



ECONOMÍA

HACIA UN MERCADO ÚNICO DIGITAL EN LA UE

Michel Barnier, miembro de la Comisión Europea,
comisario de Mercado Interior y Servicios



FAES/ David Mudarra

Michel Barnier

En estos tiempos difíciles para España y para Europa en general, la construcción de un mercado único digital trae consigo muchas promesas. Promesas para los consumidores, que desearían poder comparar los precios y la calidad de los productos en toda Europa, pagar en línea de forma segura y recibir las compras de forma rápida y segura. Promesas para todos los europeos que quieren informarse, escuchar música o ver su programa favorito en cualquier parte de Europa, en su tableta o en su teléfono inteligente. Promesas para las pymes, que querrían vender sus productos y ofrecer sus servicios en todo el mercado único. Promesas, en una palabra, para el conjunto de la economía europea, ya que sabemos que en algunos países la economía digital crea 2,6 puestos de trabajo por cada empleo que se pierde en la economía *offline*¹.

Pero para que todas estas promesas se materialicen tenemos que resolver numerosos retos. En primer lugar, debemos adaptar el mercado único a la nueva realidad de la tecnología digital

UNA EUROPA DIGITAL

Hoy en día, aquello que parece natural en el territorio de un Estado miembro –el acceso a webs comerciales, pagar en línea y el envío del producto– no siempre se da a nivel de la UE. La implantación de la banda ancha sigue siendo muy heterogénea y la brecha digital es una realidad en algunas zonas.

Dada la escala del proyecto, nuestra hoja de ruta está clara: la Agenda Digital para Europa y el Plan de Acción para el comercio electrónico de enero de 2012, que tiene como objetivo duplicar para el año 2015 la proporción del comercio electrónico en las ventas al por menor (3,4% en 2012), y la proporción de la economía de internet en el PIB europeo (menos del 3% en 2012).

¹ Fuente: McKinsey Global Institute, mayo de 2011.

Desde hace un año y medio hemos avanzado sobre todo gracias al apoyo del grupo de trabajo presidido por el eurodiputado Pablo Arias en el Parlamento Europeo. Un ejemplo: el texto de la normativa sobre los problemas del consumo en línea, adoptada el pasado abril, que debería reforzar la confianza del consumidor en las compras en línea.

Dicho esto, debe quedar claro que no hemos llegado al final del camino. En muchos Estados miembros todavía hay medidas que tomar para el desarrollo de redes de banda ancha, para promover la inclusión digital o mejorar los servicios de la Administración electrónica. En este sentido doy la bienvenida a las recientes iniciativas españolas, tanto la Agenda Digital aprobada en febrero como el Plan para la promoción de la economía y del contenido digital que se presentó el 24 de julio.

A nivel europeo, quisiera comentar cuatro áreas en las que trabaja la Comisión.

En primer lugar, queremos seguir liberando el potencial del comercio electrónico

España ya ocupa el cuarto lugar de Europa en cantidad de ventas en línea, que en 2012 llegó a los 13 millones de euros en el país². Lo que significa que a pesar de las dificultades actuales, la economía y los consumidores españoles utilizan las herramientas del mañana y miran hacia el futuro.

A escala europea, el crecimiento de las ventas en línea ha sido, de media, del 19%.

Precisamente para aprovechar el potencial de crecimiento del comercio electrónico propusimos el pasado 24 de julio un paquete de normativas dirigidas a modernizar el mercado europeo del pago electrónico.

² Fuente: Ecommerce Europe, “Europe B2C Ecommerce Report 2013”.

Permítanme ilustrar lo que queremos hacer con un ejemplo práctico: cuando un productor importante de teléfonos inteligentes (Apple) lanza un teléfono con identificación biométrica, ¿cuál es el futuro que imaginamos en materia de pago? El pago por internet sin necesidad de tarjeta de crédito. Una compra donde el consumidor valida un comando y se envía una “domiciliación” directamente al teléfono, por vía electrónica. Y esto no es para dentro de diez años, sino para mañana. Nuestro marco legislativo debe adaptarse a ello, para garantizar que nuestra legislación viva al son de su tiempo.

