



Preguntas y respuestas: Ley de Mercados Digitales: garantizar unos mercados digitales justos y abiertos*

Brussels, 6 de septiembre de 2023

¿Qué es la Ley de Mercados Digitales?

La Ley de Mercados Digitales establece disposiciones aplicables a las plataformas que actúen como «guardianes de acceso» en el sector digital. Se trata de plataformas —que disfrutan, o disfrutarán previsiblemente, de una posición arraigada y duradera— que tienen un impacto significativo en el mercado interior y sirven de pasarela importante para que los usuarios profesionales tengan acceso a sus usuarios finales.

La Ley de Mercados Digitales tiene por objeto evitar que los guardianes de acceso impongan condiciones injustas a las empresas y los usuarios finales y garantizar el carácter abierto de importantes servicios digitales.

Algunos ejemplos de cambios que tendrán que introducir los guardianes de acceso son garantizar que los usuarios finales puedan desinstalar fácilmente aplicaciones preinstaladas o cesar la instalación de aplicaciones por defecto y ofrecer opciones. Por otra parte, los guardianes de acceso tendrán que garantizar que los usuarios profesionales puedan acceder a los datos de rendimiento sobre las campañas publicitarias y la información sobre precios de los anuncios, permitir a los desarrolladores utilizar sistemas de pago alternativos a través de aplicaciones y ofrecer opciones de interoperabilidad en los sistemas de mensajería.

¿Quién está sujeto a la Ley de Mercados Digitales?

La Ley de Mercados Digitales es aplicable a las empresas designadas como «guardianes de acceso».

Tan solo las empresas designadas como guardianes de acceso por la Comisión estarán sujetas a las obligaciones de la Ley de Mercados Digitales. Una misma empresa puede ser designada como guardián de acceso en lo que respecta a varios servicios básicos de plataforma.

En concreto, existen tres criterios acumulativos principales que dan lugar presumiblemente a una designación como guardián de acceso:

1. Tener un tamaño que incida en el mercado interior: lo que se supone ocurre si la empresa alcanza un volumen de negocios anual en el Espacio Económico Europeo (EEE) igual o superior a 7 500 millones de euros en cada uno de los tres últimos ejercicios, o si su capitalización media de mercado o su valor justo de mercado equivalente ascendió al menos a 75 000 millones de euros en el último ejercicio, y presta un servicio básico de plataforma en al menos tres Estados miembros.
2. Controlar una pasarela importante entre los usuarios profesionales y los consumidores finales: se considera que es el caso si la empresa explota un servicio básico de plataforma que tenga como media más de 45 millones de usuarios finales activos establecidos o localizados en la UE al mes y más de 10 000 usuarios profesionales activos establecidos en la UE al año en el último ejercicio.
3. Ocupar una posición arraigada y duradera: se considera que es el caso si la empresa cumple el segundo criterio en cada uno de los tres últimos ejercicios.

Aunque se suponga que las empresas que cumplan los criterios anteriores son guardianes de acceso, tienen la oportunidad de refutar la presunción y presentar argumentos motivados para demostrar que, debido a circunstancias excepcionales, no han de ser designadas como tales a pesar de alcanzar todos los umbrales.

