la actualidad, el 72 % de los usuarios europeos de Internet temen utilizar los servicios en línea porque tienen que revelar demasiados datos personales. La rápida adopción del Reglamento sobre protección de datos es fundamental para impulsar la confianza.

Principales contribuyentes:

Andrus Ansip, Vicepresidente responsable del Mercado Único Digital

Günther Oettinger, Economía y Sociedad Digitales

Margrethe Vestager, Competencia

El?bieta Bie?kowska, Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y PYME

V?ra Jourová, Justicia, Consumidores e Igualdad de Género

Pierre Moscovici, Asuntos Económicos y Financieros, Fiscalidad y Aduanas

Phil Hogan, Agricultura y Desarrollo Rural

Corina Cre?u, Política Regional

3. Crear una economía y sociedad digitales en Europa con potencial de crecimiento a largo plazo

La industria es un pilar fundamental de la economía europea —el sector manufacturero de la Unión Europea representa 2 millones de empresas y 33 millones de puestos de trabajo. La Comisión quiere ayudar a todos los sectores industriales a incorporar nuevas tecnologías y gestionar la transición hacia un sistema industrial inteligente («Industria 4.0»).

Normas: garantizar la interoperabilidad de las nuevas tecnologías es esencial para la competitividad de Europa, por lo que deben desarrollarse más rápidamente.

La Comisión pretende también que la industria y la sociedad aprovechen al máximo la economía de los datos. Cada segundo se producen grandes cantidades de datos, creados por personas o generados por máquinas, como los sensores que recogen información climática, las imágenes de

satélite, las fotos y los vídeos digitales, los registros de transacciones comerciales o las señales de GPS. Los macrodatos son una mina de oro, pero también plantean importantes retos, que van desde la propiedad hasta la protección de datos, pasando por las normas.Estas cuestiones deben abordarse para liberar su potencial.

Lo mismo puede decirse de la computación en nube, cuyo uso está creciendo rápidamente: se prevé que la proporción de datos digitales almacenados en la nube pase del 20 % en 2013 al 40 % en 2020. Si bien las redes o los recursos compartidos pueden impulsar nuestra economía, también necesitan el marco apropiado para crecer y ser utilizados por un mayor número de personas, empresas, organizaciones y servicios públicos en toda Europa.

Los europeos también deben poder beneficiarse plenamente de servicios electrónicos interoperables, desde la administración electrónica hasta la salud electrónica, y desarrollar sus propias competencias digitales para aprovechar las oportunidades que ofrece Internet y aumentar sus posibilidades de conseguir un empleo.

Principales contribuyentes:

Andrus Ansip, Vicepresidente responsable del Mercado Único Digital

Günther Oettinger, Economía y Sociedad Digitales

El?bieta Bie?kowska, Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y PYME

V?ra Jourová, Justicia, Consumidores e Igualdad de Género

Vytenis Andriukaitis, Salud y Seguridad Alimentaria

Marianne Thyssen, Empleo, Asuntos Sociales, Capacidades y Movilidad Laboral

Violeta Bulc, Transportes

Carlos Moedas, Investigación, Ciencia e Innovación

Próximos pasos

Los debates de hoy establecen los ámbitos de actuación prioritarios en que deben centrarse los esfuerzos a la hora de preparar la Estrategia para el Mercado Único Digital que se presentará en mayo.

Contexto

Varios Comisarios forman parte del equipo encargado del proyecto de Mercado Único Digital y participan activamente en este trabajo. Asimismo, la Comisión colabora con numerosas partes interesadas en la fase preparatoria de la Estrategia (véase el informe– participa en el debate sobre «Digital4EU»).

Anexo I: Ficha informativa - ¿Por qué necesitamos un Mercado Único Digital?

Anexo II: El equipo encargado del proyecto de Mercado Único Digital

Más información

¿Cuán digital es tu país? Nuevos datos revelan los progresos necesarios para alcanzar una Europa digital

Página Web de Andrus Ansip, Vicepresidente responsable del Mercado Único Digital(@Ansip_EU)

Página Web de Günther H. Oettinger, Comisario de Economía y Sociedad Digitales (@GOettingerEU)

Sitio Web de la Agenda Digital para Europa

Orientaciones políticas del Presidente Juncker

Programa de Trabajo de la Comisión para 2015

Anexo II: El equipo encargado del proyecto de Mercado Único Digital

IP/15/4653

Personas de contacto para la prensa

Mina ANDREEVA (+32 2 299 13 82)

Marie FRENAY (+32 2 29 64532)

Solicitudes del público en general:

Europe Direct por teléfono 00 800 67 89 10 11 , o por e-mail

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: Internacional E-Commerce

NotasdePrensa

https://www.notasdeprensa.es