



Bruselas, 26.4.2018
COM(2018) 238 final

2018/0112 (COD)

Propuesta de

REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO

**sobre el fomento de la equidad y la transparencia para las empresas que utilizan
servicios de intermediación en línea**

(Texto pertinente a efectos del EEE)

{SEC(2018) 209 final} - {SWD(2018) 138 final} - {SWD(2018) 139 final}

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1. CONTEXTO DE LA PROPUESTA

• Razones y objetivos de la propuesta

Las plataformas en línea son factores esenciales del comercio digital. Actualmente, más de un millón de empresas de la UE comercian por medio de las plataformas en líneas para contactar con la clientela¹, y se estima que alrededor del 60 % del consumo privado y el 30 % del consumo público de bienes y servicios relacionados con la economía digital total se gestionan a través de intermediarios en línea². Por lo general, tales actividades de intermediación en línea se benefician de sustanciales efectos de red directos e indirectos basados en datos, lo que suele derivar en que tenga éxito solamente un número limitado de plataformas por segmento de la economía en el que tiene lugar la intermediación. A causa de este creciente movimiento intermediador de las transacciones con las plataformas en línea, junto con los poderosos efectos de red indirectos fortalecidos por las ventajas basadas en datos que ofrecen dichas plataformas, las empresas dependen cada vez más de estas casi como «guardianes de acceso» a los mercados y los consumidores. La asimetría entre la fuerza relativa de mercado de unas pocas plataformas en línea principales, que no necesariamente se consideran dominantes de acuerdo con el Derecho de la competencia, se ve agravada por la oferta inherentemente fragmentada que conforman miles de pequeños comercios. En la medida en que estos existen, no se observa una dinámica similar en cuanto a las plataformas en línea que intermedian las relaciones de empresa a empresa («B2B», por sus siglas en inglés), en las que tanto las empresas como la plataforma en línea suelen constituir grandes firmas sofisticadas con una mayor capacidad para garantizar unas relaciones contractuales equilibradas. Un estudio de la Comisión realizado en 2006³ observó que esta consciencia de los riesgos era un factor que refrenaba la adopción extendida de los mercados electrónicos B2B.

Entre los proveedores de servicios de intermediación en línea que abarca esta iniciativa, se incluyen, en principio, los mercados de comercio electrónico en línea, las tiendas de software de aplicación en línea y las redes sociales electrónicas. Todos estos variados servicios de intermediación en línea tienen por objetivo, por medio de los servicios de la sociedad de la información, facilitar la realización de transacciones directas entre las empresas vinculadas por contrato y los consumidores, con independencia de si las transacciones finales se efectúan en línea o de manera no electrónica. En esencia, para propiciar tales transacciones directas, los servicios de intermediación en línea permiten a las empresas que ofrecen bienes o servicios a los consumidores mantener una presencia en Internet sin necesidad, en principio, de gestionar un sitio web independiente. Además, dichos servicios a menudo establecen un contacto directo entre las empresas individuales y los consumidores a través de una interfaz integrada de comunicaciones en línea. En cuanto a las redes sociales electrónicas, cabe destacar que algunos de los proveedores de servicios en línea que se engloban en esta categoría incluso incorporan distintos servicios de intermediación en línea dentro de un único entorno digital, y todos pueden abarcarse en esta iniciativa. Por ejemplo, las páginas de empresas permiten a los clientes encontrar negocios y proveedores de servicios locales, además de que desempeñan un papel clave en las transacciones de empresa a consumidor («B2C», por sus siglas en inglés).

¹ [Copenhagen Economics](#), «Online Intermediaries: Impact on the EU economy», 2015.

² *Ibidem*.

³ Legal Study on unfair commercial practices within B2B e-markets, ENTR/04/69 de mayo de 2006.

Tales páginas se integran cada vez más a menudo con aplicaciones de reserva o compra directa, por lo que esos servicios se convierten en mercados de comercio electrónico en línea.

Si bien se presenta un excelente potencial en cuanto al acceso eficiente a los mercados (transfronterizos), las empresas europeas no pueden aprovechar completamente las oportunidades de la economía de plataformas electrónicas debido a una serie de prácticas comerciales potencialmente perjudiciales y a una falta de mecanismos en recurso efectivos en la Unión. Al mismo tiempo, los proveedores de servicios en línea interesados sufren dificultades al desarrollar su actividad en todo el mercado único a causa de una emergente fragmentación.

Que las empresas dependan de ciertos servicios de intermediación en línea conlleva que los proveedores de estos pueden incurrir en ciertas prácticas comerciales potencialmente nocivas, que reducen las ventas de tales empresas efectuadas a través de dichos proveedores y socavan su confianza, a saber: cambios inexplicables de las condiciones sin previo aviso; la exclusión de bienes o servicios y la suspensión de cuentas sin una declaración de motivos clara; una falta de transparencia en la clasificación de los bienes y servicios, y de las empresas que los ofrecen; condiciones poco claras para el acceso y el uso de los datos recogidos por los proveedores; y una falta de transparencia en cuanto al favorecimiento de los propios servicios competidores y las denominadas cláusulas de nación más favorecida (NMF) de los proveedores, que limitan la capacidad de las empresas de ofrecer condiciones más atractivas por medio de canales distintos de los servicios de intermediación en línea.

Igualmente, los motores generales de búsqueda en línea también pueden actuar como importantes fuentes de tráfico en Internet para las empresas, así como surtir un efecto en el éxito comercial de los usuarios de páginas web corporativas que ofrecen sus bienes o servicios en el mercado interior por medios electrónicos. La clasificación de los sitios web que elaboran los proveedores de motores de búsqueda electrónicos, incluida la de los sitios donde las empresas ofrecen sus bienes y servicios a los consumidores, ejerce un impacto significativo en la elección de los clientes y en los resultados comerciales de tales usuarios de páginas web corporativas. De este modo, incluso a falta de una relación contractual con los usuarios de los sitios web corporativos, los motores generales de búsqueda en línea muestran todos un problema de dependencia, en concreto uno relativo a prácticas de clasificación potencialmente nocivas, que puede afectar a las empresas.

Al mismo tiempo, puede que el marco reglamentario actual no sea eficaz al intentar impedir algunas de tales prácticas ni al tratar de ofrecer mecanismos de recurso efectivos. Por otra parte, la significativa fragmentación reglamentaria que se está haciendo patente en la UE no hace sino complicar más el marco reglamentario. Si bien la situación afecta principalmente a las empresas, también tiene un impacto en todas las partes —incluidos los consumidores— involucradas en los diversos ecosistemas de las plataformas electrónicas, que a su vez podrían acabar viendo reducida la oferta de bienes y servicios competitivos.

Esta propuesta se complementa con una Decisión de la Comisión que establece un grupo de expertos para el Observatorio de la Economía de las Plataformas Electrónicas, encargado fundamentalmente de realizar un seguimiento de las oportunidades y retos de la Unión en la economía de las plataformas electrónicas, incluidos los problemas relativos a la aplicación del Reglamento que propone ahora la Comisión.

- **Coherencia con las disposiciones existentes en la misma política sectorial**

No existe legislación a nivel de la UE que abarque las relaciones intermediadas de empresa a empresa en línea que aquí se tratan.

El Derecho de la competencia de la Unión combate, entre otros, contra las conductas anticompetitivas de las empresas. Las prácticas comerciales unilaterales potencialmente nocivas que trata esta iniciativa no necesariamente infringen el Derecho de la competencia de la UE en virtud de los artículos 101 o 102 del TFUE. En consecuencia, puede que el Derecho de la competencia a escala nacional o de la UE no aborde todos los tipos de problemas que sí abarca esta iniciativa.

El Derecho en materia de protección de los consumidores sí aborda un amplio abanico de prácticas comerciales potencialmente perjudiciales, a escala europea sobre todo a través de la Directiva 2005/29/CE, relativa a las prácticas comerciales desleales⁴, y la Directiva 93/13/CEE del Consejo, sobre las cláusulas abusivas de los contratos⁵. Estas Directivas requieren un alto grado de transparencia y «diligencia profesional». No obstante, su alcance se limita a las transacciones B2C. Por otra parte, la Directiva 2006/114/CE, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa⁶, aborda algunas relaciones B2B. Tiene por objeto proteger a los comerciantes contra la publicidad engañosa y sus consecuencias injustas y establecer las condiciones en las que estará permitida la publicidad comparativa. Sin embargo, las disposiciones estipuladas en el segundo documento se restringen a las prácticas publicitarias y, por lo general, no abordan las prácticas comerciales potencialmente nocivas antes mencionadas, que tienen lugar en el marco de una relación contractual existente entre las plataformas en línea y las empresas que las utilizan.

- **Coherencia con otras políticas de la Unión**

Esta propuesta tiene por objeto garantizar un entorno jurídico equitativo, predecible, sostenible y fiable para las empresas, los usuarios de los sitios web corporativos, los proveedores de servicios de intermediación en línea y los motores de búsqueda electrónica por igual. Dicho entorno restringirá la frecuencia y el impacto de las prácticas comerciales nocivas de plataformas a empresas que tienen lugar en algunas actividades electrónicas. De este modo, se protegerá la confianza en la economía de las plataformas en línea y se evitará una mayor fragmentación jurídica del mercado único digital.

Así, la iniciativa contribuye a la consecución de los objetivos de la Estrategia para el Mercado Único Digital al crear un entorno jurídico claro, transparente y estable del que disfruten los proveedores de servicios electrónicos B2C y las empresas, a fin de combatir la fragmentación del mercado y de permitir a todos los interesados aprovechar la nueva dinámica del mercado en condiciones justas y equilibradas y con la transparencia apropiada.

La propuesta también es coherente con varias políticas y normas de la Unión. En concreto, complementa las normas antes mencionadas del Derecho de competencia y en materia de protección de los consumidores, a la vez que deja inalterada la aplicación de dicha normativa.

Asimismo, y sobre todo en lo relativo al recurso, la propuesta ha de entenderse en el marco de la normativa del Derecho de la Unión sobre la cooperación judicial en materia civil, por

⁴ DO L 149 de 11.6.2005, p. 22.

⁵ DO L 95 de 21.4.1993, p. 29.

⁶ DO L 376 de 27.12.2006, p. 21.

ejemplo: el Reglamento (UE) n.º 1215/2012, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil⁷; el Reglamento (CE) n.º 593/2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales⁸; el Reglamento (CE) n.º 864/2007, relativo a la ley aplicable a las obligaciones extracontractuales⁹; y la Directiva 2008/52/CE, sobre ciertos aspectos de la mediación en asuntos civiles y mercantiles¹⁰.

La obligación de ofrecer una descripción de los principales parámetros de clasificación complementa los requisitos para los comerciantes en virtud del Derecho de la Unión Europea en materia de protección de los consumidores. En este sentido, puede destacarse que la Comisión ha propuesto modificaciones como parte del Nuevo Trato para los Consumidores¹¹ que exige identificar claramente para los consumidores todo resultado de búsqueda promocionado que se base en pagos así como informar de los principales parámetros que determinen la clasificación en los mercados en línea.