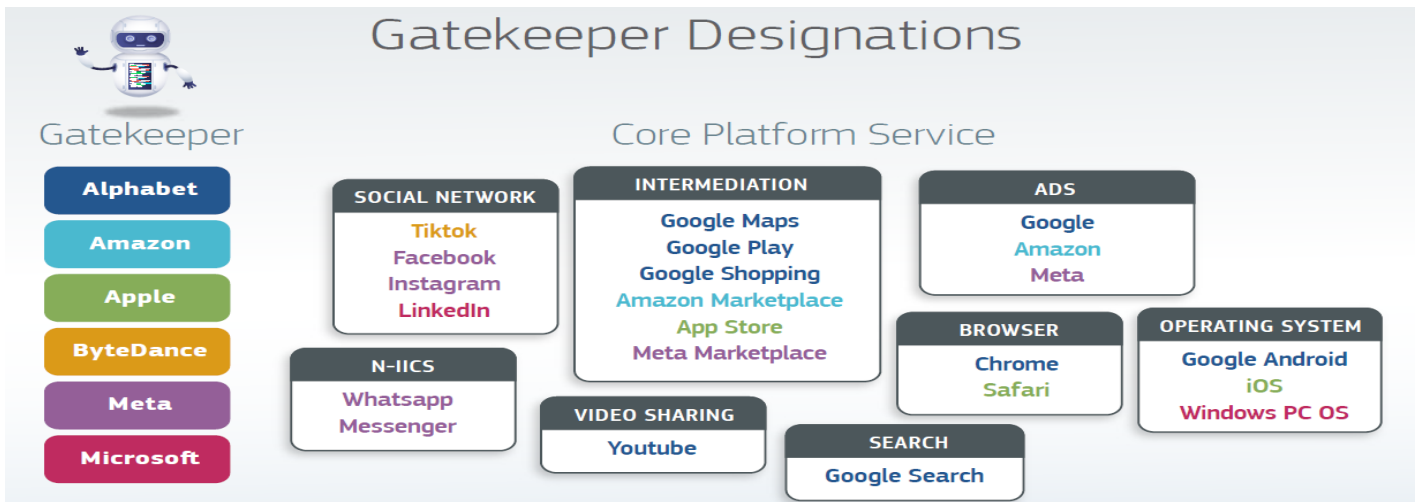
Además, la Ley de Mercados Digitales faculta a la Comisión para iniciar una investigación de mercado a fin de evaluar con más detalle la situación concreta de una empresa determinada y decidir, no obstante, designarla como guardián de acceso sobre la base de una evaluación cualitativa, aunque no alcance los umbrales cuantitativos.

¿Cuántas empresas han sido designadas guardianes de acceso?

El 6 de septiembre de 2023, la Comisión designó como guardianes de acceso a las empresas siguientes:

- **Alphabet**
- **Amazon**
- **Apple**
- **ByteDance**
- **Meta**
- **Microsoft**

El resumen que figura a continuación explica qué servicios básicos de plataforma ofrecidos por estas seis empresas figuran en la decisión de designación, partiendo del hecho de que alcanzan los umbrales cuantitativos:



Algunas de las empresas han presentado argumentos para refutar la presunción y, en cuatro casos, la Comisión ha abierto una investigación de mercado para seguir analizando tales argumentos.

¿Qué viene ahora?

- Tras su designación, los guardianes de acceso disponen de seis meses para cumplir (es decir, en marzo de 2024) el conjunto completo de obligaciones en virtud de la Ley de Mercados Digitales, y para presentar un informe de cumplimiento en el que detallen las soluciones que hayan puesto en práctica.
- Dos obligaciones surtirán efecto desde el día siguiente al de la designación: la obligación de los guardianes de acceso de establecer una función de cumplimiento, e informar sobre las concentraciones previstas a tenor del Reglamento de concentraciones de la UE.
- La Comisión supervisará la aplicación y el cumplimiento efectivos de todas estas obligaciones.
- En caso de que un guardián de acceso no cumpla las obligaciones establecidas en la Ley de Mercados Digitales, la Comisión podrá imponer **multas** de hasta el 10 % del volumen de negocios mundial total de la empresa, cifra que podría ascender al 20 % en caso de reincidencia. En caso de infracciones sistemáticas, la Comisión también está facultada para adoptar **medidas correctoras complementarias**, tales como obligar a un guardián de acceso a vender una empresa o partes de ella, o prohibir al guardián de acceso adquirir servicios adicionales relacionados con el incumplimiento sistemático.

¿Cuáles son las consecuencias de la designación como guardián de acceso en virtud de la Ley de Mercados Digitales?

