



Un paso más cerca de la entrada en vigor de la Ley de Servicios Digitales y la Ley de Mercados Digitales.

M^a José de Gorostíza

El Parlamento Europeo ha aprobado la Propuesta Digital Services Act y Digital Markets Act, tras más de 20 años sin que las normativas de prestación de servicios digitales se hayan actualizado. Estas dos nuevas normativas supondrán un gran cambio para Europa, pero sobre todo, para las grandes plataformas en línea que concentren la mayor parte del mercado.

El martes 5 de julio de 2022 el Parlamento Europeo ha aprobado la propuesta Digital Services Act y Digital Markets Act (en adelante, DSA y DMA respectivamente) de la Comisión, dos normativas que supondrán un cambio para las grandes plataformas en línea, o, mejor dicho, para los “guardianes de acceso”.

Las normas por las que se rige la prestación de servicios digitales en la Unión Europea se han mantenido inalteradas desde la adopción de la Directiva sobre el Comercio Electrónico en el año 2000, por lo que era de esperar, que, tras 22 años, y con la creciente digitalización de la sociedad, se aprobaran nuevos textos normativos sobre los que regular los servicios electrónicos. En palabras de Christel Schaldemose eurodiputada encargada de la

DSA “durante demasiado tiempo los gigantes tecnológicos se han beneficiado de la ausencia de reglas. El mundo digital se ha convertido en un salvaje oeste, en el que los más grandes y fuertes establecen las reglas. Pero ahora hay un nuevo sheriff en la ciudad: la Ley de Servicios Digitales. Ahora se reforzarán las normas y los derechos”.

Tanto la DSA como la DMA tienen como finalidad igualar las condiciones para todas las empresas digitales, independientemente de su tamaño y posición en el mercado, además de crear un entorno más seguro para los usuarios y empresas, a través de la protección de los derechos fundamentales en línea. Para los ciudadanos, estas dos nuevas normativas supondrán una mayor protección a sus derechos fundamentales, beneficiándose de precios

Los objetivos que persigue la Digital Markets Act es garantizar mercados digitales más justos y abiertos.

más bajos y reduciendo su exposición a contenidos ilícitos. Las pequeñas empresas verán favorecidas su crecimiento y competitividad al ver facilitada su expansión.

Los perjudicados, como no es de extrañar, serán las grandes plataformas que concentren una vasta mayoría del mercado, los llamados guardianes de acceso o Gatekeepers en inglés, que, aunque el nombre en sí pueda sonar fantasioso y benévolo, para la Comisión no lo es, pues al tener demasiado poder, deben cumplir una serie de obligaciones.

Los objetivos que persigue la DSA son la mejora en la protección online de los consumidores, el refuerzo de las políticas de transparencia, y la creación de un marco legal de rendición de cuentas para las plataformas digitales. Además, si prestamos atención a todas las partes involucradas, la DSA supondrá:

- **Para los ciudadanos:** protección de sus derechos, variedad de opciones a precios más competitivos y menor exposición a contenidos ilegales.
- **Para los proveedores de servicios digitales:** mayor seguridad jurídica.
- **Para los clientes de servicios digitales:** posibilidad de acceder a todo el mercado de la Unión Europea a través de las mismas plataformas, además de disminuir la competencia desleal entre los proveedores ilegales de contenido.
- **Para la sociedad en general:** mayor control democrático y supervisión de las plataformas sistemáticas.

Por otro lado, la DMA busca abrir el mercado a pequeñas empresas para que estas últimas puedan competir y disfrutar en el entorno de las plataformas en línea sin tener que cumplir con términos y condiciones injustos, igualando las oportunidades

que tienen los “guardianes de acceso”.

Pero... ¿quiénes son esos guardianes de acceso? La DMA establece un conjunto de criterios encaminados a facilitar la identificación de un “guardián de acceso”, de manera que una empresa será considerada como tal si tiene (i) una sólida posición económica, un impacto significativo en el mercado interior y opera en varios países de la Unión Europea; (ii) una fuerte posición de intermediación, lo que significa que vincula a una gran base de usuarios con un gran número de empresas; y (iii) una posición arraigada y duradera en el mercado.

Los objetivos que persigue la Digital Services Act son la mejora en la protección online de los consumidores, el refuerzo de las políticas de transparencia y la creación de un marco legal de rendición de cuentas para las plataformas digitales.

Pero... ¿quiénes son esos guardianes de acceso? La DMA establece un conjunto de criterios encaminados a facilitar la identificación de un “guardián de acceso”, de manera que una empresa será considerada como tal si tiene (i) una sólida posición económica, un impacto significativo en el mercado interior y opera en varios países de la Unión Europea; (ii) una fuerte posición de intermediación, lo que significa que vincula a una gran base de usuarios con un gran número de empresas; y (iii) una posición arraigada y duradera en el mercado.

Las implicaciones que la DMA tendrá para estos guardianes de acceso serán obligaciones de hacer y no hacer que deberán cumplir en sus operaciones diarias, entre ellas, destacamos:

- ✓ Permitir que terceros funcionen con los propios servicios
- ✓ Permitir a sus usuarios empresariales acceder a los datos que se generan en su uso de la plataforma
- ✓ Proporcionar a las empresas que anuncian en su plataforma las herramientas y la información necesarias para que los anunciantes y editores lleven a cabo su propia verificación independiente de sus anuncios alojados en la plataforma
- ✓ Permitir a sus usuarios empresariales promocionar su oferta y celebrar contratos con sus clientes fuera de la plataforma

- ✗ No podrán tratar sus productos y servicios de manera más favorable que la de los terceros alojados en su plataforma
- ✗ No podrán evitar que los consumidores se vinculen a empresas fuera de sus plataformas
- ✗ No podrán evitar que los usuarios desinstalen aplicaciones o software preinstalados así así lo desean
- ✗ No podrán rastrear a los usuarios finales fuera del servicio de su plataforma con el propósito de publicidad dirigida, sin que se haya otorgado el consentimiento efectivo

Las multas por incumplir con la DSA y la DMA pueden llegar hasta el 10% del volumen de negocios anual de la empresa en todo el mundo, o hasta el 20% en caso de reincidencia.



Para garantizar que los guardianes de acceso cumplan con las estipulaciones de la nueva normativa, calificarán a las empresas como guardianas, actualizarán las obligaciones cuando estimen necesario, e implementarán recursos para hacer frente a las infracciones, llegando a establecer multas de hasta el 10% del volumen de negocios anual de la empresa en todo el mundo, o hasta el 20% en caso de reincidencia.

Ambos textos se publicarán en el Diario Oficial de la Unión Europea y entrarán en vigor veinte días después de su publicación. La DSA será directamente aplicable en toda la Unión Europea, quince meses después de su entrada en vigor o partir del 1 de enero de 2024, mientras que la DMA comenzará a aplicarse seis meses después de su entrada en vigor.