En general, el mercado de pagos europeo hoy está fragmentado y su coste es de 130.000 millones de euros al año. Nuestra propuesta hará que los pagos por internet sean más baratos y más seguros tanto para los minoristas como para los consumidores. También creará las condiciones para una mayor innovación en el sector.

Otro obstáculo para el desarrollo del comercio electrónico es el reparto y la entrega de paquetes, que a menudo es un proceso demasiado lento, demasiado caro, demasiado complicado. Hoy en día, la “Europa del paquete” no existe. Las entregas transfronterizas son de tres a cinco veces más caras, incluso a la misma distancia. El 68% de los pedidos en línea se abandona debido a problemas con el envío.

Por eso, hace pocas fechas, me encontré con todos los operadores postales de Europa para encontrar soluciones. ¡Y las hay! No hay nada que se pueda resolver de un día para otro, pero se lograron compromisos importantes, como por ejemplo:

- El desarrollo de sistemas de devolución simplificados cuando el consumidor, por una razón u otra, quiera devolver el producto.
- Una logística mejorada y un mejor seguimiento de los pedidos de un país a otro para evitar pérdidas de tiempo o que el consumidor no sepa dónde está su compra.

“España ya ocupa el cuarto lugar de Europa en cantidad de ventas en línea, que en 2012 llegó a los 13 millones de euros”



- Y además, ofertas más competitivas y accesibles para los envíos de bajo coste. Seguiremos todo esto de cerca. A partir del próximo mes, vamos a realizar propuestas de incentivos para mejorar el envío de paquetes entre varios Estados miembros, controlar los compromisos asumidos por los actores y asegurar que los mantienen, en interés de los consumidores y las pymes.

El segundo proyecto es continuar con la modernización del marco europeo de los derechos de autor, o *copyright* en inglés

Suena técnico, jurídico, abstracto. Pero, ¿por qué es importante? Por un lado, nuestros diseñadores, escritores, artistas, periodistas necesitan una protección adecuada por sus esfuerzos y su trabajo para poder ganarse la vida y continuar creando e innovando. Los productores de películas y música o los editores de libros y periódicos también necesitan protección si se desean conservar las inversiones, a menudo importantes y siempre arriesgadas, en la creación. Al mismo tiempo, sin dejar de respetar este requisito, es necesario un marco jurídico que facilite la difusión de estas obras a un mayor número de personas. Especialmente en la era de internet.

Para ello, llevamos a cabo dos líneas paralelas de acción:

- a) En primer lugar, en el marco de nuestra iniciativa “Licencias para Europa”, pusimos en marcha un diálogo entre todas las partes para lograr encontrar soluciones prácticas a los problemas con los que se pueden encontrar los consumidores, los creadores, las empresas o los investigadores en Europa.

Tengo la esperanza de que al final de este proceso hayamos encontrado juntos soluciones que permitan:

- La portabilidad transfronteriza de los servicios audiovisuales, como por ejemplo la posibilidad de leer el periódico al que se está suscrito o ver la serie de televisión que se haya adquirido cuando se está de viaje, por ejemplo en una tableta digital.
 - El desarrollo de un mejor acceso a las películas fuera del circuito de la distribución.
 - Licencias y soluciones tecnológicas para realizar lo que se llama *text and data mining* (minería de textos y datos).
- b)** Paralelamente, analizamos el estado de nuestro acervo legislativo sobre los derechos de autor y la posible necesidad de adaptarse a los desafíos del entorno digital.

En este momento no hay nada decidido sobre la forma, el momento y la magnitud de esta actualización. Pero sabemos que tenemos que mirar con ojos nuevos la cuestión de la territorialidad en el mercado interior. Los límites y excepciones a los derechos de autor en la era digital, la cuestión de la copia privada, que fue objeto de un excelente informe de Antonio Vitorino, y sin duda también la cuestión de la “compensación justa” para los titulares de derechos.