Los guardianes de acceso asumirán la responsabilidad adicional de comportarse de manera que garanticen un entorno en línea accesible que sea justo para las empresas y los consumidores y esté abierto a la innovación por parte de todos, mediante el cumplimiento de las obligaciones concretas establecidas en la legislación.

En virtud de la Ley de Mercados Digitales, las empresas definidas como guardianes de acceso estarán sujetas a una serie de obligaciones claramente especificadas. Por consiguiente, tendrán que adoptar de forma proactiva determinados comportamientos que hagan que los mercados sean más abiertos y disputables y, al mismo tiempo, abstenerse de adoptar comportamientos desleales, tal y como la

legislación los define.

Cuando una empresa aún no disfrute de una posición arraigada y duradera, pero es previsible que lo haga en un futuro próximo, podrá aplicarse un subconjunto proporcionado de obligaciones a fin de velar por que los servicios en cuestión sigan siendo disputables y prevenir el riesgo de condiciones y prácticas desleales.

¿Qué tipos de servicios básicos de plataforma están cubiertos por la Ley de Mercados Digitales?

Los servicios básicos de plataforma son aquellos servicios de la economía digital que presentan determinadas características y en los cuales, a falta de una intervención reguladora, los fallos detectados quedarían efectivamente sin resolver. Estas características atañen a unos servicios muy concentrados, en los que normalmente una o muy pocas plataformas digitales de gran tamaño establecen las condiciones comerciales con una considerable autonomía y en los que unas pocas grandes plataformas digitales sirven de pasarelas para que los usuarios profesionales lleguen a sus clientes.

La Ley de Mercados Digitales cubre diez servicios básicos de plataforma:

- Servicios de intermediación en línea
- Motores de búsqueda en línea
- Servicios de redes sociales en línea
- Servicios de plataforma de intercambio de vídeos
- Servicios de comunicaciones interpersonales independientes de la numeración
- Sistemas operativos
- Servicios de computación en la nube
- Servicios de publicidad
- Navegadores web
- Asistentes virtuales.

¿Qué podrán y qué no podrán hacer los guardianes de acceso?

La Ley de Mercados Digitales establece una serie de obligaciones que los guardianes de acceso deberán aplicar en sus operaciones cotidianas para garantizar unos mercados digitales justos y abiertos. Esto dará a las empresas la posibilidad de innovar y de disputar mercados en función de las ventajas de sus productos y servicios.

Algunos ejemplos de las obligaciones de los guardianes de acceso figuran a continuación:

- Permitir a los usuarios finales desinstalar fácilmente aplicaciones preinstaladas o cambiar la configuración por defecto de los sistemas operativos, los asistentes virtuales o los navegadores web que los dirigen a los productos y servicios del guardián de acceso y proporcionar pantallas de elección para los servicios esenciales.
- Permitir a los usuarios finales instalar aplicaciones o tiendas de aplicaciones de terceros que utilicen o interoperen con el sistema operativo del guardián de acceso.
- Permitir a los usuarios finales cancelar la suscripción a los servicios básicos de plataforma del guardián de acceso con la misma facilidad que se suscriben a ellos.
- Permitir la interoperabilidad de terceros con sus propios servicios.
- Proporcionar a las empresas que hagan publicidad en su plataforma acceso a las herramientas del guardián de acceso para medir el rendimiento y a la información necesaria para que los anunciantes y editores puedan llevar a cabo su propia verificación independiente de los anuncios alojados por el guardián de acceso.
- Permitir a los usuarios profesionales que promocionen sus ofertas y celebren contratos con sus clientes fuera de la plataforma del guardián de acceso.
- Proporcionar a los usuarios profesionales acceso a los datos que generen al utilizar las plataformas del guardián de acceso.
- Prohibición de utilizar los datos de los usuarios profesionales cuando los guardianes de acceso compitan con ellos en su propia plataforma.
- Prohibición de clasificar sus productos o servicios más favorablemente que los ofrecidos por terceros.