Finalmente, la presente propuesta es compatible con la Directiva 2000/31/CE, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior¹², que establece un marco general en cuanto a la prestación de los servicios de la sociedad de la información en la UE.

El Reglamento propuesto dejará inalteradas todas estas leyes existentes del Derecho de la Unión.

2. BASE JURÍDICA, SUBSIDIARIEDAD Y PROPORCIONALIDAD

• Base jurídica

Dado i) el papel fundamental que desempeña la iniciativa en la Estrategia para el Mercado Único digital, ii) la naturaleza transfronteriza intrínseca de los servicios electrónicos en cuestión, y iii) la fragmentación emergente del mercado único por medio de la legislación nacional específica sobre los problemas que aquí se tratan, el artículo 114 del TFUE conforma la base jurídica pertinente para esta iniciativa.

El artículo 114 del TFUE tiene por objetivo acercar las disposiciones de los Estados miembros y asegurar que se puedan aplicar normas coherentes y no discriminatorias en toda la Unión. La aplicación de una normativa común a escala de la UE aborda y evita las divergencias entre los Estados miembros a la vez que garantiza la seguridad jurídica, de modo que permite a las empresas y a los consumidores aprovechar los beneficios del mercado interno. Así, la iniciativa contribuye al establecimiento y el óptimo funcionamiento del mercado interno.

• Subsidiariedad (en el caso de competencia no exclusiva)

La naturaleza transfronteriza intrínseca de los servicios electrónicos en cuestión conlleva que los Estados miembros no puedan alcanzar los objetivos de manera efectiva por sí solos. Los

⁷ DO L 351 de 20.12.2012, p. 1.

⁸ DO L 177 de 4.7.2008, p. 6.

⁹ DO L 199 de 31.7.2007, p. 40.

¹⁰ DO L 136 de 24.5.2008, p. 3.

¹¹ COM(2018)185 (final) de 11 de abril de 2018; véase <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1523880940100&uri=COM:2018:185:FIN>

¹² DO L 178 de 17.7.2000, p. 1.

principales proveedores de servicios de intermediación en línea se establecen en un Estado miembro, pero ofrecen acceso a casi toda la población europea, tanto desde su domicilio habitual, como al viajar por la Unión. Cabe destacar que el 90 % de los encuestados en el estudio de la Comisión sobre relaciones de plataformas a empresas usan algunos tipos de servicios electrónicos al mismo tiempo para realizar comunicaciones comerciales al tener presencia en Internet.

Por consiguiente, la acción de la Unión se revela como la única manera de asegurar que se apliquen normas comunes, apropiadas y efectivas a los proveedores de los servicios en cuestión y a los usuarios de estos, con independencia del Derecho y el foro identificados en las condiciones. En relación con los problemas específicos aquí descritos, el Consejo Europeo subrayó «la necesidad de una mayor transparencia en las prácticas y los usos de las plataformas»¹³ como parte de un marco reglamentario con vocación de futuro para la Unión.

- **Proporcionalidad**

Esta propuesta tiene por objeto ofrecer un entorno comercial mejorado a las empresas y los usuarios de los sitios web corporativos que comercien en la Unión. Al mismo tiempo, los proveedores de servicios en línea interesados siguen teniendo, en principio, la libertad de establecer las políticas generales para la prestación de sus servicios, y se les ofrece la oportunidad de determinar sus compromisos voluntarios a través de códigos de conducta elaborados para cada sector en un marco jurídico basado en principios. Por tanto, se busca dar una respuesta adecuada al problema detectado mientras se salvaguarda la capacidad de innovación que poseen los proveedores de servicios electrónicos. Asimismo, la elección de un Reglamento facilitará la expansión de los proveedores de manera que beneficie a todos los interesados que participan en los servicios de intermediación, pues las normas comunes aplicables en toda la Unión disminuirán de manera inherente los costes del cumplimiento normativo y fortalecerán la seguridad jurídica, en particular para las operaciones transfronterizas.

La proporcionalidad de la opción preferida, como se refleja en esta propuesta, también radica en la combinación de normas de la Unión comparativamente generales y basadas en principios, con un gran ámbito de aplicación para la iniciativa del sector y el seguimiento selectivo. Este enfoque está adaptado a medida del entorno tecnológico y económico en línea, rápidamente cambiante. El grupo de expertos para el Observatorio de la Economía de las Plataformas Electrónicas, que se establecerá en paralelo a esta propuesta, realizará un seguimiento tanto de la evolución general de la economía más amplia de las plataformas electrónicas, como de los problemas específicos aquí abordados. Para ello, se basará, entre otros factores, en las obligaciones jurídicas de transparencia. Por lo tanto, el enfoque establecido por esta propuesta de Reglamento sigue siendo proporcional a los problemas observados en las relaciones en línea de empresa a empresa.

Teniendo en cuenta la carga administrativa de los distintos componentes que conforman la iniciativa, se exentará de manera selectiva a las pequeñas empresas de la obligación de poner en marcha un sistema interno efectivo de tramitación de reclamaciones. Cabe destacar que esta obligación en concreto solo establece criterios de efectividad y accesibilidad de nivel relativamente alto, lo que preserva la libertad de los proveedores para aplicar soluciones técnicas rentables que se deriven en unos costes por debajo de la media. La exención selectiva garantizará que, si no se puede excluir de manera completa una carga administrativa que

¹³ Conclusiones del Consejo Europeo de 19 de octubre de 2017, [ST 14 2017 INIT](#).

resulte de la iniciativa, solamente se abarque a las empresas que generen suficientes ingresos para soportarla.

- **Elección del instrumento**

Restringir la acción de la Unión a promover acciones voluntarias en el sector y ciertas medidas anexas es una opción posible, pero con pocas probabilidades de éxito, pues en definitiva dependería de las propias iniciativas del sector y su predisposición a cambiar el *statu quo*. Si bien tanto a los proveedores como a las empresas les interesa maximizar las interacciones y transacciones con los consumidores en las plataformas, ese interés no se alinea completamente con sus objetivos a corto plazo en cuanto a abordar los problemas que surgen de sus relaciones comerciales. La experiencia previa adquirida con la Iniciativa de la Cadena de Suministro (ICS) en el sector alimentario también indica que las iniciativas puramente voluntarias no resultan apropiadas para crear un mecanismo de recurso funcional e independiente y unas normas de equidad que sean atractivas y fiables para ambos lados del mercado. A pesar de ciertos avances —la elaboración de principios de buenas prácticas y el establecimiento de un grupo de gobernanza—, los productores agropecuarios, que en teoría son los principales beneficiados del régimen, no se unieron a este por inquietudes relacionadas con la confidencialidad y la aplicación normativa. Mientras tanto, veintiún Estados miembros ya han adoptado leyes e iniciativas nacionales para luchar contra las prácticas comerciales potencialmente nocivas en la cadena de suministro alimentario.

Por esta razón, solo un instrumento legislativo puede solucionar eficazmente los problemas detectados. Además, es preferible un Reglamento, porque se puede aplicar directamente en los Estados miembros, establece el mismo nivel de obligaciones para los particulares y posibilita una aplicación coherente de las normas al comercio electrónico intermediado y las búsquedas en línea, ámbito de carácter inherentemente transfronterizo. Por otra parte, también abordará y evitará la fragmentación del mercado único digital.

3. RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES *EX POST*, LAS CONSULTAS CON LAS PARTES INTERESADAS Y DE LAS EVALUACIONES DE IMPACTO

- **Evaluaciones *ex post*/control de la adecuación de la legislación existente**

El informe sobre el control de la adecuación de la legislación de la Unión en materia de protección de los consumidores y comercialización¹⁴ llegó a la conclusión de que era necesario tener en cuenta la aplicación de ciertos cambios a la Directiva sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa en las relaciones B2B. De esta forma, se confirmaban en gran medida los resultados de la Comunicación de la Comisión de 2012 que anunciaba su intención de revisar tal Directiva¹⁵. Sin embargo, la evaluación inicial de impacto sobre una revisión específica de las Directivas relativas al Derecho de la Unión en materia de protección de los consumidores subrayó que las conclusiones del control de la adecuación deberían servir de base para esta iniciativa sobre las relaciones de plataformas a empresas, particularmente en el marco del mercado único digital. Por este motivo, la iniciativa se basa en los hallazgos obtenidos en el control más reciente de la adecuación de la legislación de la Unión en materia de protección de los consumidores y comercialización.

¹⁴ Para obtener una visión panorámica del control de la adecuación REFIT de la legislación de la Unión en materia de protección de los consumidores y comercialización, consulte http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332.

¹⁵ COM (2012) 702 final.

- **Consultas con las partes interesadas**

La Comisión ha realizado una consulta amplia sobre los problemas concernientes a las relaciones B2B que emergen en el ecosistema de las plataformas electrónicas. Primero, antes de la Comunicación de la Comisión de mayo de 2016 sobre las plataformas en línea¹⁶, una amplia consulta condujo a una definición más clara del espacio del problema y al inicio de una investigación en profundidad. En segundo lugar, una serie de talleres y un extenso proceso de consulta realizado por medio de varias encuestas sirvieron de base para definir el problema, y de ahí se derivaron las opciones políticas preliminares. Finalmente, se formularon grupos de reflexión profunda, talleres, un cuestionario y una presentación abierta a los Estados miembros para contribuir al diseño y el examen de las opciones políticas. Además de las herramientas de consulta empleadas, los servicios de la Comisión han realizado encuentros o entrevistas con varias partes interesadas a través de reuniones bilaterales.

Las empresas —sobre todo, las microempresas, pequeñas y medianas empresas— apoyan la acción legislativa para garantizar opciones de recurso y una mayor transparencia de las prácticas de clasificación, las cláusulas NMF (paridad de precios) y los procesos de exclusión.

La mayoría de los proveedores de servicios en línea consultados está de acuerdo en que proporcionar una explicación a la empresa después de que se excluya o se retire una oferta es una obligación jurídica razonable, siempre y cuando se respeten sus obligaciones jurídicas de retirar contenidos ilegales y de colaborar con las investigaciones. Asimismo, los proveedores a los que se consultó indicaron en que no ven que los mecanismos externos de solución de litigios porque confían en sus propios mecanismos internos. En general, si bien no encuentran problema en aplicar periodos de notificación para realizar cambios en las condiciones, no están a favor de que dichos periodos sean rígidos. En cuanto a la transparencia de las clasificaciones y el uso de datos, los proveedores tienden a estar de acuerdo con aplicar obligaciones de divulgación de nivel relativamente alto, pero advierten que un exceso de transparencia podría suponer un riesgo de adulteraciones y manipulación de los algoritmos. En términos generales, los proveedores se muestran favorables a la idea de supervisar la economía de las plataformas en línea, con la condición de que el seguimiento respete totalmente sus secretos comerciales.

