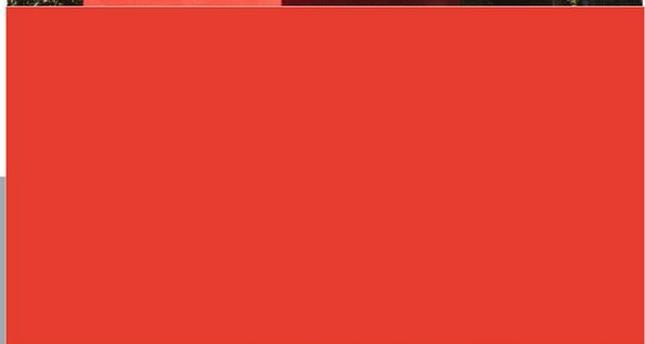


# ECIJA

## El Impacto del Paquete Legislativo sobre Servicios Digitales en la Unión Europea (DMA y DSA)



# El Impacto del Paquete Legislativo sobre Servicios Digitales en la UE

## La consolidación del Mercado Único Digital Europeo

De acuerdo con lo analizado en la presente serie de Notas sobre la DSA, el mercado único digital europeo ha ocupado una especial relevancia para el legislador europeo en las últimas dos décadas, arrancando con la Directiva sobre el Comercio Electrónico del año 2000.

El objetivo era y es crear un marco único y seguridad jurídica que facilite el desarrollo de los servicios en línea en Europa, potenciando este sector, así como, igual de relevante, ofrecer un entorno de confianza y protección para los consumidores digitales europeos.

La Directiva sobre el Comercio Electrónico asentó las bases iniciales, hasta tal punto que, se mantienen en su esencia, por ejemplo, la regulación sobre exclusión de responsabilidad para los proveedores de servicios en línea en la eliminación de contenido ilícito cuando carecen de conocimiento efectivo (véase "*Digital Services Act (DSA): Eliminación de Contenidos Ilícitos*").

Sin embargo, debido al rápido desarrollo tecnológico, la legislación actual en materia de servicios y mercados digitales se ha quedado rezagada en la regulación de modelos empresariales y servicios contemporáneos. Los problemas que no fueron contemplados hace más de veinte, hoy suponen desafíos para el legislador europeo.

Las plataformas en línea ahora replican de manera más precisa el mundo "real", lo que implica que el entorno digital requiere una regulación similar, no solo en términos de comercio, sino también en lo que respecta a derechos fundamentales como la libertad de expresión y de información.

Asimismo, es importante reconocer el carácter intrínsecamente transfronterizo de Internet, siendo el principal medio para la prestación de servicios digitales. Por ello, se considera fundamental la implementación de una normativa que armonice las condiciones para la prestación de servicios intermediarios en el mercado interior, facilitando así el acceso de las empresas de la Unión a nuevos mercados y fomentando una mayor oferta para los usuarios de las plataformas.

Con el fin de abordar estos nuevos desafíos, en diciembre de 2020 la Comisión Europea presentó el paquete legislativo del Reglamento de Servicios Digitales, que incluye la Ley de Servicios Digitales ("**DSA**", por sus siglas en inglés) y la Ley de Mercados Digitales ("**DMA**", por sus siglas en inglés). Estos fueron adoptados posteriormente por el Consejo y el Parlamento Europeo en 2022.



A efectos de la presente nota informativa, nos referiremos de manera conjunta a la DSA y a la DMA como el “**Paquete Legislativo**”.

Ambos actos legislativos tienen como objetivos principales promover la responsabilidad y diligencia de los prestadores de servicios digitales, creando así un entorno en línea seguro, predecible y digno de confianza para los consumidores. Además, buscan garantizar que los ciudadanos de la Unión Europea puedan ejercer los derechos garantizados por la Carta de Derechos Fundamentales de la UE y asegurar un alto nivel de protección para los consumidores, al mismo tiempo que establecen unas condiciones de competencia equitativas que fomenten la innovación, el crecimiento y la competitividad en el mercado único europeo.