- Prohibición de exigir a los desarrolladores de aplicaciones que utilicen determinados servicios del guardián de acceso (como los sistemas de pago o los proveedores de identidad) para que aparezcan en sus tiendas de aplicaciones.
- Prohibición de rastrear a los usuarios finales fuera del servicio básico de plataforma de los guardianes de acceso con fines de publicidad personalizada, sin que el usuario final haya dado su consentimiento efectivo.

¿Qué cambios va a introducir en la interoperabilidad de los servicios de mensajería?

La Ley de Mercados Digitales prevé que los guardianes de acceso que prestan servicios de mensajería tengan la obligación de garantizar la interoperabilidad de las funcionalidades básicas.

Esta obligación se aplicará a petición de terceros proveedores. Los guardianes de acceso tendrán que responder en un plazo determinado. Algunas funcionalidades básicas deben estar disponibles para la interoperabilidad en un plazo de seis meses a partir de la designación del guardián de acceso (por ejemplo, mensajes de texto entre dos usuarios individuales); otras más complejas se introducirán gradualmente y tendrán que estar disponibles al cabo de dos años (por ejemplo, mensajes de texto colectivos) o de cuatro años (por ejemplo, llamadas de audio y vídeo entre dos usuarios individuales o grupos de usuarios finales) a partir del momento de la designación.

Es importante señalar que los proveedores de servicios de mensajería que no sean guardianes de acceso no estarán obligados a aplicar la interoperabilidad, lo que significa que tendrán libertad para elegir entre acogerse a esa obligación de interoperabilidad que incumbe al guardián de acceso o mantener su servicio separado de aquel.

Además, los usuarios finales también tendrán la opción de utilizar o rechazar dicha opción cuando su proveedor haya decidido interoperar con un guardián de acceso.

Las disposiciones de la Ley de Mercados Digitales sobre la obligación de interoperabilidad también garantizan que no se reduzcan los niveles de integridad, seguridad y cifrado del servicio ofrecidos por el guardián de acceso.

¿Cuál es la decisión final sobre unas condiciones de acceso justas, razonables y no discriminatorias? ¿La Ley de Mercados Digitales modifica las normas sobre derechos de autor?

La Ley de Mercados Digitales prevé la obligación de los guardianes de acceso de velar por unas condiciones generales de acceso justas, razonables y no discriminatorias, de manera específica, a las tiendas de aplicaciones, los motores de búsqueda en línea y los servicios de redes sociales en línea.

La Ley de Mercados Digitales se entiende sin perjuicio de la Directiva sobre derechos de autor y su transposición en los Estados miembros. La Ley de Mercados Digitales impondrá a los guardianes de acceso la obligación de establecer sus condiciones generales de acceso de manera justa, razonable y no discriminatoria, así como de publicarlas.

Por último, los guardianes de acceso tendrán que ofrecer un mecanismo alternativo de solución de litigios en caso de desacuerdo entre el guardián de acceso y un usuario profesional en relación con la aplicación de dichas condiciones generales de acceso.

¿Por qué abrió la Comisión investigaciones de mercado?

- El 6 de septiembre, la Comisión informó a Microsoft y Apple de que había abierto las investigaciones de mercado que se indican a continuación.
- En primer lugar, abrió cuatro investigaciones de mercado denominadas «refutaciones». La Ley de Mercados Digitales permite que una empresa que preste servicios básicos de plataforma pueda presentar, junto con su notificación, argumentos suficientemente motivados para demostrar que, aunque cumplen todos los umbrales pertinentes, el servicio o servicios en cuestión prestados no cumplen los requisitos del guardián de acceso debido a las circunstancias en las que funcionan tales servicios.
- Varias empresas que notificaron el 3 de julio de 2022 a la Comisión que cumplían los umbrales pertinentes, también presentaron tales argumentos de «refutación».
- En los casos en que la Comisión constató que estos argumentos i) estaban suficientemente motivados y ii) cuestionaban manifiestamente la presunción de la condición de guardián de acceso, decidió abrir investigaciones de mercado.
- Resumen de las investigaciones de mercado relacionadas con la refutación:

Empresa	Servicio básico de plataforma

Microsoft	Bing; Edge; Microsoft Advertising
Apple	iMessage

- En segundo lugar, la Comisión abrió una investigación cualitativa de mercado con arreglo al artículo 3, apartado 8, de la Ley de Mercados Digitales acerca de iPadOS, a fin de determinar si iPadOS constituía, a pesar de no alcanzar los umbrales cuantitativos, una pasarela de acceso para que los usuarios profesionales lleguen a los usuarios finales.