Muchos especialistas nacionales de las administraciones de los Estados miembros consideran que abordar los problemas relativos a las condiciones generales es un factor clave en cuanto a todas las relaciones interempresas en línea. También piensan que la proporcionalidad de una obligación de transparencia dependería del uso de una redacción precisa y del tamaño del proveedor. En cuanto a asuntos como los periodos de notificación, existe una disparidad de opiniones basada en las experiencias ya vividas a escala nacional, con posturas que varían de no ver necesaria la reglamentación, a solicitar periodos de notificación fijos y obligatorios. Algunos expertos nacionales también opinan que las condiciones deberían simplificarse a fin de potenciar su transparencia y accesibilidad para las empresas. Los especialistas nacionales consultados respaldan que exista una obligación jurídica de transparencia para ofrecer una declaración de motivos en caso de que se excluya una oferta. También comparten la visión general de que los requisitos de exclusión deberían armonizarse con los procedimientos de notificación y acción contra los contenidos ilegales. Generalmente, se considera proporcional y legítima una obligación de transparencia sobre los criterios de clasificación. Los especialistas con mayor experiencia en la clasificación apoyan las medidas que resuelvan de manera oportuna los problemas detectados, aunque algunos afirman que estos deberían

¹⁶ COM (2016) 288 final.

dejarse en manos del Derecho comercial y en materia de protección de los consumidores. Existe un amplio consenso por el que se prefiere i) optar por una obligación de transparencia que aborde las prácticas de clasificación en general, y ii) centrarse en identificar las mejores prácticas para realizar dicha clasificación. En cuanto al uso de datos, los especialistas en las cláusulas de no discriminación y NMF han advertido que se necesita una reflexión más profunda. Sin embargo, los expertos acuerdan en gran medida con la importancia del recurso. Algunos se muestran preocupados porque los sistemas internos de tramitación de reclamaciones podrían suponer una carga para las pequeñas y medianas empresas (pymes). Ciertos especialistas nacionales apoyan la promoción de las buenas prácticas ya existentes, posiblemente como parte de una medida autorreguladora. Por lo general, los expertos que representan a las autoridades nacionales reconocen el interés de realizar el seguimiento. No obstante, también se muestran contrarios a la creación de un nuevo organismo o agencia europea para ello.

La naturaleza específica de corregulación de esta iniciativa, basada en los mecanismos de transparencia y recurso junto con la supervisión reforzada a través de un grupo de expertos establecido en paralelo, refleja los intereses comunes de las distintas partes interesadas a quienes se ha consultado.

- **Obtención y uso de asesoramiento especializado**

Entre 2015 y 2017, la Comisión o contratistas externos llevaron a cabo una consulta pública y varios estudios. La evaluación de impacto que respalda esta iniciativa también se basa en la investigación económica interna y el apoyo del Centro Común de Investigación para el diseño de políticas. Asimismo, se consultó a los Estados miembros a través de una encuesta en línea cuyos datos se incorporaron en una reunión del grupo de especialistas en comercio electrónico dedicado a esta iniciativa. Finalmente, la Comisión organizó numerosos seminarios con expertos académicos, cuyas perspectivas contribuyeron a enmarcar el problema y a diseñar la estrategia de recogida de pruebas.

- **Evaluación de impacto**

La presente propuesta se basa en una evaluación de impacto. En primer lugar, el Comité de Control Reglamentario emitió un dictamen negativo con comentarios exhaustivos sobre esta evaluación de impacto el 1 de diciembre de 2017. Tras realizar una revisión significativa de la evaluación de impacto, el Comité emitió a continuación un dictamen favorable con reservas el 22 de marzo de 2018. El dictamen del Comité, las recomendaciones y la explicación de cómo se han tenido en cuenta estas últimas se presentan en el anexo 1 del documento de trabajo de los servicios de la Comisión que acompaña a la presente propuesta. El anexo 4 contiene una presentación general de quiénes resultarían afectados por esta propuesta y de qué manera.

La Comisión examinó las distintas opciones políticas para alcanzar el objetivo general de esta iniciativa: establecer un entorno comercial en línea equitativo, fiable y predecible a la vez que se mantiene y se sigue promoviendo un ecosistema basado en la innovación en las plataformas en línea de toda la UE. En dicho entorno, los comerciantes han de contar con las salvaguardias necesarias para evitar los daños causados por las prácticas comerciales desleales, y con la capacidad de obtener una reparación efectiva cuando proceda. Asimismo, tal marco ha de abordar y evitar la fragmentación reglamentaria de la Unión. En el marco de un diseño de corregulación preferido que se necesita a fin de asegurar la seguridad jurídica y la previsibilidad para las empresas mientras se protege el potencial innovador de los proveedores de servicios en línea, se eligieron finalmente cuatro opciones políticas. Todas ellas estipulaban imponer a los proveedores ciertas obligaciones jurídicas de nivel

comparativamente alto, basadas en la transparencia y la posibilidad de recurso, pero diferían en cuanto al rango de las prácticas comerciales potencialmente nocivas que abordaban. Además, dos de las cuatro opciones elegidas extendían la aplicación de una obligación jurídica de transparencia sobre las clasificaciones a los proveedores de motores generales de búsqueda en línea, a fin de potenciar al máximo la eficiencia y garantizar la igualdad de trato. Finalmente, una de estas dos opciones contenía una obligación única y más amplia por la que los proveedores deberían ofrecer a las empresas la oportunidad de solicitar a los consumidores, en virtud del Reglamento general de protección de datos¹⁷, su consentimiento para obtener y procesar sus direcciones de correo electrónico tras finalizar una transacción empleando sus servicios.

La opción política que estipulaba las obligaciones jurídicas de transparencia ante un número más reducido de prácticas comerciales potencialmente nocivas se consideró poco efectiva. Si bien potenciaría la seguridad jurídica a través de medidas jurídicas de transparencia y recurso, seguiría corriéndose riesgo de causar daños directos a las empresas y de provocar una fragmentación, pues se evaluó que había pocas probabilidades de que la autorregulación fuera suficiente para luchar abordar ciertas prácticas comerciales de alto impacto: clasificación, uso de datos, discriminación y cláusulas NMF.

Por otra parte, se consideraron efectivas las otras tres opciones políticas que contenían obligaciones jurídicas de transparencia ante el abanico completo de prácticas comerciales potencialmente nocivas detectadas por la presente iniciativa. En este sentido, se evaluó que extender el ámbito de aplicación de la obligación jurídica específica de transparencia sobre la clasificación a los proveedores de motores generales de búsqueda en línea alcanzan el mayor nivel relativo de efectividad. Al mismo tiempo, se consideró que la opción de incluir una única obligación más amplia de compartir datos es desproporcionada, teniendo en cuenta, por una parte, el objetivo específico de mantener el potencial innovador de la economía de plataformas electrónicas y, por otra, las medidas no legislativas que se están presentando en paralelo para fomentar las políticas equitativas para la puesta en común de datos entre empresas. Además, la opción política elegida conlleva que las obligaciones jurídicas de transparencia se complementen con un control externo reforzado de las prácticas comerciales de las plataformas electrónicas, factor de suma importancia para incentivar un entorno justo y previsible para las empresas.

Por este motivo, la opción política óptima es proporcionar obligaciones jurídicamente vinculantes de transparencia y recurso ante el abanico completo de prácticas comerciales potencialmente nocivas detectadas por esta iniciativa. Entre dichas obligaciones, se incluye la transparencia para las clasificaciones de las búsquedas generales en línea, a las que solo se aplicaría, para garantizar la proporcionalidad, la disposición sobre el recurso colectivo, en lugar de también el resto de las disposiciones sobre recurso de esta propuesta de Reglamento. Además de proteger el potencial de la economía de las plataformas en línea como mercado único, se estima que la propuesta pueda invertir el efecto amortiguador sobre tal economía, que se deriva de una falta de confianza de las empresas y que tiene un valor, al menos, de entre 810 millones y 4 050 millones EUR. También tendrá un impacto social positivo, ya que el Reglamento propuesto conducirá a un aumento del volumen de ventas para un creciente

¹⁷ Reglamento (EU) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (DO L 119 de 4.5.2016, p. 1).

número de empresas europeas que utilizan servicios de intermediación en línea. A su vez, se espera que estos últimos generen nuevas oportunidades laborales.

Aunque los mercados de comercio electrónico, uno de los varios tipos de proveedores cubiertos en principio por esta iniciativa, pueden incluir la entrega física de bienes suministrados por las empresas a los consumidores, no se espera que el incremento del uso de estos servicios como resultado de la propuesta perjudique de manera significativa al entorno. Se espera que los costes del cumplimiento normativo asociados con la propuesta sean reducidos y que afecten principalmente a los proveedores de servicios de intermediación en línea y de motores de búsqueda electrónicos. La obligación jurídica propuesta de establecer un sistema interno de tramitación de reclamaciones impone a los proveedores la carga comparativamente más fuerte. En este sentido, los proveedores más pequeños son los que más probabilidades tienen de afrontar parte del coste del cumplimiento normativo. Por ello, están tales pequeñas empresas, definidas por la Recomendación de la Comisión de 2003 sobre las pymes, están exentas de esta disposición específica¹⁸. Así pues, se considera que esta propuesta sí es proporcional.

- **Adecuación regulatoria y simplificación**

Como se ha mencionado antes, las pequeñas empresas disfrutarán de una exención específica de la obligación de establecer un sistema interno de tramitación de reclamaciones. La propuesta busca específicamente facilitar el crecimiento sostenido de los servicios de intermediación en línea y está diseñada para ser tecnológicamente neutra por completo.

- **Derechos fundamentales**

La Unión se compromete con normas estrictas relativos a los derechos fundamentales. El objetivo específico de proporcionar recurso oportuno y efectivo a las empresas contribuye a reforzar el derecho de estas a la tutela judicial efectiva y a un juez imparcial (artículo 47 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea) en la medida en que conllevaría un mejor acceso al poder judicial.

Asimismo, el entorno comercial en línea equitativo, predecible, sostenible y fiable que esta propuesta busca crear ayudará a defender un equilibrio apropiado entre la libertad de empresa de los proveedores de servicios y de las empresas respectivamente (artículo 16 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea). En concreto, las medidas de transparencia establecidas en el Reglamento propuesto son una condición previa para supervisar si la libertad fundamental de empresa no se ha restringido de manera indebida en lo que concierne a la parte más débil de las relaciones interempresas.

4. REPERCUSIONES PRESUPUESTARIAS

La propuesta no tiene repercusiones financieras en el presupuesto de la UE.

5. OTROS ELEMENTOS

- **Planes de ejecución y modalidades de seguimiento, evaluación e información**

Realizar un seguimiento de la evolución de los impactos conforma una parte fundamental de la intervención propuesta en este ámbito, dado que la economía de las plataformas

¹⁸ Recomendación 2003/361/CE de la Comisión, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas (DO L 124 de 20.5.2003, p. 36).

electrónicas continúa siendo un área de la economía dinámica y en rápida evolución. Por consiguiente, el seguimiento se divide en dos partes estratégicas:

La primera se encarga a un grupo de especialistas y equipo de trabajo dedicados que, en colaboración con un equipo de funcionarios de la Comisión, constituye un Observatorio Europeo de la Economía de las Plataformas en Línea. Como se establece en la Decisión C(2018)2393 de la Comisión, el grupo de expertos proporcionará asesoramiento y análisis especializados sobre la evolución de la economía de las plataformas en línea, específicamente en relación con la toma de decisiones basada en algoritmos, el acceso a los datos, la remuneración por los materiales expuestos en línea, la transparencia y obligación de rendir cuentas en las relaciones B2B dentro del marco de la publicidad en línea, el trato diferenciado y las restricciones de las empresas para ofrecer condiciones diferentes cuando se emplean otros canales de distribución. También colaborará con otros grupos de especialistas y centros de excelencia pertinentes establecidos por la UE y los Estados miembros, cuando proceda.

