

JUNIO 2015

AUTOR: ALICIA GONZALEZ

Nº 297

FICHA TÉCNICA

Título: ¿Por qué necesitamos un Mercado Único Digital?

Año: 2015

Fuente: Comisión Europea

Nº de páginas: 20



Acceso/coste: Libre/Descargable de Internet

Localización: Disponible en el siguiente [link](#)

CONCLUSIÓN PRINCIPAL

“Mediante la creación de un mercado único digital, podemos generar hasta 250 000 millones de crecimiento adicional en Europa en el curso del mandato de la siguiente Comisión, cientos de miles de trabajos y una vibrante sociedad basada en el conocimiento.”

Jean-Claude Juncker (actual presidente de la Comisión Europea)

Tener 28 diferentes leyes nacionales de protección al consumidor y derechos contractuales desincentiva el comercio transfronterizo entre empresas e impide que los consumidores europeos se beneficien de las ofertas más competitivas y de la gama total de ofertas online.

Este proyecto europeo pretende armonizar, simplificar y facilitar el uso de las TIC, el e-commerce y la innovación digital en toda la Unión Europea mediante la construcción de medidas legislativas comunes para todos los países integrantes.

Asegurarse que todos los ciudadanos europeos puedan usar sus teléfonos móviles en toda Europa sin pagar cobros por roaming, permitir el acceso de servicios, música, películas y eventos deportivos desde sus aparatos electrónicos independientemente de las fronteras y crear unas mismas reglas de juego sujetas a protección de datos para todas las empresas de la UE independiente de dónde se encuentre su servidor son algunas de las medidas que se contemplan en este documento.

AUTORÍA

La Comisión Europea es una de las principales instituciones de la Unión Europea. Representa y defiende los intereses del conjunto de la UE, elabora propuestas de nueva legislación europea y gestiona la labor cotidiana de poner en práctica las políticas y hacer uso de los fondos europeos.

En este informe, la Comisión reflexiona sobre las políticas públicas y marco legislativo que Europa necesita para acometer el desarrollo de una economía digital que sustente a la economía física en base a los intereses y preocupaciones de sus ciudadanos.

DESCRIPCIÓN Y CONTENIDO

La economía global se está volviendo rápidamente digital. Las Tecnologías de la Información y Comunicación son la base de los modernos sistemas económicos. Sin embargo, la fragmentación y barreras existentes dentro de la Unión Europea impiden aprovechar las inmensas oportunidades en innovación, crecimiento y empleo y su posicionamiento de líder digital.

Más de 500 millones de personas abarcan el Mercado Único Digital, que pretende el libre acceso y ejercicio de actividades online de individuos y empresas independientemente de su nacionalidad o lugar de residencia bajo las mismas condiciones competitivas y un alto nivel de protección de datos personales.

Los tres pilares del Mercado Único Digital:

1. Mejorar el acceso de consumidores y empresas a bienes y servicios online por toda Europa: impedir la discriminación injusta cuando se intenta acceder a contenido o compra de bienes y servicios online dentro de la Unión Europea por nacionalidad, residencia o localización geográfica.

2. Crear las condiciones para que las redes y servicios digitales florezcan: infraestructuras de alta velocidad y seguridad y servicios de contenido.

3. Maximizar el potencial de crecimiento de la Economía Digital Europea: inversión en TIC y tecnologías Cloud Computing y Big Data junto con investigación e innovación.

ESTRUCTURA DEL INFORME

- 1) Introduction: Why we need a digital single market
- 2) Better online access for consumers and businesses across Europe
- 3) Creating the right conditions and a level playing field for advanced digital networks and innovative services
- 4) Maximising the growth potential of the digital economy
- 5) Delivering the digital single market
- 6) Conclusion

OTRAS CONCLUSIONES

Diferencias legales entre Estados Miembros: contratos y leyes de copyright. La UE depende en gran medida de la creatividad para competir globalmente y es líder mundial en ciertos sectores intensivos en copyright.

Barreras al acceso transfronterizo de servicios de contenido protegido y su portabilidad (cuando se cruza una frontera se impide usar contenido adquirido desde otro país en base a copyright) son comunes, especialmente en programas audiovisuales. El 45% de las compañías que consideran vender servicios digitales han afirmado que las restricciones debidas a derechos de autor son un problema. Menos del 4% de todo el contenido visual on demand es accesible a través de las fronteras y los consumidores se encuentran que al intentar comprar contenido a otro Estado Miembro no es posible o no está disponible pudiendo dañar la investigación e innovación.

La Comisión planea incluir medidas armonizadoras, de acceso y seguimiento de posibles infringimientos mediante un enfoque de “seguimiento del dinero”.

Según compañías que actualmente no venden online pero están intentando hacerlo, el 62% indica el hecho de que **los costes de envío son demasiado elevados**. Las tarifas de comercio transfronterizo cobradas por operadores postales son aproximadamente dos o cinco veces más elevadas que los precios domésticos.