La implementación de este Paquete Legislativo marca un hito significativo, ya que supone la consolidación un mercado único digital.

*“El mercado único digital beneficia a la economía, reduce el impacto ambiental y mejora la calidad de vida mediante el comercio electrónico y la administración electrónica. Los servicios están pasando de ser plataformas fijas a ser plataformas móviles. Esta evolución requiere un marco regulador de la Unión para la informática en la nube, el acceso transfronterizo a contenidos y la conectividad de datos móviles sin fisuras, al tiempo que se garantizan la privacidad y la ciberseguridad.”*

## Análisis del Paquete Legislativo

En los últimos años, las grandes empresas tecnológicas han acumulado un significativo poder económico. Las dinámicas tan cambiantes del mercado han provocado que la aplicación ex post de las normas comunitarias del Derecho de la Competencia no sea siempre eficaz. Por un lado, los procedimientos para determinar que una gran empresa ha cometido una infracción (por ej. un abuso de posición dominante) son largos y requieren análisis complejos caso por caso. Por otro, las multas no son, en algunos casos, lo suficientemente disuasorias para que estas empresas no vuelvan a cometer infracciones de este tipo.

Todo esto hace evidente que era necesario un enfoque más proactivo para abordar la realidad de las grandes empresas tecnológicas, y la implementación del Paquete Legislativo es crucial en este sentido.

Por un lado, la DMA se enfoca en garantizar la igualdad de condiciones para todas las empresas digitales, independientemente de su tamaño. Al definir normas claras y específicas para las grandes plataformas, la DMA busca evitar que actúen como reguladores privados en el mercado digital, el Reglamento denomina a estas grandes plataformas como “guardianes de acceso”.

Debido a que cuentan con obligaciones específicas, la DMA establece un conjunto de criterios objetivos estrechamente definidos para calificar a una gran plataforma en línea como un "guardián de acceso" respecto de alguno de los servicios básicos de plataforma que presta. Esto permite que la DMA se mantenga bien dirigida al problema que pretende abordar en lo que respecta a las plataformas en línea grandes y sistémicas.

En virtud del **artículo 3 de la DMA**, estos criterios se cumplirán si una empresa:

- Cuenta con una repercusión significativa en el mercado interior, es decir, que tenga un volumen de negocios anual en la UE igual o superior a 7,500 millones de euros en cada uno de los tres últimos ejercicios, o cuando su capitalización bursátil media o su valor justo de mercado equivalente ascienda como mínimo a 75 000 000 000 EUR en el último ejercicio, y preste el mismo servicio básico de plataforma en al menos tres Estados miembros de la UE;
- Opere un servicio básico de plataforma que sea puerta de acceso importante entre usuarios y empresas, es decir, que haya tenido al menos 45 millones mensuales de usuarios activos establecidos o situados en la UE y al menos 10.000 empresas activos anuales establecidos en la UE;
- Tiene (o puede tener en un futuro próximo) una posición arraigada y duradera en el mercado, es decir, que cumple con los requisitos del punto anterior (servicio básico de plataforma importante) durante los últimos tres ejercicios.

El pasado 6 de septiembre de 2023, la Comisión Europea designó como guardianes de acceso a las siguientes empresas respecto de alguno de sus servicios básicos de plataforma: **i)** Alphabet (Google), respecto de Google Play, Google Maps, Google Shopping, Google Search, Youtube, Google Chrome, su sistema operativo Android y sus servicios de publicidad; **ii)** Amazon, respecto de Amazon Marketplace y sus servicios de publicidad; **iii)** Apple, respecto de su App store, Safari y su sistema operativo iOS; **iv)** ByteDance, respecto de TikTok; **v)** Meta, respecto de Facebook, Instagram, Meta Marketplace, Whatsapp Messenger y sus servicios de publicidad; y **vi)** Microsoft, respecto de LinkedIn y Windows PC OS<sup>1</sup>.