La segunda parte consiste en el seguimiento específico de la evolución de los impactos relativos a los componentes de regulación y autorregulación que contiene la propuesta de Reglamento.

La Comisión supervisará los indicadores de mercado para la economía de las plataformas en línea, sobre todo a través del Observatorio Europeo de la Economía de las Plataformas en Línea y con base en el trabajo del grupo de especialistas. Este análisis abarca diversos datos, por ejemplo: número y tipo de empresas que comercian con servicios de intermediación en línea, número y tipo de reclamaciones tramitadas a través de mecanismos de recurso internos y externos, número de procedimientos resueltos con éxito, cantidad de tiempo necesario para resolver el procedimiento, lugar de establecimiento y tamaño de los proveedores que comercian en la Unión, incluido el volumen de ventas realizadas en el mercado de la UE como intermediario en línea. En el plazo de dos años desde que se ponga en marcha el Observatorio Europeo, los servicios de la Comisión prepararán un informe basado en sus actividades y teniendo en cuenta la situación actual, los progresos realizados hacia la consecución de los objetivos de la política y cualquier problema no resuelto.

Se supervisarán la efectividad y la eficiencia de la propuesta usando indicadores predefinidos, a fin de servir de base para el desarrollo de políticas relativas a la evolución de las prácticas comerciales potencialmente nocivas. En consecuencia, el impacto de la intervención se analizará en el contexto de una evaluación. Cuando proceda, los resultados de dicho análisis se incorporarán a la revisión del Reglamento propuesto como se especifica en su cláusula de revisión. Tal revisión tendrá lugar tres años después de la entrada en vigor del Reglamento, y posteriormente cada tres años.

- **Explicación detallada de las disposiciones específicas de la propuesta**

El artículo 1 especifica el objeto y el ámbito de aplicación de la propuesta de Reglamento. En él, se establecen las obligaciones de los proveedores de servicios de intermediación en línea y, en ciertos aspectos, de los motores de búsqueda en línea, por las que han de ofrecer a las empresas y a los usuarios de sitios web corporativos, respectivamente, transparencia y ciertas posibilidades de recurso. También se explica el ámbito de aplicación geográfica de la propuesta de Reglamento, que refleja la naturaleza transfronteriza inherente de los servicios en línea, en la medida en que los proveedores no establecidos en la Unión Europea pueden intermediar actividades y transacciones que sí tienen lugar dentro de ella.

El artículo 2 alberga las definiciones jurídicas aplicables.

El artículo 3 establece los requisitos de claridad, accesibilidad y modificaciones de las condiciones predefinidas y generales que utilizan los proveedores de servicios de intermediación en línea.

El artículo 4 establece los requisitos por los que un proveedor de servicios de intermediación en línea ha de ofrecer una declaración de motivos si suspende o finaliza el uso de sus servicios de intermediación por parte de una empresa.

El artículo 5 dispone los requisitos por los que se ha de proporcionar una descripción de los parámetros principales que rigen la clasificación de las empresas en los resultados de una búsqueda. Esto debe incluir una descripción si la clasificación está determinada porque una empresa ha facilitado al proveedor una remuneración directa o indirecta. Dicha explicación debe incorporarse en las condiciones que emplean los proveedores de los servicios de intermediación en línea. El artículo establece un requisito similar por el que los proveedores de motores de búsqueda en línea deben indicar los parámetros principales que determinan la clasificación por medio de una descripción de fácil acceso disponible de manera pública. También exige que la descripción de tales parámetros principales permita a las empresas o los usuarios de sitios web corporativos interesados entender de manera apropiada las posibles implicaciones que conllevan las características de los bienes o servicios ofrecidos, y la pertinencia de esas características para los consumidores, así como de las características de diseño de los sitios web empleados en el contexto de los motores de búsqueda en línea.

El artículo 6 define los requisitos relativos a la descripción de cualquier trato diferenciado que den el propio proveedor de servicios de intermediación en línea o las empresas que estén bajo su control a los bienes y servicios ofrecidos. Tal descripción debe incluirse en las condiciones utilizadas por los proveedores de los servicios de intermediación en línea.

El artículo 7 establece el requisito de incorporar una descripción del acceso a los datos personales o de otro tipo que facilitan las empresas o los consumidores a los servicios de intermediación en línea, o que se generan por medio de dichos servicios. Así pues, la descripción debe sumarse a las condiciones que utilizan los proveedores de los servicios de intermediación en línea.

En el artículo 8, se dispone un requisito de proporcionar y publicar una descripción de los motivos por los que se restrinja la capacidad de las empresas para ofrecer condiciones diferentes a los consumidores al obtener bienes o servicios por medios distintos a los servicios de intermediación en línea, en las condiciones empleadas por los proveedores de servicios de intermediación en línea.

El artículo 9 fija un requisito por el que el proveedor de servicios de intermediación en línea debe ofrecer un sistema interno de tramitación de reclamaciones a las empresas. Además, se establecen requisitos relativos a la gestión de dichas reclamaciones, incluidas las obligaciones de tramitarlas debida, rápida y efectivamente, y de comunicar los resultados de manera clara e inequívoca a la empresa. También fija el requisito de integrar en las condiciones generales información sobre el sistema interno de tramitación de reclamaciones. Además, estipula para los proveedores de los servicios de intermediación en línea la obligación de publicar informes sobre el número de reclamaciones presentadas, el asunto de estas, el tiempo necesario para procesarlas y la decisión tomada en respuesta a ellas.

El artículo 10 exige a los proveedores de servicios de intermediación en línea enumerar, en sus condiciones, uno o más mediadores con los que están dispuestos a colaborar para llegar a

un acuerdo extrajudicial en caso de litigio, por ejemplo, cuando el sistema interno de tramitación de reclamaciones, establecido con arreglo al artículo 9, no ha resuelto un problema. Asimismo, fija ciertos requisitos para los mediadores, incluidos la imparcialidad, la accesibilidad, la competencia y los recursos, así como la obligación de los proveedores de los servicios de intermediación en línea de recurrir a la mediación de buena fe. Los requisitos contenidos en el artículo se aplican sin menoscabo del derecho de cualquiera de las partes de iniciar un procedimiento judicial.

El artículo 11 establece para la Comisión un requisito de fomentar que los proveedores de servicios de intermediación en línea formen, de manera individual o colectiva, una o más organizaciones de mediadores independientes para facilitar de manera amistosa la resolución de litigios que surjan durante el uso de los servicios de intermediación en línea, sobre todo dada su naturaleza transfronteriza.

El artículo 12 dispone el derecho de las organizaciones y asociaciones representativas y de los organismos públicos de iniciar un procedimiento judicial a fin de impedir o prohibir el incumplimiento de los requisitos contenidos en el Reglamento por parte de los proveedores de servicios de intermediación en línea. Además, exige a las organizaciones y asociaciones representativas cumplir ciertas condiciones, por ejemplo, tener carácter no lucrativo, estar establecidas como entidades jurídicas con arreglo al Derecho del Estado miembro pertinente, y perseguir objetivos que se encuentren dentro de los intereses colectivos de las empresas que representan.

El artículo 13 fija para la Comisión un requisito de estimular a los proveedores de servicios de intermediación en línea y de motores de búsqueda en línea, así como las organizaciones y asociaciones que los representan, para que elaboren códigos de conducta.

El artículo 14 dispone que la Comisión evalúe el Reglamento con una periodicidad regular, teniendo lugar la primera evaluación tres años después de la fecha de entrada en vigor del Reglamento.

El artículo 15 fija la fecha de entrada en vigor del Reglamento en seis meses después de la fecha de publicación.

Propuesta de

REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO

sobre el fomento de la equidad y la transparencia para las empresas que utilizan servicios de intermediación en línea

(Texto pertinente a efectos del EEE)

EL PARLAMENTO EUROPEO Y EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, y en particular su artículo 114,

Vista la propuesta de la Comisión Europea,

Previa transmisión del proyecto de acto legislativo a los parlamentos nacionales,

Visto el dictamen del Comité Económico y Social Europeo¹,

Visto el dictamen del Comité de las Regiones²,

De conformidad con el procedimiento legislativo ordinario,

Considerando lo siguiente:

- (1) Los servicios de intermediación en línea son factores esenciales para el emprendimiento, el comercio y la innovación. A su vez, también pueden potenciar el bienestar de los consumidores y cada vez se emplean más tanto en el sector privado como en el público. Facilitan el acceso a nuevos mercados y oportunidades comerciales de modo que permiten a las empresas aprovechar las ventajas del mercado interior. Asimismo, permiten a los consumidores europeos obtener provecho de dichas ventajas, en concreto al ampliar la gama de bienes y servicios ofrecidos en línea.
- (2) Los servicios de intermediación en línea pueden ser cruciales para el éxito comercial de las empresas que los utilizan para llegar a los consumidores. La creciente intermediación de las transacciones a través de servicios en línea, fortalecida por potentes efectos de red indirectos basados en datos, conduce a que las empresas —incluidas las microempresas, pequeñas y medianas empresas— dependan cada vez más de tales servicios para comunicarse con sus clientes. A causa de esa dependencia cada vez mayor, los proveedores de los servicios de intermediación en línea a menudo cuentan con una superior capacidad de negociación, lo que les permite, en efecto, actuar unilateralmente de una manera que puede ser injusta y perjudicar a los intereses legítimos de las empresas y, de modo indirecto, también de los consumidores europeos.
- (3) Igualmente, los motores de búsqueda en línea pueden actuar como importantes fuentes de tráfico en Internet para las empresas que ofrecen bienes o servicios a los consumidores a través de sitios web. Por este motivo, pueden influir de manera significativa en el éxito comercial de dichos usuarios de sitios web corporativos que ofrecen sus bienes y servicios en línea en el mercado interior. En este sentido, la clasificación de los sitios web que elaboran los proveedores de motores de búsqueda electrónicos, incluida la de los sitios web donde las empresas ofrecen sus bienes y servicios a los

¹ DO C [...] de [...], p. [...].

² DO C [...] de [...], p. [...].

consumidores, tiene un impacto significativo en la posibilidad de elección de los clientes y en los resultados comerciales de tales usuarios de sitios web corporativos. Incluso a falta de una relación contractual con estos usuarios, los proveedores de motores de búsqueda en línea pueden, por consiguiente, actuar en la práctica de una manera unilateral que puede ser injusta y perjudicar a los intereses legítimos de los usuarios de los sitios web corporativos y, de modo indirecto, también de los consumidores europeos.