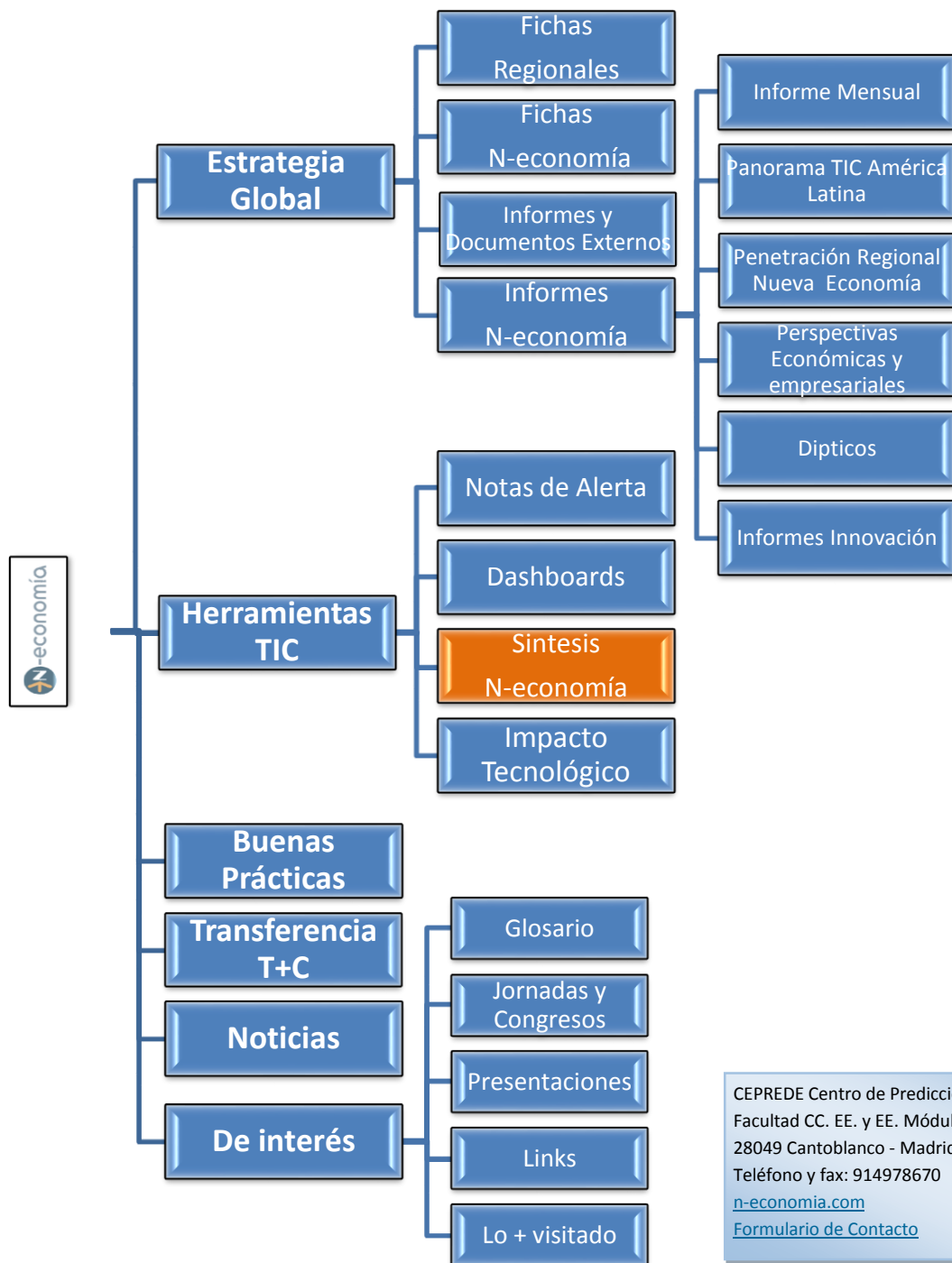
Geobloqueo injustificado: el 74% de las quejas recibidas en la red de centros de consumo europeo son referentes a diferencias de precios, denegación del acceso a páginas web localizadas en otros Estados Miembros o otras discriminaciones geográficas sufridas por los consumidores por razones comerciales de los vendedores en sus compras online.

La Comisión va a prohibir esta práctica en el 2016 junto con el inicio de una investigación sobre la aplicación de la ley de competencia en el área e-commerce.

Reducir obstáculos y cargas administrativas en las ventas transfronterizas: IVA en el lugar de la prestación. En vez de tener que declarar y pagar el IVA a cada Estado miembro donde el consumidor tenga su residencia, las empresas podrán realizar una única declaración y pago en su propio Estado. El IVA será cobrado a través de un único método de registro y pago electrónico.

En 2016, la Comisión realizará propuestas legislativas para reducir la carga administrativa de las empresas producidas por las diferencias de IVA entre los países: Extender el presente sistema electrónico de registro y pago único a las ventas de productos online intraeuropeo y a terceros países. Introducir una simplificación del IVA dirigido a start-ups y negocios e-commerce. Eliminar la ventaja en la exención de IVA que tienen terceros países en el envío de bienes a ciudadanos europeos y realizar una única auditoria de comercio transfronterizo.

Consulta el resto de nuestro productos N-economía y siguenos en las redes sociales:



CEPREDE Centro de Predicción Económica
 Facultad CC. EE. y EE. Módulo E-XIV UAM
 28049 Cantoblanco - Madrid
 Teléfono y fax: 914978670
n-economia.com
[Formulario de Contacto](#)

Entidades colaboradoras

N-economía es una iniciativa promovida por:

