

Jueves 20 de mayo de 2010

## Cómo ofrecer un mercado único a los consumidores y los ciudadanos

P7\_TA(2010)0186

### Resolución del Parlamento Europeo, de 20 de mayo de 2010, sobre cómo ofrecer un mercado único a los consumidores y los ciudadanos (2010/2011(INI))

(2011/C 161 E/14)

El Parlamento Europeo,

- Vista la Comunicación de la Comisión al Consejo Europeo titulada «Europa 2020 - Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador» (COM(2010)2020),
- Visto el informe del catedrático Mario Monti a la Comisión sobre la revitalización del mercado único <sup>(1)</sup>,
- Vista la Comunicación de la Comisión titulada «Una agenda de los ciudadanos - Logrando resultados para Europa» (COM(2006)0211),
- Vistos la Comunicación de la Comisión titulada «Un mercado único para la Europa del siglo XXI» (COM(2007)0724) y el documento de trabajo adjunto de sus servicios titulado «El mercado único: examen de los logros» (SEC(2007)1521), así como la Resolución del Parlamento Europeo, de 4 de septiembre de 2007, sobre la revisión del mercado único <sup>(2)</sup>, y el documento de trabajo de los servicios de la Comisión titulado «La revisión del mercado único: un año después» (SEC(2008)3064),
- Vistas las Comunicaciones de la Comisión tituladas «Oportunidades, acceso y solidaridad: hacia una nueva visión social para la Europa del siglo XXI» (COM(2007)0726) y «Servicios de interés general, incluidos los sociales: un nuevo compromiso europeo» (COM(2007)0725), así como la Resolución del Parlamento Europeo, de 27 de septiembre de 2006, sobre el Libro Blanco de la Comisión sobre los servicios de interés general <sup>(3)</sup>,
- Vista la Recomendación de la Comisión, de 29 de junio de 2009, sobre medidas para mejorar el funcionamiento del mercado único <sup>(4)</sup> y la Recomendación de la Comisión, de 12 de julio de 2004, relativa a la transposición al Derecho nacional de las Directivas que afectan al mercado interior <sup>(5)</sup>,
- Vistos el Cuadro de indicadores del mercado interior, de julio de 2009 (SEC(2009)1007) y las Resoluciones del Parlamento Europeo, de 9 de marzo de 2010 <sup>(6)</sup> y de 23 de septiembre de 2008 <sup>(7)</sup>, sobre el Cuadro de indicadores del mercado interior,
- Vistas la Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo y al Comité Económico y Social Europeo titulada «Estrategia comunitaria en materia de política de los consumidores 2007–2013 - Capacitar a los consumidores, mejorar su bienestar y protegerlos de manera eficaz» (COM(2007)0099), y la Resolución del Parlamento, de 20 de mayo de 2008, sobre la estrategia comunitaria en materia de política de los consumidores 2007-2013 <sup>(8)</sup>,
- Vistos la Comunicación de la Comisión, de 28 de enero de 2009, titulada «Seguimiento de los resultados del mercado único para los consumidores - Segunda edición del Cuadro de Indicadores de los Mercados de Consumo» (COM(2009)0025) y el documento de trabajo adjunto de sus servicios titulado «Segunda edición del Cuadro de Indicadores de los Mercados de Consumo» (SEC(2009)0076),

<sup>(1)</sup> Previsto en abril de 2010.

<sup>(2)</sup> DO C 187 E de 24.7.2008, p. 80.

<sup>(3)</sup> DO C 306 E de 15.12.2006, p. 277.

<sup>(4)</sup> DO L 176 de 7.7.2009, p. 17.

<sup>(5)</sup> DO L 98 de 16.4.2005, p. 47.

<sup>(6)</sup> Textos Aprobados, P7\_TA(2010)0051.

<sup>(7)</sup> DO C 309 E de 4.12.2008, p. 46.

<sup>(8)</sup> DO C 180 E de 17.7.2008, p. 26.

Jueves 20 de mayo de 2010

- Vistos la Comunicación de la Comisión, de 2 de julio de 2009, sobre la aplicación del acervo en materia de consumidores (COM(2009)0330) y el informe de la Comisión, de 2 de julio de 2009, sobre la aplicación del Reglamento (CE) n° 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de octubre de 2004, sobre la cooperación entre las autoridades nacionales encargadas de la aplicación de la legislación de protección de los consumidores («Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores») (COM(2009)0336),
- Vista su Resolución, de 9 de marzo de 2010, sobre la protección de los consumidores <sup>(1)</sup>,
- Vista la Comunicación de la Comisión relativa al comercio electrónico transfronterizo entre empresas y consumidores en la UE (COM(2009)0557),
- Visto el informe de la sección especializada para el Mercado Único, la Producción y el Consumo del Comité Económico y Social Europeo sobre los obstáculos al mercado único europeo - 2008 <sup>(2)</sup>,
- Vistos el Informe anual SOLVIT de 2008 sobre el desarrollo y la eficacia de la red SOLVIT (SEC(2009)0142), el documento de trabajo de la Comisión, de 8 de mayo de 2008, sobre el Plan de acción de la Comisión sobre un planteamiento integrado para proporcionar servicios de ayuda en el mercado único a los ciudadanos y a las empresas (SEC(2008)1882) y la Resolución del Parlamento, de 9 de marzo de 2010, sobre SOLVIT <sup>(3)</sup>,
- Visto el Reglamento (CE) n° 765/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de julio de 2008, por el que se establecen los requisitos de acreditación y vigilancia del mercado relativos a la comercialización de los productos, que pretende establecer un marco general de normas y principios relacionados con la acreditación y vigilancia del mercado,
- Visto el artículo 26 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), según el cual «el mercado interior implicará un espacio sin fronteras interiores, en el que la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales estará garantizada de acuerdo con las disposiciones de los Tratados»,
- Visto el artículo 3, apartado 3, del Tratado de la Unión Europea (TUE), que obliga a la Unión a obrar en pro de «una economía social de mercado altamente competitiva, tendente al pleno empleo y al progreso social, y [...] un nivel elevado de protección y mejora de la calidad del medio ambiente»,
- Vista la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, tal y como ha sido incorporada a los Tratados mediante el artículo 6 del TUE,
- Visto el artículo 9 del TFUE, que estipula que «en la definición y ejecución de sus políticas y acciones, la Unión tendrá en cuenta las exigencias relacionadas con la promoción de un nivel de empleo elevado, con la garantía de una protección social adecuada, con la lucha contra la exclusión social y con un nivel elevado de educación, formación y protección de la salud humana»,
- Visto el artículo 11 del TFUE, que estipula que «las exigencias de la protección del medio ambiente deberán integrarse en la definición y en la realización de las políticas y acciones de la Unión, en particular con objeto de fomentar un desarrollo sostenible»,
- Visto el artículo 12 del TFUE, que estipula que «al definirse y ejecutarse otras políticas y acciones de la Unión se tendrán en cuenta las exigencias de la protección de los consumidores»,
- Vistos el artículo 14 del TFUE y su Protocolo n° 26 sobre los servicios de interés (económico) general,
- Visto el artículo 48 de su Reglamento,

<sup>(1)</sup> Textos Aprobados, P7\_TA(2010)0046.

<sup>(2)</sup> [http://www.eesc.europa.eu/smo/news/Obstacles\\_December-2008.pdf](http://www.eesc.europa.eu/smo/news/Obstacles_December-2008.pdf).

<sup>(3)</sup> Textos Aprobados, P7\_TA(2010)0047.

**Jueves 20 de mayo de 2010**

- Visto el informe de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (A7-0132/2010),
- A. Considerando que demasiados obstáculos, derivados de una falta de información sobre los derechos y las oportunidades existentes, de una regulación fragmentaria, de una falta de iniciativas legislativas en algunos ámbitos clave, de una transposición deficiente, de una aplicación y ejecución inadecuadas de las normas, así como de una falta de coordinación y cooperación administrativas, se interponen ante los ciudadanos, los consumidores y las PYME que desean circular, comprar, vender o comerciar a escala transfronteriza con la misma seguridad y confianza de que gozan en sus propios Estados miembros,
  - B. Considerando que al mismo tiempo los esfuerzos de armonización de la legislación encaminados a superar estos obstáculos han desembocado en ocasiones en un exceso de regulación que ha perjudicado a los gobiernos locales y a la mayoría de las PYME, y en particular a aquellas microorganizaciones que no desean operar en el mercado europeo sino que prefieren seguir ejerciendo su actividad a nivel local, por lo que se impone una mejor regulación con unas cargas administrativas mínimas,
  - C. Considerando que solo un pequeño porcentaje de trabajadores, prestadores de servicios y profesionales deciden trasladarse a otro Estado miembro, debido en particular a que los trámites administrativos y el riesgo de perder los derechos de seguridad social hacen que esta decisión sea demasiado complicada y costosa,
  - D. Considerando que pocos empresarios y PYME ofrecen sus bienes y servicios fuera de sus mercados nacionales, debido a las barreras idiomáticas, a la falta de seguridad en materia de inversiones, pagos y responsabilidad, y a las diferentes tradiciones jurídicas, administrativas, sociales y culturales de los diversos Estados miembros,
  - E. Considerando que el mercado único no debe considerarse al margen de otros ámbitos políticos horizontales, en particular la salud, la protección social y de los consumidores, la legislación laboral, el medio ambiente, el desarrollo sostenible y las políticas exteriores,
  - F. Considerando que la Estrategia UE 2020 debe establecer objetivos realistas para alcanzar una economía social de mercado ecológica y basada en el conocimiento y un crecimiento sostenible de aquí a 2020, así como para crear empleo también en el sector del medio ambiente; considerando que el mercado único europeo debería ser la piedra angular de la Estrategia UE 2020, afrontando los desafíos en materia de justicia social y crecimiento económico, y centrándose en las ventajas para los ciudadanos, la protección de los consumidores y las PYME,
  - G. Considerando que, cada vez más, las cuestiones de mercado único y de comercio internacional son interdependientes y se influyen mutuamente,
  - H. Considerando que muchos ciudadanos europeos no son conscientes de las ventajas concretas que ellos mismos pueden obtener del mercado único, ya que hay muy poca información disponible sobre el mismo y la que hay no se transmite adecuadamente,