Sin embargo, sin esperar el resultado de este análisis, que nos llevará a tomar decisiones en el año 2014, nosotros ya hemos propuesto nuevas normas sobre la gestión colectiva de los derechos de autor, en particular para facilitar la concesión de licencias multiterritoriales, que deberían permitir a las empresas poder ofrecer una mayor oferta de música en línea y sobre todo más europea.

“Más allá de la posibilidad de realizar trámites las 24 horas del día, evitando colas y siguiendo el progreso de sus aplicaciones, la Administración electrónica es una parte integral del nuevo crecimiento que queremos construir”



Sé que sobre todas estas cuestiones, que también han suscitado un animado debate en España, el Gobierno ha propuesto una serie de cambios para actualizar el sistema de gestión colectiva y el alcance de la excepción de la copia privada. Estamos siguiendo de cerca este proceso, que, por supuesto, deberá cumplir con el acervo comunitario en el ámbito de los derechos de autor.

Tercer proyecto: Hacia un mercado único de las telecomunicaciones

En España, la aprobación de la nueva ley general de telecomunicaciones debería facilitar el despliegue de redes de nueva generación, mejorar el servicio y la protección de los usuarios, fortalecer la unidad del mercado y reducir las cargas administrativas para los operadores.

Estos son los objetivos que compartimos a nivel europeo, como muestra el paquete legislativo para un “Continente Conectado”, adoptado por la Comisión la semana pasada, bajo el impulso de Neelie Kroes, vicepresidenta de la Comisión Europea y comisaria de la Agenda Digital.

Esta iniciativa dará lugar a nuevas reducciones de precios para los consumidores. Por ejemplo, el sobrecoste del *roaming* para las llamadas recibidas en el extranjero se eliminará en julio de 2014.

Sin embargo, nuestra propuesta va más allá, ya que incluiría ayudar a desarrollar la tecnología 4G y las redes Wi-Fi de banda ancha en Europa, garantizar la “neutralidad de la red” y aumentar la transparencia y la protección de los consumidores.



“La Administración electrónica también representa un ahorro sustancial para el contribuyente, en un momento en el que todos los Estados miembros deben ahorrar para reducir el déficit y recuperar el margen de maniobra presupuestario”

Los consumidores tienen derecho a saber si ellos reciben en su casa la calidad de internet por la que pagan. Si se paga por tener banda ancha o banda muy ancha de más de 30 megabytes por segundo, lo mínimo es estar seguro de poder beneficiarse de ello. Los operadores, a su vez, se beneficiarán de la simplificación de las normas y una mejor coordinación de la asignación de espectro, lo que debería facilitar su acceso a otros mercados y fomentar la aparición de ofertas transeuropeas.

Por último, queremos fomentar el desarrollo de la Administración electrónica en Europa

Más allá de la posibilidad de que el usuario pueda realizar trámites en su Administración las 24 horas del día, evitando colas y siguiendo el progreso de sus aplicaciones, la Administración electrónica es una parte integral del nuevo crecimiento que queremos construir. Abre nuevas oportunidades para las pymes, situándolas un poco más en pie de igualdad con las grandes empresas. Por ejemplo, las pymes podrán abrir más fácilmente un negocio en el extranjero a través de la ventanilla única en línea que hemos creado.

La Administración electrónica también representa un ahorro sustancial para el contribuyente, en un momento en el que todos los Estados miembros deben ahorrar para reducir el déficit y recuperar el margen de maniobra presupuestario. Sólo por medio de la contratación pública electrónica y la facturación electrónica, los gobiernos de Europa podrían ahorrar más de 80.000 millones de euros al año. 80.000 millones de “buena economía”, es decir, economías que no afectarían negativamente a la inversión o a los servicios públicos. Es mucho dinero.

La experiencia también demuestra que estos nuevos servicios conducen a una modernización de la Administración, que gradualmente pasaría de la “cultura del formulario” a la “cultura de la información útil”. Una Administración que se adapta a las necesidades del usuario. Por no mencionar el impacto ambiental positivo de la Administración electrónica, que ahorraría toneladas de papel cada año.