- (4) La dependencia que muestran las empresas de los servicios de intermediación en línea también conduce a una situación en la que aquellas, con frecuencia, disponen de posibilidades limitadas de solicitar reparaciones cuando las acciones unilaterales de los proveedores de tales servicios desembocan en un litigio. En muchos casos, los proveedores no presentan sistemas internos accesibles y efectivos con que tramitar reclamaciones. Los mecanismos alternativos actuales de resolución extrajudicial de litigios también pueden resultar ineficaces por varias razones, incluida una falta de mediadores especializados y el miedo de las empresas a las represalias.
- (5) Los servicios de intermediación en línea y los motores de búsqueda en línea, así como las transacciones comerciales que facilitan, cuentan con un potencial transfronterizo intrínseco y son de particular importancia para el funcionamiento apropiado del mercado interior de la UE en el marco de la economía actual. Las prácticas comerciales potencialmente nocivas y desleales de ciertos proveedores que ofrecen dichos servicios en relación con las empresas y los usuarios de los sitios web corporativos obstaculizan la realización plena de aquel potencial y perjudican el funcionamiento correcto del mercado interior. Asimismo, el aprovechamiento completo de ese potencial y el funcionamiento adecuado del mercado interior también resultan perjudicados por las divergencias entre las legislaciones de ciertos Estados miembros que, con distintos grados de eficacia, regulan dichos servicios, mientras que otros Estados miembros están considerando adoptar tales leyes.
- (6) Por consiguiente, debe establecerse a escala europea un conjunto uniforme y específico de normas obligatorias para garantizar un entorno comercial en línea equitativo, predecible, sostenible y fiable dentro del mercado interior al asegurar, en concreto, que las empresas que recurren a los servicios de intermediación en línea cuentan con la transparencia adecuada y con posibilidades de recursos efectivos en toda la UE. Dicha normativa también debe propiciar la transparencia adecuada en cuanto a la clasificación de los usuarios de sitios web corporativos en los resultados de búsqueda generados por los motores de búsqueda en línea. Al mismo tiempo, tales normas deben proteger la sustancial capacidad innovadora de la economía más amplia de las plataformas en línea.
- (7) Puesto que los servicios de intermediación en línea y los motores de búsqueda en línea suelen presentar una dimensión mundial, este Reglamento debe aplicarse a los proveedores de esos servicios con independencia de que estén establecidos en un Estado miembro o fuera de la Unión, siempre y cuando se cumplan dos condiciones acumulativas. En primer lugar, las empresas o los usuarios de los sitios web corporativos deben estar establecidos en la UE. En segundo lugar, las empresas o los usuarios de sitios web corporativos deben ofrecer, a través de la prestación de tales servicios, sus bienes o servicios a clientes situados en la Unión, al menos, durante parte de la transacción. Si bien los consumidores han de encontrarse en la UE, no necesitan residir dentro de ella ni tener la nacionalidad de Estado miembro alguno. Así, este Reglamento no debe aplicarse si las empresas o los usuarios de sitios web corporativos no están establecidos en la Unión, ni si lo están, pero usan los servicios de intermediación en línea o los motores de búsqueda en línea para ofrecer bienes o servicios exclusivamente a consumidores situados fuera de la UE o a personas que no son consumidores.
- (8) Una gran variedad de relaciones comerciales de empresas a consumidores está intermediada por proveedores que operan servicios polifacéticos, fundamentalmente basados en el mismo modelo comercial de consolidación de ecosistemas. A fin de abarcar los servicios pertinentes, se han de definir los servicios de intermediación en línea de manera precisa y tecnológicamente neutra. En

concreto, debe tratarse de servicios de la sociedad de la información, caracterizados porque buscan facilitar el inicio de transacciones directas entre empresas y consumidores, con independencia de si en última instancia las transacciones se completan bien en línea, en el portal electrónico del proveedor de los servicios de intermediación en línea en cuestión o en el de la empresa, o bien de manera no electrónica. Asimismo, los servicios deben prestarse con base en relaciones contractuales tanto entre los proveedores y las empresas, como entre los primeros y los consumidores. Ha de considerarse que existe dicha relación contractual si ambas partes interesadas expresan su intención de estar vinculados de manera inequívoca y verificable, sin necesidad de un acuerdo expreso por escrito.

- (9) Por tanto, entre los servicios de intermediación en línea abarcados por este Reglamento, se incluyen los mercados de comercio electrónico, incluidos los mercados colaborativos en los que están activas las empresas, los servicios de aplicación de software en línea y los servicios de redes sociales en línea. En cambio, este Reglamento no debe aplicarse a las herramientas de servicios publicitarios en línea ni a los intercambios publicitarios en línea que no se faciliten con el objetivo de propiciar el inicio de transacciones directas y que no incorporen una relación contractual con los consumidores. Asimismo, tampoco debe aplicarse a los servicios de pagos en línea, ya que estos por sí mismos no cumplen los requisitos pertinentes, sino que son más bien mecanismos inherentemente complementarios de la transacción para el suministro de bienes y servicios a los consumidores interesados.
- (10) De conformidad con la jurisprudencia pertinente del Tribunal de Justicia de la Unión Europea y considerando que se ha detectado la dependencia de las empresas principalmente en relación con los servicios de intermediación en línea que sirven como puerta de acceso a los consumidores en tanto personas físicas, se ha de entender que la noción de consumidor empleada para delinear el ámbito de aplicación de este Reglamento se refiere únicamente a personas físicas, si actúan con fines externos a su comercio, negocio, oficio o profesión.
- (11) Por razones de coherencia, la definición de motor de búsqueda en línea utilizada en este Reglamento ha de armonizarse con la que se emplea en la Directiva (UE) 2016/1148 del Parlamento Europeo y del Consejo³.
- (12) A fin de proteger a las empresas de manera efectiva cuando proceda, este Reglamento ha de aplicarse cuando las partes de una relación contractual no hayan negociado individualmente las condiciones de tal relación, con independencia de su nombre o forma. Ya se hayan negociado o no las condiciones de manera individual, han de fijarse sobre la base de una evaluación general, por la que puede no ser determinante de por sí que se hayan negociado individualmente algunas disposiciones.
- (13) A fin de asegurar que los términos generales de una relación contractual permitan a las empresas determinar las condiciones comerciales para el uso, finalización y suspensión de los servicios de intermediación en línea, y para garantizar la previsibilidad relativa a la relación comercial, tales condiciones han de redactarse de manera clara, inequívoca y fácil de entender incluso para el usuario medio. No se considerará que las condiciones se hayan redactado de manera clara e inequívoca si resultan vagas, son poco específicas o les falta precisión sobre aspectos comerciales pertinentes, motivo por el que no se proporciona a las empresas un nivel razonable de previsibilidad en relación con los aspectos fundamentales de la relación contractual.
- (14) Garantizar la transparencia de las condiciones generales puede resultar crucial para promover las relaciones comerciales sostenibles y evitar las conductas desleales que perjudican a la empresa. Por lo tanto, los proveedores de servicios de intermediación en línea deben asegurarse también de que las

³ Directiva (EU) 2016/1148 del Parlamento y del Consejo, relativa a las medidas destinadas a garantizar un elevado nivel común de seguridad de las redes y sistemas de información en la Unión (DO L 194 de 19.7.2016, p. 1).

condiciones se encuentran fácilmente disponibles en todas las etapas de la relación contractual, incluso para las empresas prospectivas en la fase precontractual. Asimismo, han de garantizar que se notifica a las empresas todo cambio que se realice a dichas condiciones, en un plazo fijo de notificación que sea razonable y proporcional de acuerdo con las circunstancias específicas y que sea, como mínimo, de quince días. El periodo de notificación no se debe aplicar en los casos y en la medida en que la empresa interesada renuncie a él de manera inequívoca, o en los casos y en la medida en que se necesite aplicar la modificación sin considerar el periodo de notificación por una obligación jurídica correspondiente al proveedor de servicios con arreglo al Derecho de la UE o nacional.

- (15) Para proteger a las empresas, un tribunal competente debe poder disponer que las condiciones que no cumplan la normativa no son vinculantes para la empresa interesada, con efecto *ex nunc*. Sin embargo, tales conclusiones del tribunal solo deben afectar a las disposiciones específicas de las condiciones que no cumplan la normativa. Las otras disposiciones seguirán siendo válidas y aplicables en la medida en que se pueden dissociar de las disposiciones que no respeten la normativa. Los cambios abruptos de las condiciones existentes pueden perturbar las actividades de las empresas de manera significativa. Por este motivo, a fin de restringir ese impacto negativo sobre las empresas y desincentivar esas conductas, las modificaciones que se lleven a cabo contraviniendo la obligación de proporcionar un periodo fijo de notificación se tendrán por nulas; es decir, se considerará que nunca existieron, con efectos *erga omnes* y *ex tunc*.
- (16) Un proveedor de servicios de intermediación en línea puede contar con motivos legítimos para decidir suspender o finalizar la prestación de sus servicios, de forma completa o parcial, a una empresa específica, incluyendo al excluir los bienes o los servicios individuales de una empresa determinada o al suprimir efectivamente resultados de búsqueda. No obstante, dado que tales decisiones pueden afectar de manera significativa a los intereses de la empresa correspondiente, deben comunicársele de manera apropiada las razones en que se basan aquellas. La declaración de motivos debe permitir a las empresas determinar si existe la posibilidad de recurrir la decisión, de modo que se fortalezca su capacidad de solicitar una reparación efectiva cuando sea necesario. Asimismo, exigir una declaración de motivos debe ayudar a prevenir o subsanar toda exclusión no intencionada del contenido en línea proporcionado por las empresas que el proveedor tenga incorrectamente por ilícito, en virtud de la Recomendación (UE) 2018/334 de la Comisión⁴. La declaración de motivos debe identificar las razones objetivas que fundamentan la decisión, de acuerdo con los motivos que el proveedor había dispuesto en las condiciones con antelación, y referirse de manera proporcional a las circunstancias específicas pertinentes que condujeron a dicha decisión.
- (17) La clasificación de los bienes y servicios elaborada por los proveedores de servicios de intermediación en línea tiene un impacto sustancial en la capacidad de elección de los consumidores y, por ello, en el éxito comercial de las empresas que les ofrecen sus bienes y servicios. En consecuencia, los proveedores de servicios de intermediación en línea deben delinear desde antes los parámetros principales que determinan la clasificación a fin de incrementar la previsibilidad para las empresas, facilitarles un mayor entendimiento de cómo funciona el mecanismo de clasificación, y permitirles comparar las prácticas de clasificación de varios proveedores. Debe entenderse que el concepto de parámetro principal hace referencia a los criterios generales, procesos, señales específicas incorporadas en los algoritmos u otros mecanismos de ajuste o degradación que se utilicen en la clasificación. Asimismo, la descripción de los parámetros principales que determinan la clasificación debe especificar si las empresas pueden influir en la clasificación de manera activa realizando un pago, así como cuáles son los efectos relativos de aplicar esa medida. La descripción

⁴ Recomendación (UE) 2018/334 de la Comisión, de 1 de marzo de 2018, sobre medidas para combatir eficazmente los contenidos ilícitos en línea (DO L 63 de 6.3.2018, p. 50).

debe permitir a las empresas entender de manera clara cómo el mecanismo de clasificación tiene en cuenta las características de los bienes o servicios reales que aquellas ofrecen, además de su importancia para los consumidores de los servicios específicos de intermediación en línea.