¿Se solapan la Ley de Servicios Digitales y la Ley de Mercados Digitales?

- No. Aunque algunas plataformas pueden estar sujetas tanto a la Ley de Servicios Digitales como a la Ley de Mercados Digitales, los objetos de ambas y los temas de que se ocupa cada una de ellas son muy diferentes.
- La definición de «guardianes de acceso» en la Ley de Mercados Digitales es diferente en cuanto a su naturaleza y alcance de la definición de «plataformas de muy gran tamaño» o «motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño» que entran en el ámbito de aplicación de las obligaciones en virtud de la Ley de Servicios Digitales, y se basa en un conjunto específico de criterios.
- Sin embargo, puede ocurrir que un servicio entre en el ámbito de aplicación tanto de la Ley de Servicios Digitales como de la Ley de Mercados Digitales y, de hecho, una serie de «guardianes de acceso» designados en virtud de la Ley de Mercados Digitales también han sido designados como plataformas o motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño en virtud de la Ley de Servicios Digitales para determinados servicios específicos. Por el contrario, varias empresas solo han sido designadas como plataformas en línea de muy gran tamaño, ya que no cumplían los criterios específicos exigidos en la Ley de Mercados Digitales para la designación como guardián de acceso.
- La finalidad de los dos marcos normativos es distinta:
 - La Ley de Mercados Digitales hace frente a los riesgos desde el punto de vista de la apertura y la equidad de los mercados digitales en los que están presentes los guardianes de acceso.
 - La Ley de Servicios Digitales pretende reequilibrar las responsabilidades de los usuarios, las plataformas y las autoridades públicas con arreglo a los valores europeos.
- Las diferentes cuestiones de que pretenden ocuparse ambas iniciativas se traducen, por tanto, en obligaciones diferentes, cuyo contenido y aplicabilidad se pueden distinguir con claridad. Dicho esto, en una serie de ámbitos, como la publicidad en línea, los dos textos legislativos contienen obligaciones complementarias que se traducen, por una parte, en transparencia para los usuarios profesionales y, por otra, en un mayor control por parte de los consumidores.

¿Quién hará cumplir la Ley de Mercados Digitales?

- La Comisión es la única autoridad facultada para hacer cumplir las normas establecidas en la Ley de Mercados Digitales. Esta aplicación centralizada se adecua a las actividades transfronterizas de los guardianes de acceso y al objetivo de la Ley de Mercados Digitales de establecer un marco armonizado con la máxima seguridad jurídica para las empresas en toda la Unión Europea.
- Al mismo tiempo, en el ámbito de la estructura de supervisión de la Ley de Mercados Digitales, la Comisión coopera y se coordina estrechamente con las autoridades de competencia y las autoridades y órganos jurisdiccionales competentes de los Estados miembros de la UE. La Ley de Mercados Digitales también prevé que, cuando dicha competencia esté prevista en la legislación nacional, las autoridades nacionales pertinentes podrán llevar a cabo medidas de investigación con vistas a determinar el incumplimiento por parte del guardián de acceso de la Ley de Mercados Digitales y comunicar sus conclusiones a la Comisión. Esto fortalecerá el poder y los conocimientos especializados de las autoridades competentes de toda la Unión Europea y garantizará un nivel máximo de cumplimiento.

¿Se concederán indemnizaciones privadas a las personas perjudicadas por la conducta de los guardianes de acceso?