Las empresas consideradas guardianes de acceso ejercen su influencia sobre una amplia gama de servicios esenciales, como redes sociales, servicios de mensajería, publicidad en línea, entre otros, muchos de los cuales están sujetos a regulación en virtud de la DMA. Sin embargo, algunas de estas empresas han logrado evitar que ciertos servicios estén sujetos a la normativa. Ejemplos notables incluyen a Apple con iMessage y a Microsoft con Bing. A pesar de ello, estas seis empresas mencionadas anteriormente son las primeras en estar obligadas a cumplir con dicha normativa.

<sup>1</sup> En el caso de Microsoft y Apple, la Comisión Europea realizó una investigación de mercado para determinar si les calificaba como guardianes de acceso también para los servicios básicos de plataforma correspondientes a Bing, Edge y Microsoft Advertising, por parte de Microsoft, y iMessage, por parte de Apple. Finalmente, no han sido calificados como tal.



Por ejemplo, los guardianes de acceso no podrán, en los servicios básicos de plataforma identificados, favorecer sus propios productos o servicios sobre los de otros competidores, ni obstaculizar el uso de plataformas de pago de terceros por parte de los desarrolladores de aplicaciones. Además, se limita el procesamiento de datos personales para publicidad personalizada sin consentimiento explícito y se prohíben condiciones injustas para los usuarios profesionales.

Estas empresas ahora deben proporcionar más opciones a los usuarios, garantizar una fácil cancelación de los servicios, compartir datos sobre la cantidad de usuarios, y permitir el acceso de los usuarios profesionales a datos de rendimiento y publicidad. Además, deben informar a la Comisión Europea sobre adquisiciones y fusiones y asegurar la interoperabilidad de los servicios de mensajería instantánea.

Estas medidas buscan fomentar una competencia justa en los servicios digitales, lo que beneficiará tanto a las empresas como a los consumidores, fomentando la innovación y fortaleciendo la protección del consumidor.

Por otro lado, la DSA se centra en la responsabilidad de los proveedores de servicios en línea y la eliminación de contenido ilícito, promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas en la moderación del contenido en línea. Establece requisitos para la gestión de riesgos publicitarios y la protección del consumidor, especialmente en cuanto a la autenticidad y transparencia de los productos y servicios en línea.

Por otro lado, la DSA se centra en la responsabilidad de los proveedores de servicios en línea y la eliminación de contenido ilícito, promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas en la moderación del contenido en línea. Establece requisitos para la gestión de riesgos publicitarios y la protección del consumidor, especialmente en cuanto a la autenticidad y transparencia de los productos y servicios en línea. Estas normativas marcarán un cambio significativo en la forma en que las grandes empresas tecnológicas operan en el mercado europeo, promoviendo la competencia justa y protegiendo a los consumidores en el entorno digital.



## Conclusión

Entonces, ¿cuáles son los cambios que podemos esperar tras la implementación de estas normativas?

Se espera que la DSA y la DMA fomenten un entorno digital más **equitativo** y **competitivo**, donde las prácticas comerciales desleales sean restringidas y se **promueva la innovación**.

Esto podría abrir nuevas oportunidades para las empresas emergentes y las pymes al reducir las barreras de entrada impuestas por las grandes plataformas tecnológicas.

Los consumidores pueden esperar una **mayor protección de sus derechos en línea**, desde una mayor **transparencia** en la moderación de contenido hasta la garantía de precios justos y servicios de calidad.

La interoperabilidad entre diferentes plataformas también podría mejorar la experiencia del usuario y **fomentar la competencia** en el mercado digital.



Área de TMT  
ECIJA

[info@ecija.com](mailto:info@ecija.com)

Telf: + 34 91.781.61.60