- (18) Igualmente, la clasificación de los sitios web que elaboran los proveedores de motores de búsqueda electrónicos, sobre todo la de los sitios web donde las empresas ofrecen sus bienes y servicios a los consumidores, tiene un impacto sustancial en la capacidad de elección de los clientes y en los resultados comerciales de tales usuarios de sitios web corporativos. Por consiguiente, los proveedores de motores de búsqueda en línea deben facilitar una descripción de los parámetros principales que rigen la clasificación de todos los sitios web indexados, incluidos los de los usuarios corporativos, así como otros sitios web. En el caso de los motores de búsqueda en línea, además de indicar las características de los bienes y servicios y su importancia para los consumidores, esta descripción también debe permitir a los usuarios de sitios web corporativos entender de manera clara si se tienen en cuenta ciertas características del diseño del sitio web empleado, por ejemplo, lo optimizados que estén para su visualización en dispositivos móviles de telecomunicación. A falta de una relación contractual entre los proveedores de los motores de búsqueda en línea y los usuarios de sitios web corporativos, la descripción debe estar disponible al público en una ubicación clara y de fácil acceso en el motor de búsqueda en línea pertinente. A fin de garantizar la previsibilidad para los usuarios de sitios web corporativos, la descripción también debe estar actualizada, considerando que se puedan identificar fácilmente todos los cambios practicados a los parámetros principales. Si bien no se exige a los proveedores en circunstancia alguna revelar sus secretos comerciales tal como se definen en la Directiva (UE) 2016/943 del Parlamento Europeo y del Consejo⁵ al cumplir con este requisito de divulgar los parámetros principales de clasificación, la descripción que se facilite debe basarse, al menos, en datos reales sobre la importancia de los parámetros de clasificación utilizados.
- (19) Si un proveedor de servicios de intermediación en línea ofrece por sí mismo ciertos bienes o servicios a los consumidores a través de sus propios servicios de intermediación en línea, o lo hace a través de una empresa que esté bajo su control, tal proveedor puede competir de manera directa con otras empresas que utilicen sus servicios de intermediación en línea y que no estén bajo el control del proveedor. En tales situaciones, en concreto es importante que el proveedor de servicios de intermediación en línea actúe de manera transparente y facilite una descripción de cualquier trato diferenciado, ya sea por medios jurídicos, comerciales o técnicos, que pueda dar en relación con sus bienes o servicios en comparación con aquellos ofrecidos por otras empresas. Para asegurar la proporcionalidad, esta obligación debe aplicarse a escala de todos los servicios generales de intermediación en línea, en vez del nivel de los bienes o los servicios individuales facilitados a través de aquellos.
- (20) La capacidad de acceder a los datos, incluidos los datos personales, y de usarlos puede crear valor de manera significativa en la economía de las plataformas en línea. Así, es de importancia que los proveedores de servicios de intermediación en línea indiquen a las empresas una descripción clara sobre el ámbito de aplicación, la naturaleza y las condiciones del acceso y el uso de ciertas categorías de datos. La descripción debe ser proporcional y puede referirse a las condiciones generales de acceso, en vez de constituir una identificación exhaustiva de datos o categorías de datos reales, a fin de permitir a las empresas comprender si pueden usar dicha información para potenciar su creación de valor, también al elegir servicios de datos prestados por terceros. El procesamiento de los datos personales debe respetar el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo⁶.

⁵ Directiva (UE) 2016/943 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2016, relativa a la protección de los conocimientos técnicos y la información empresarial no divulgados (secretos comerciales) contra su obtención, utilización y revelación ilícitas (DO L 157 de 15.6.2016, p. 1).

⁶ Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se

- (21) En ciertos casos, los proveedores de servicios de intermediación en línea pueden limitar en sus condiciones la capacidad de las empresas de ofrecer bienes o servicios a los consumidores en condiciones más favorables por medios distintos a tales servicios de intermediación en línea. Si se dieran tales circunstancias, los proveedores interesados deben establecer los motivos por los que aplican esa medida, sobre todo en relación con las consideraciones económicas, comerciales o jurídicas principales que motivan tales restricciones. Sin embargo, no debe entenderse que esta obligación de transparencia influya al evaluar la legalidad de dichas restricciones con arreglo a otras leyes del Derecho de la Unión, o del Derecho de los Estados miembros de acuerdo con el Derecho de la Unión, incluso en las áreas relativas a la competencia y las prácticas comerciales desleales, así como la aplicación de dicha legislación.
- (22) Para permitir a las empresas, incluidas aquellas para las que se haya suspendido o finalizado el uso de los servicios pertinentes de intermediación en línea, acceder a mecanismos inmediatos, adecuados y efectivos de recurso, los proveedores de intermediación en línea deben facilitar un sistema interno de tramitación de reclamaciones. Este sistema debe tener por objetivo asegurar que el proveedor de servicios de intermediación en línea y la empresa pertinente puedan resolver de manera bilateral una proporción significativa de las reclamaciones. Asimismo, al garantizar que los proveedores de servicios de intermediación en línea publiquen información sobre el funcionamiento y la efectividad de su sistema interno de tramitación de reclamaciones, se ayudará a las empresas a entender los tipos de problemas que pueden surgir en el marco de la prestación de diferentes servicios de intermediación en línea, así como la posibilidad de alcanzar una resolución bilateral rápida y efectiva.
- (23) Los requisitos de este Reglamento relativos a los sistemas internos de tramitación de reclamaciones buscan permitir a los proveedores de servicios de intermediación en línea contar con un grado razonable de flexibilidad al utilizar dichos sistemas y gestionar las reclamaciones individuales, de manera que se minimice la carga administrativa. Además, tales sistemas deben permitir a los proveedores de servicios de intermediación en línea responder, cuando proceda, de manera proporcional ante cualquier uso de mala fe que determinadas empresas pretendan hacer de los sistemas antes mencionados. De igual manera, en casos distintos a cualquier presunto incumplimiento de las obligaciones jurídicas de este Reglamento, los sistemas internos de tramitación de reclamaciones no deben estar abiertos a aquellas que se refieran únicamente a efectos negativos desdeñables sobre las empresas interesadas. Teniendo en cuenta los costes de establecer y gestionar estos sistemas, resulta apropiado que quede exento de dichas obligaciones todo proveedor de servicios de intermediación en línea que constituya una pequeña empresa, de conformidad con las disposiciones pertinentes de la Recomendación 2003/361/CE de la Comisión⁷.
- (24) La mediación puede ofrecer a los proveedores de servicios de intermediación en línea y a las empresas que recurren a ellos un medio para resolver los litigios de manera satisfactoria, sin tener que interponer extensos y costosos procedimientos judiciales. Por esta razón, los proveedores de servicios de intermediación en línea deben propiciar la mediación, en concreto, identificando a los mediadores con los que estén dispuestos a colaborar. Solo debe identificarse a los mediadores que presten sus servicios desde una ubicación fuera de la Unión Europea si se garantiza que el uso de esos servicios no priva en modo alguno a las empresas de toda protección jurídica que se les ofrezca con arreglo al Derecho de la Unión o al de los Estados miembros, incluidos los requisitos de este Reglamento y la legislación aplicable en materia de protección de datos personales y secretos

deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) (Texto pertinente a efectos del EEE) (DO L 119 de 4.5.2016, p. 1).

⁷ Recomendación 2003/362/CE de la Comisión, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas (DO L 124 de 20.5.2003, p. 36).

comerciales. Para que la mediación resulte accesible, equitativa y tan rápida, eficiente y efectiva como sea posible, tales mediadores deben cumplir una serie de criterios.

- (25) Los proveedores de servicios de intermediación en línea deben soportar una proporción razonable de los costes totales de la mediación, teniendo en cuenta todos los aspectos pertinentes del procedimiento en cuestión. Para ello, el mediador debe sugerir la proporción razonable en el caso individual. Dicho esto, esta proporción nunca debe ser inferior a la mitad de los costes.
- (26) A fin de facilitar la resolución de litigios relativos a la prestación de servicios de intermediación en línea usando la mediación dentro de la UE, la Comisión debe alentar el establecimiento de organizaciones de mediación especializadas, que actualmente son pocas. La participación de mediadores especializados en servicios de intermediación en línea y motores de búsqueda en línea, así como en los sectores específicos en los que se prestan esos servicios, fortalecerá la confianza de ambas partes en el proceso de mediación e incrementará las probabilidades de alcanzar una solución rápida, justa y satisfactoria.
- (27) Varios factores, por ejemplo, la falta de recursos financieros, el miedo a las represalias, y las cláusulas exclusivas de selección de ley y selección de foro en las condiciones, pueden reducir la efectividad de los mecanismos de recurso existentes, sobre todo aquellos que exigen a las empresas o a los usuarios de sitios web corporativos que actúen de manera individual e identificable. Para garantizar la aplicación efectiva de este Reglamento, debe otorgarse a las organizaciones, las asociaciones que representan a las empresas o a los usuarios de sitios web corporativos y ciertos organismos públicos establecidos en los Estados miembros la posibilidad de acudir a los tribunales nacionales. Estos procedimientos deben tener por objeto impedir o prohibir la infracción de las normas establecidas en este Reglamento, así como evitar daños futuros que podrían socavar las relaciones comerciales sostenibles en el marco de la economía de las plataformas digitales. Para asegurar que esas organizaciones o asociaciones ejerciten su derecho de manera efectiva y apropiada, han de cumplir ciertos criterios. Considerando la condición particular de los organismos públicos pertinentes en los Estados miembros donde se han establecido, solo debe exigirse que, de conformidad con la normativa correspondiente del Derecho nacional, se haya encargado a tales organismos la responsabilidad de acudir a los tribunales para servir el interés colectivo de las partes interesadas o el interés general, sin necesidad aplicar los criterios antes mencionados a tales organismos públicos. Estas acciones no afectarán en modo alguno el derecho de las empresas y los usuarios de sitios web corporativos a iniciar un procedimiento judicial individualmente.
- (28) Los códigos de conducta, ya estén elaborados por los proveedores de servicios interesados o por las organizaciones o asociaciones que los representan, pueden contribuir a la aplicación correcta de este Reglamento, motivo por el cual debe alentarse su adopción. Al elaborar los códigos de conducta, habiendo realizado consultas con todos los interesados pertinentes, se tomarán en consideración los rasgos específicos de los sectores involucrados, así como las características particulares de las microempresas, pequeñas y medianas empresas.
- (29) La Comisión debe evaluar periódicamente el presente Reglamento, en particular con vistas a determinar si es preciso realizar modificaciones del mismo a la luz de los avances tecnológicos o comerciales de importancia.
- (30) Cuando se facilite la información requerida en virtud del presente Reglamento, se tendrán en cuenta en la medida de lo posible las necesidades particulares de las personas con discapacidad, de acuerdo con la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad⁸.