La Ley de Mercados Digitales es un Reglamento que contiene obligaciones y prohibiciones precisas para los guardianes de acceso que entren en su ámbito de aplicación, que podrán invocarse directamente ante los tribunales nacionales. Esto facilitará la interposición de demandas directas por daños y perjuicios por parte de los perjudicados por la conducta de los guardianes de acceso incumplidores.

¿Por qué la ejecución de la legislación vigente en materia de competencia no puede ocuparse de estas cuestiones?

La Ley de Mercados Digitales completa la aplicación del Derecho de la competencia a escala nacional y de la UE. Las nuevas normas se entienden sin perjuicio de la aplicación de las normas en materia de competencia (artículos 101 y 102 del TFUE) y de las normas nacionales en la misma materia relativas al comportamiento unilateral.

La regulación y la aplicación de la normativa en materia de competencia ya coexisten en otros sectores como los de la energía, las telecomunicaciones o los servicios financieros. La Ley de Mercados Digitales se ocupa de las prácticas desleales de los guardianes de acceso que i) no entran en el ámbito de aplicación de las normas de control de la competencia vigentes en la UE, o ii) no siempre pueden resolverse eficazmente mediante esas normas debido a la naturaleza sistémica de algunos comportamientos y al carácter *ex post* y caso por caso del Derecho en materia de competencia. Así pues, la Ley de Mercados Digitales reducirá al mínimo y por adelantado los efectos estructurales perjudiciales de estas prácticas desleales, sin limitar la capacidad de la UE para intervenir con posterioridad mediante la aplicación de las normas de competencia de la UE vigentes.

¿Cuál es la base jurídica de la Ley de Mercados Digitales?

El artículo 114 del TFUE garantiza el funcionamiento del mercado único y constituye la base jurídica pertinente de esta iniciativa.

Los servicios digitales son, por esencia, de naturaleza transfronteriza. Las nuevas normas limitarán la fragmentación reglamentaria de los servicios digitales, especialmente en relación con las plataformas de los guardianes de acceso, y reducirán los costes de cumplimiento para las empresas con actividades en el mercado único.

¿Cómo garantizar que las nuevas normas estén orientadas al futuro, teniendo en cuenta la rápida evolución del sector digital?

Desde el principio, uno de los objetivos clave de la Comisión fue garantizar que la Ley de Mercados Digitales estuviera y siguiera estando preparada para el futuro, y se mantuvo firmemente en el acuerdo final.

A tal efecto, la Comisión está facultada, en virtud de la Ley de Mercados Digitales, para completar las obligaciones existentes aplicables a los guardianes de acceso sobre la base de una investigación de mercado, que puede traducirse en un acto complementario (acto delegado) o en una revisión de la Ley de Mercados Digitales. Así se debería garantizar que, cuando evolucionen las prácticas de los guardianes de acceso y los mercados digitales, se sigan abordando las mismas cuestiones de equidad y disputabilidad.

Además de completar las obligaciones, la Comisión podrá designar a los denominados guardianes de acceso «emergentes» que muestren signos claros de utilizar servicios en su beneficio. De este modo, el instrumento es muy preciso y, por lo tanto, fácil de aplicar y eficaz, así como lo suficientemente flexible como para seguir el ritmo de la evolución del sector digital en rápida transformación.

Más información

[Texto publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea](#)

[Más información sobre la Ley de Mercados Digitales](#)

[Comunicado de prensa – La Comisión se congratula del acuerdo político sobre la Ley de Mercados Digitales](#)

[Página sobre la propuesta de la Ley de Mercados Digitales](#)

* Actualizado el 6.9.2023

QANDA/20/2349

Personas de contacto para la prensa:

[Johannes BAHRKE](#) (+32 2 295 86 15)

[Arianna PODESTA](#) (+32 2 298 70 24)

[Thomas Regnier](#) (+32 2 29 9 1099)

[Sara SIMONINI](#) (+32 2 298 33 67)

Solicitudes del público en general: [Europe Direct](#) por teléfono [00 800 67 89 10 11](#), o por [e-mail](#)