Con las ventanillas únicas, la difusión de la contratación pública electrónica, la facturación electrónica y los sistemas de contacto entre los ciudadanos y la administración, como la red SOLVIT, Europa se ha convertido en una fuerza impulsora de la Administración electrónica, que contribuye significativamente a adaptar el mercado único a internet.

UNA ECONOMÍA DIGITAL EUROPEA

Sin embargo, adaptar el mercado único a la era digital no es suficiente, también debemos utilizar las herramientas del mercado único para construir una visión europea de la economía digital, de lo contrario en Europa padeceremos la visión de los demás.

Hoy en día, con pocas excepciones, las mayores compañías de *software* y servicios en línea están fuera de Europa, en concreto en Estados Unidos. Tenemos que dotarnos de los medios para crear empresas digitales en Europa, grandes y pequeñas, porque Europa y el mundo las necesitarán el día de mañana.

Esto no significa imitar o reproducir Google, Facebook o Amazon pintándolas con los colores de Europa, sino aprovechar futuras oportunidades cuando surjan en áreas tales como el “internet de las cosas” y la búsqueda de soluciones y nuevas tecnologías para la dependencia, la energía o incluso las ciudades conectadas. Para ello, necesitamos que este ecosistema se adapte al emprendimiento digital en el que trabajamos a través de la Directiva sobre el comercio electrónico y todas nuestras recientes iniciativas, como la actualización de las redes de banda ancha, los pagos en línea y licencias multiterritoriales.



“El desafío es dotar a Europa de las palancas económicas y políticas para conciliar la creación de un auténtico mercado único digital, y por lo tanto una economía digital líder, con la defensa de nuestros valores”

Pero también necesitamos una visión de futuro. Como ustedes saben, definiendo desde hace mucho tiempo una política industrial moderna y europea. Naturalmente, esta deberá contar con nuevas ambiciones comunes en sentido digital, como la creación de servicios europeos en la “nube” que nos permitan encontrar nuestro lugar tanto en un mercado mundial en expansión como mantener el control de nuestros datos. Ese es el desafío: dotar a Europa de las palancas económicas y políticas para conciliar la creación de un auténtico mercado único digital, y por lo tanto, ser una economía digital líder con la defensa de nuestros valores.

En primer lugar, la protección de la privacidad: como han demostrado claramente los datos sobre el programa PRISM, para aquellos que todavía lo dudaban, se ha producido un crecimiento de las técnicas intrusivas gracias a internet. Tenemos que ser capaces de mejorar la protección de nuestros datos, incluyendo la inversión en seguridad cibernética.

En segundo lugar, la diversidad cultural: depende de nosotros hacer que internet sea algo más que el vector de difusión de una cultura única, incluso dominante. El desarrollo de la portabilidad, las licencias transeuropeas, los millones de obras disponibles en línea a través de la biblioteca Europea. Todo esto debe permitir que internet pueda reflejar la riqueza cultural de nuestro continente.

Por último, un desafío clave es hacer que el mercado único digital se convierta en un factor de inclusión social. Eso requiere luchar contra la brecha digital sin dejar de invertir en redes de banda ancha. Pero también fomentar el desarrollo de habilidades digitales para todos, servicios de cooperación, presencia en línea de las empresas sociales y de la Administración electrónica, que deberían permitir

acabar con el aislamiento de algunas zonas y reparar el tejido social en el corazón del mercado único.

Esta visión europea de un mercado único digital abierto y competitivo, pero protector de la privacidad, la diversidad cultural y factor de inclusión social, sigue estando en gran medida aún por construir. Requiere que Europa reinvierta en el campo de la tecnología digital para el desarrollo de un ecosistema adecuado y la creación de empresas innovadoras que puedan llegar a competir con los gigantes de la industria.

Para lograr estos objetivos, tenemos que trabajar de la mano con todas las partes interesadas. Se puede contribuir a ello a través de internet con motivo del “mes del mercado único”, que se celebra en toda Europa del 23 septiembre hasta el 23 de octubre, incluyendo una semana entera dedicada al comercio electrónico, a partir del 14 de octubre. Esas contribuciones pueden marcar la diferencia para construir el mercado único digital y volver a poner a Europa en la senda del crecimiento y el empleo.