⁸ Disponible en: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>

- (31) Dado que el objetivo del presente Reglamento, a saber, asegurar un entorno comercial en línea equitativa, predecible, sostenible y fiable, no puede ser alcanzado de manera suficiente por los Estados miembros, sino que, debido a su dimensión y a sus efectos, puede lograrse mejor a escala de la Unión, esta puede adoptar medidas, de acuerdo con el principio de subsidiariedad establecido en el artículo 5 del Tratado de la Unión Europea. De conformidad con el principio de proporcionalidad enunciado en dicho artículo, el presente Reglamento no excede de lo necesario para alcanzar dicho objetivo.
- (32) Procede aclarar que el presente Reglamento no afecta a la aplicación de las normas pertinentes del Derecho de la Unión aplicables en los ámbitos de cooperación judicial en material civil, competencia, protección del consumidor, comercio electrónico y servicios financieros.
- (33) El presente Reglamento busca garantizar el pleno respeto del derecho a la tutela judicial efectiva y a un juez imparcial, así como promover la aplicación de la libertad de empresa, ambas disposiciones previstas en los artículos 47 y 16, respectivamente, de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

HAN ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Artículo 1

Objeto y ámbito de aplicación

1. El presente Reglamento establece las normas para asegurar que se conceden opciones apropiadas de transparencia y recursos a las empresas que emplean servicios de intermediación en línea y a los usuarios de sitios web corporativos en relación con los motores de búsqueda en línea.
2. El presente Reglamento se aplicará a los servicios de intermediación en línea y a los motores de búsqueda en línea que se faciliten o cuyo uso se proponga a las empresas y los usuarios de sitios web corporativos, respectivamente, cuyo establecimiento principal o residencia se sitúe en la Unión y que, por medio de servicios de intermediación en línea o motores de búsqueda en línea, ofrezcan bienes o servicios a los consumidores europeos, con independencia de dónde estén establecidos o residan los proveedores de dichos servicios.

Artículo 2

Definiciones

A efectos del presente Reglamento, se entenderá por:

- 1) «empresa», toda persona física o jurídica que ofrece bienes o servicios a los consumidores a través de servicios de intermediación en línea con fines relativos a su comercio, negocio, oficio o profesión;
- 2) «servicios de intermediación en línea», los servicios que cumplen todos estos requisitos:

- a) constituyen servicios de la sociedad de la información según lo previsto en el artículo 1, apartado 1, letra b), de la Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo⁹;
 - b) permiten a las empresas ofrecer bienes o servicios a los consumidores, con el objetivo de facilitar el inicio de transacciones directas entre dichas empresas y clientes, con independencia de dónde aquellas se finalicen en última instancia;
 - c) se prestan a las empresas sobre la base de relaciones contractuales entre, de una parte, el proveedor de los servicios y, de otra, tanto las empresas como los consumidores a los que se ofrecen los bienes o servicios;
- 3) «proveedor de servicios de intermediación en línea», toda persona física o jurídica que ofrece servicios de intermediación en línea a las empresas o que les propone el uso de aquellos;
 - 4) «consumidor», toda persona física que actúe con fines ajenos a su actividad comercial, negocio, oficio o profesión;
 - 5) «motor de búsqueda en línea», un servicio digital que permite a los usuarios hacer búsquedas de, en principio, todos los sitios web o de sitios web en un idioma concreto mediante una consulta sobre un tema cualquiera en forma de palabra clave, frase u otro tipo de entrada, y que en respuesta muestra enlaces en los que puede encontrarse información relacionada con el contenido solicitado;
 - 6) «proveedor de motores de búsqueda en línea», toda persona física o jurídica que ofrece motores de búsqueda en línea a los consumidores o que les propone el uso de aquellos;
 - 7) «usuario de un sitio web corporativo», toda persona física o jurídica que usa sitios web para ofrecer bienes o servicios a los consumidores con fines relativos a su comercio, negocio, oficio o profesión;
 - 8) «clasificación», la prominencia relativa dada a los bienes o servicios que ofrecen las empresas a los consumidores por medio de servicios de intermediación en línea, o a los sitios web que indexan los motores de búsqueda en línea para los consumidores, tal y como los proveedores de servicios de intermediación en línea o los proveedores de motores de búsqueda en línea, respectivamente, los presentan, organizan o comunican a dichos consumidores, con independencia de los medios tecnológicos empleados para tal presentación, organización o comunicación;
 - 9) «control», la propiedad de una empresa o la capacidad de influir en ella decisivamente, según lo dispuesto en el artículo 3, apartado 2, del Reglamento (CE) n.º 139/2004 del Consejo¹⁰;
 - 10) «condiciones», todas las condiciones, cláusulas y demás información, con independencia de su nombre o forma, que rigen la relación contractual entre el proveedor de servicios de intermediación en línea y las empresas, y que están determinadas unilateralmente por el proveedor de los servicios de intermediación en línea.

Artículo 3

Condiciones

- 1. Los proveedores de servicios de intermediación en línea se asegurarán de que sus condiciones:
 - a) están redactadas de manera clara e inequívoca;

⁹ Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información (DO L 241 de 17.9.2015, p. 1).

¹⁰ Reglamento (CE) n.º 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004 sobre el control de las concentraciones entre empresas («Reglamento comunitario de concentraciones») (DO L 24 de 29.1.2004, p. 1).

- b) se encuentran fácilmente disponibles para las empresas en todas las etapas de la relación contractual con el proveedor de servicios de intermediación en línea, incluso en la fase precontractual;
 - c) estipulan las razones objetivas en las que se basan las decisiones de suspender o terminar, de manera total o parcial, la prestación de los servicios de intermediación en línea a las empresas.
2. Las condiciones o las disposiciones específicas de estas que no cumplan con los requisitos del apartado 1 no serán vinculantes para la empresa interesada si un tribunal competente determina que existe tal incumplimiento.
 3. Los proveedores de servicios de intermediación en línea notificarán a las empresas interesadas toda modificación prevista de sus condiciones.

Dichos cambios no se aplicarán antes de que finalice el periodo de notificación, que será razonable y proporcional a la naturaleza y el alcance de los cambios previstos, así como a las consecuencias para la empresa afectada. El periodo de notificación será de, al menos, quince días desde la fecha en que el proveedor de los servicios de intermediación en línea se comunique con las empresas afectadas en relación con las modificaciones previstas.

Las empresas podrán renunciar al periodo de notificación establecido en el párrafo segundo, bien por escrito o mediante una clara acción afirmativa.

4. Se considerarán nulas las modificaciones de las condiciones que realice un proveedor de servicios de intermediación en línea de manera contraria a las disposiciones del apartado 3.
5. El apartado 3 no se aplicará si se requiere a un proveedor de servicios de intermediación en línea está sujeto a una obligación jurídica que le exige modificar las condiciones de un modo que no le permita respetar el periodo de notificación indicado en el apartado 3, párrafo segundo.

Artículo 4

Suspensión y terminación

1. Si un proveedor de servicios de intermediación en línea decide suspender o terminar, de manera total o parcial, la prestación de sus servicios a una determinada empresa, le proporcionará a esta, sin demora indebida, una declaración de los motivos que justifiquen la decisión.
2. La declaración de motivos mencionada en el apartado 1 hará referencia a los hechos o las circunstancias específicos que condujeron a que el proveedor de servicios de intermediación en línea tomara esa decisión, así como una mención a las razones objetivas aplicables que fundamentan la decisión, tal y como se establece en el artículo 3, apartado 1, letra c).

Artículo 5

Clasificación

1. Los proveedores de servicios de intermediación en línea señalarán en sus condiciones los parámetros principales que rigen la clasificación y los motivos por lo que aquellos cuentan con una importancia relativa superior a la de otros parámetros.

Si entre esos parámetros principales figura la posibilidad de que las empresas influyan en la clasificación remunerando directa o indirectamente al proveedor de servicios de intermediación en

línea, este también incorporará en sus condiciones una descripción de dicha posibilidad y de los efectos que surta la remuneración en la clasificación.

2. Los proveedores de motores de búsqueda en línea expondrán para los usuarios de sitios web corporativos los parámetros principales que determinan la clasificación, presentando una descripción de acceso fácil y público, redactada de manera inequívoca y clara, en relación con los motores de búsqueda en línea que ofrecen. La descripción debe mantenerse actualizada.
3. Las descripciones indicadas en los apartados 1 y 2 serán suficientes para permitir a las empresas o a los usuarios de sitios web corporativos entender de manera clara si el mecanismo de clasificación tiene en cuenta lo siguiente y, en caso afirmativo, cómo y en qué medida:
 - a) las características de los bienes y servicios ofrecidos a los consumidores por medio de los servicios de intermediación en línea o el motor de búsqueda en línea;
 - b) la importancia de tales características para los consumidores;
 - c) en cuanto a los motores de búsqueda en línea, las características de diseño de los sitios web utilizados por los usuarios corporativos.
4. Para el cumplimiento de los requisitos incluidos en este artículo, no se exigirá a los proveedores de los servicios de intermediación en línea ni a los proveedores de motores de búsqueda en línea divulgar secreto comercial alguno, tal como se define en el artículo 2, apartado 1, de la Directiva (UE) 2016/943.

Artículo 6

Tratamiento diferenciado

1. Los proveedores de servicios de intermediación en línea agregarán a sus condiciones una descripción de todo trato diferenciado que den o puedan dar, por una parte, en relación con los bienes o servicios que esos mismos proveedores u otras empresas que estén bajo su control ofrezcan a los consumidores a través de tales servicios de intermediación en línea y, por otra parte, en relación con otras empresas.
2. Cuando proceda, la descripción que se exige en virtud del apartado 1 abarcará, al menos, todo trato diferenciado a través de medidas específicas o conductas del proveedor de servicios de intermediación en línea, con respecto a cualquiera de los siguientes aspectos:
 - a) el acceso que el proveedor o las empresas que estén bajo su control puedan tener a los datos personales, otro tipo de información o ambos elementos, que proporcionen las empresas o los consumidores para utilizar los servicios de intermediación en línea en cuestión, o que se generen durante la prestación de estos;
 - b) la clasificación;
 - c) toda remuneración directa o indirecta percibida por el uso de los servicios de intermediación en línea;
 - d) el acceso a ciertos servicios, o las condiciones de uso de estos, que están directamente conectados a los servicios de intermediación en línea en cuestión o que los complementan.

Artículo 7

Acceso a los datos

1. Los proveedores de servicios de intermediación en línea incorporarán en sus condiciones una descripción sobre el acceso técnico y contractual, o la falta de este, que tengan las empresas a los datos personales, otro tipo de información o ambos elementos, que proporcionen las empresas o los consumidores para utilizar los servicios de intermediación en línea en cuestión, o que se generen durante la prestación de tales servicios.
2. Mediante la descripción a la que se refiere el apartado 1, los proveedores de servicios de intermediación en línea informarán a las empresas de manera clara, al menos, sobre lo siguiente:
 - a) si el proveedor de servicios de intermediación en línea tiene acceso a los datos personales, otro tipo de información o ambos elementos, que proporcionen las empresas o los consumidores para utilizar dichos servicios o que se generen durante la prestación de estos, y en caso afirmativo, a qué categoría de datos accede y en qué condiciones;
 - b) si una empresa tiene acceso a los datos personales, otro tipo de información o ambos elementos, que facilite esa misma empresa para usar los servicios de intermediación en línea, o que se generen durante la prestación de los servicios a la empresa y a quienes consumen sus bienes o servicios, y en caso afirmativo, a qué categoría de datos accede y en qué condiciones;
 - c) si, además de la letra b), una empresa tiene acceso a los datos personales, otro tipo de información o ambos elementos, proporcionados por todas las empresas y clientes que usan los servicios de intermediación en línea o producidos durante la prestación de estos a esas empresas y clientes, y en caso afirmativo, a qué categoría de datos accede y en qué condiciones.

Artículo 8

Restricciones a la oferta de condiciones diferentes por otros medios

1. Si los proveedores de servicios de intermediación en línea, durante la prestación de estos, restringen la capacidad de las empresas de ofrecer los mismos bienes y servicios a los consumidores con condiciones distintas empleando medios distintos a aquellos servicios de intermediación, explicarán en sus condiciones los motivos que justifiquen esa restricción y los pondrán fácilmente a disposición del público. Entre estas razones, se detallarán las principales consideraciones económicas, comerciales o jurídicas que fundamenten la restricción.
2. La obligación fijada en el apartado 1 se entenderá sin perjuicio de las prohibiciones o limitaciones a la imposición de ese tipo de restricciones que se deriven de aplicar otras normas de la Unión o de la normativa nacional conforme al Derecho de la Unión a la que estén sometidos los proveedores de servicios de intermediación en línea.

Artículo 9

Sistema interno de tramitación de reclamaciones

1. Los proveedores de servicios de intermediación en línea establecerán un sistema interno para tramitar las reclamaciones de las empresas.

Este sistema se pondrá fácilmente a disposición de las empresas. Asimismo, permitirá a estas presentar reclamaciones directamente al proveedor en relación con cualquiera de los siguientes problemas:

- a) supuesto incumplimiento que haya cometido el proveedor respecto de cualquier obligación jurídica fijada por el presente Reglamento que perjudique a la empresa reclamante;
 - b) problemas tecnológicos que estén relacionados directamente con la prestación de los servicios de intermediación en línea y que afecten a la empresa reclamante de manera negativa y significativa;
 - c) medidas específicas o conductas del proveedor que estén directamente vinculadas a la prestación de los servicios de intermediación en línea y que causen daño a la empresa denunciante de manera significativa.
2. Como parte del sistema interno de tramitación de reclamaciones, los proveedores de servicios de intermediación en línea:
- a) considerarán debidamente las reclamaciones presentadas y el seguimiento que puedan tener que dar a estas para tratar el problema de manera apropiada y proporcional a su importancia y complejidad;
 - b) procesarán las reclamaciones rápida y efectivamente teniendo en cuenta la importancia y complejidad del problema planteado;
 - c) comunicarán al reclamante el resultado de la tramitación interna de la reclamación, de manera individual y con un lenguaje claro e inequívoco.
3. Los proveedores de servicios de intermediación en línea añadirán a sus condiciones toda la información pertinente sobre el acceso a su sistema interno de tramitación de reclamaciones, así como su funcionamiento.
4. Los proveedores de servicios de intermediación en línea presentarán anualmente información acerca del funcionamiento y la efectividad del sistema interno de tramitación de reclamaciones, y pondrán esos datos fácilmente a disposición del público.
- El informe especificará el número total de reclamaciones presentadas, el asunto de estas, el tiempo necesario para procesarlas y la decisión tomada en respuesta a ellas.
5. Las disposiciones de este artículo no se aplicarán a los proveedores de servicios de intermediación en línea que sean pequeñas empresas tal y como se definen en el artículo 2, apartado 2, del anexo de la Recomendación 2003/361/CE¹¹.

Artículo 10

Mediación

1. Los proveedores de servicios de intermediación en línea enumerarán, en sus condiciones, uno o más mediadores con los que están dispuestos a colaborar para llegar a un acuerdo con las empresas y así resolver de manera extrajudicial todo litigio entre el proveedor y las empresas que se derive de la prestación de los servicios de intermediación en línea, incluidas las reclamaciones que no se han resuelto por medio del sistema interno de tramitación de reclamaciones, establecido con arreglo al artículo 9.

Los proveedores de servicios de intermediación en línea solamente podrán señalar mediadores que ofrezcan sus servicios de mediación desde fuera de la UE cuando se garantice que no se priva a las empresas afectadas de salvaguardias jurídicas establecidas por el Derecho de la Unión o el de los

¹¹ Recomendación 2003/361/CE de la Comisión, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas (DO L 124 de 20.5.2003, p. 36).

Estados miembros como resultado de que los mediadores ofrezcan sus servicios desde fuera de la UE.

2. Los mediadores que se menciona en el apartado 1 cumplirán estos requisitos:
 - a) serán imparciales e independientes;
 - b) sus servicios de mediación serán asequibles para toda empresa media que utiliza los servicios de intermediación en línea en cuestión;
 - c) podrán prestar los servicios de mediación en el idioma de las condiciones que rigen la relación contractual entre el proveedor de los servicios de intermediación en línea y la empresa;
 - d) se podrá acceder a ellos con facilidad bien físicamente en el lugar de establecimiento o residencia de la empresa, bien de manera remota usando las tecnologías de comunicación;
 - e) podrán prestar sus servicios de mediación sin demora indebida;
 - f) dispondrán de un conocimiento suficiente de las relaciones comerciales generales interempresas, de modo que puedan contribuir eficazmente a la resolución de los litigios.
3. Los proveedores de servicios de intermediación en línea actuarán de buena fe para intentar llegar a un acuerdo por medio de la mediación de alguno de los mediadores que hayan enumerado en virtud del apartado 1 con la intención de alcanzar un acuerdo a fin de resolver el litigio.
4. Los proveedores de servicios de intermediación en línea soportarán una parte razonable de los costes totales de la mediación en cada caso individual. Dicha proporción se determinará de acuerdo con las indicaciones del mediador, teniendo en cuenta todos los elementos pertinentes del expediente, sobre todo, los fundamentos relativos de los argumentos de las partes en el litigio y la conducta de estas, así como el tamaño y la capacidad financiera de cada parte respecto de la otra. No obstante, los proveedores de los servicios de intermediación en línea correrán, al menos, con la mitad de los costes totales en cualquier caso.
5. Todo intento de llegar a un acuerdo por medio de la mediación para resolver un conflicto con arreglo a este artículo se entenderá sin perjuicio del derecho de los proveedores de servicios de intermediación en línea y del de las empresas afectadas de presentar demandas judiciales en cualquier momento durante el proceso de mediación o después de este.

Artículo 11

Mediadores especializados

La Comisión fomentará que los proveedores de servicios de intermediación en línea, así como las organizaciones y asociaciones que los representen, creen de manera individual o colectiva una o más organizaciones que presten servicios de mediación basados en los requisitos que se especifican en el artículo 10, apartado 2, con el fin específico de facilitar la resolución extrajudicial de los litigios con las empresas que surjan en relación con la prestación de esos servicios, sobre todo teniendo en cuenta la naturaleza transfronteriza de estos.

Artículo 12

Presentación de demandas judiciales por organizaciones o asociaciones representativas y por organismos públicos

1. Las organizaciones y asociaciones que posean un interés legítimo de representación de empresas o usuarios de sitios web corporativos, así como los organismos públicos constituidos en los Estados miembros, tendrán derecho a acudir a los tribunales nacionales de la Unión, con arreglo al Derecho del Estado miembro donde se presente la demanda, para impedir o prohibir cualquier incumplimiento que comentan los proveedores de servicios de intermediación en línea o de motores de búsqueda en línea respecto de los requisitos pertinentes de este Reglamento.
2. Las organizaciones o asociaciones disfrutarán del derecho señalado en el apartado 1 únicamente si, al presentar la demanda, cumplen con todos estos requisitos:
 - a) están correctamente constituidas con arreglo al Derecho de un Estado miembro;
 - b) persiguen objetivos que corresponden al interés colectivo del grupo de empresas o de los usuarios de sitios web corporativos que representan;
 - c) no tienen un carácter lucrativo.

En los Estados miembros en los que se haya creado toales organismos públicos, estos tendrán el derecho indicado en el apartado 1 si se les encarga defender los intereses colectivos de las empresas o los usuarios de sitios corporativos o velar por el cumplimiento de los requisitos establecido en el presente Reglamento, en virtud del Derecho nacional del Estado miembro correspondiente.

3. El derecho dispuesto en el apartado 1 se entenderá sin perjuicio del de las empresas y de los usuarios de sitios web corporativos a acudir individualmente a los tribunales nacionales competentes, de conformidad con el Derecho del Estado miembro donde se presente la demanda, a fin de denunciar todo incumplimiento que cometan los proveedores de servicios de intermediación en línea respecto de los requisitos que fija el presente Reglamento.

Artículo 13

Códigos de conducta

1. La Comisión fomentará la elaboración de códigos de conducta por los proveedores de servicios de intermediación en línea y las organizaciones y asociaciones que los representen con el fin de contribuir a la correcta aplicación del presente Reglamento, teniendo en cuenta para ello las características específicas de los distintos sectores en que se prestan servicios de intermediación en línea, así como las características particulares de las microempresas, pequeñas y medianas empresas.
2. La Comisión fomentará la elaboración de códigos de conducta por los proveedores de motores de búsqueda en línea y las organizaciones y asociaciones con el objetivo de contribuir a la correcta aplicación del artículo 5, apartados 2 y 3.

Artículo 14

Revisión

1. Antes del [fecha: tres años después de la fecha de entrada en vigor], y posteriormente cada tres años, la Comisión evaluará el presente Reglamento e informará de ello al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo.
2. La primera evaluación del presente Reglamento se realizará, en particular, con el objetivo de analizar el cumplimiento de las obligaciones fijadas en los artículos 5, 6, 7 y 8, y los efectos que ello tenga en la economía de las plataformas en línea, así como de determinar si se necesitan

normas adicionales, incluidas normas de ejecución, para garantizar un entorno comercial en línea equitativo, predecible, sostenible y fiable en el mercado interior.

3. Los Estados miembros proporcionarán a la Comisión toda la información pertinente que pueda necesitar para elaborar el informe que se estipula en el apartado 1.
4. Al evaluar el presente Reglamento, la Comisión tendrá en cuenta los dictámenes e informes que le presente el grupo de expertos del Observatorio de la Economía de las Plataformas en Línea, establecido de acuerdo con la Decisión C(2018)2393 de la Comisión. De igual manera, tendrá en cuenta el contenido y el funcionamiento de los códigos de conducta indicados en el artículo 13, cuando proceda.

Artículo 15

Entrada en vigor y aplicación

1. El presente Reglamento entrará en vigor el vigésimo día siguiente al de su publicación en el *Diario Oficial de la Unión Europea*.
2. Se aplicará a partir del [fecha: seis meses después de la fecha de su publicación].

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el

Por el Parlamento Europeo
El Presidente

Por el Consejo
El Presidente