**Generalidades**

1. Considera que la Unión está atravesando un momento especialmente problemático en la historia de la integración del mercado único europeo; opina que los desafíos actuales y futuros deben afrontarse con determinación, compromiso y firmeza, además de con el necesario tacto y sentido práctico, dentro de un espíritu de cooperación y solidaridad; subraya que este proceso requerirá autoridad firme y considerable iniciativa por parte de la Comisión y voluntad política de la parte del Consejo, los Estados miembros y el Parlamento Europeo;
2. Hace hincapié en que el mercado único no es simplemente una estructura económica, y que la legislación del mercado interior protege y conserva determinados derechos fundamentales de los ciudadanos, como la seguridad y la privacidad, y que por esta razón un buen funcionamiento del mercado único redundaría en beneficio de los ciudadanos, los consumidores y las PYME de Europa, dados los numerosos retos económicos y de otra índole a los que se enfrenta actualmente la UE;
3. Subraya que, no obstante las carencias económicas, tecnológicas y legislativas que padece su estructura, el mercado único europeo es el mejor ejemplo, junto con la zona del euro, de lo que significan realmente la integración y la unidad económicas de la UE, y ciertamente es el logro más visible de la integración europea para los ciudadanos de la UE;

Jueves 20 de mayo de 2010

4. Hace hincapié en que el mercado único debe abrir nuevos horizontes en el sector de la investigación y la innovación, haciendo más para promover el desarrollo de bienes y servicios, poniendo el acento en el conocimiento y la tecnología, que constituyen una fuerza impulsora para el desarrollo económico futuro;

5. Acoge con satisfacción y apoya plenamente la intención de la Comisión de poner de nuevo en el centro del mercado interior a aquellas personas que lo viven y utilizan a diario, así como su compromiso de ser una firme defensora del mercado único mediante el pleno uso de sus poderes de ejecución, para alcanzar una visión social y ecológica del mercado único basada en las obligaciones del Tratado de Lisboa;

#### ***El proceso de integración del mercado único no es irreversible***

6. Recalca que la integración en el mercado único no es un proceso irreversible y que la existencia permanente de este no debería darse por sentada;

7. Expresa su preocupación por que el resurgimiento del proteccionismo económico a nivel nacional derivaría con toda probabilidad en una fragmentación del mercado único, y entiende, por tanto, que debe ser evitado; se muestra inquieto por que la actual crisis económica y financiera pueda servir para justificar la vuelta a medidas proteccionistas en distintos Estados miembros, cuando, por el contrario, esta crisis exige mecanismos de salvaguardia comunes;

8. Considera que la crisis ha afectado considerablemente al proceso de integración del mercado único y que ha aumentado la oposición y la desconfianza frente al mercado único, como consecuencia de las deficiencias y desigualdades derivadas de los sistemas económicos de los Estados miembros;

9. Recuerda que las políticas para combatir la crisis no deberían perjudicar al proceso de integración del mercado único, sino que deberían, por el contrario, ofrecer una oportunidad para reformar, consolidar y mejorar la estructura actual del mercado único, liberar el potencial de creación de empleo de una economía verde y restaurar la confianza de los ciudadanos, especialmente de los consumidores y de las PYME;

10. Insiste en que el relanzamiento del mercado único no debería venir dictado únicamente por la reciente recesión financiera y que su reactivación debería ir más allá de las lecciones fundamentales extraídas de la crisis;

11. Destaca que el relanzamiento del mercado único debería lograr objetivos concretos, mensurables, realistas, pertinentes y bien ubicados en el tiempo, y que ello debe hacerse mediante unos instrumentos adecuados y eficaces basados en las cuatro libertades de circulación que están a disposición de todos los ciudadanos de la UE;

12. Subraya que el mercado único europeo necesita urgentemente un nuevo impulso, y que se requiere un firme liderazgo de las instituciones europeas, en especial de la Comisión, y una implicación política por parte de los Estados miembros para restablecer la credibilidad y confianza en el mercado único;

#### ***Necesidad de un enfoque global y común frente al mercado único***

13. Opina que debe complementarse el viejo concepto del mercado único al objeto de hacerlo más integrador; subraya que todas las personas implicadas en dar forma al mercado único y aplicarlo necesitan adoptar un enfoque más global, que integre plenamente las preocupaciones de los ciudadanos;

14. Subraya que un mercado único más fuerte, más profundo y ampliado es de vital importancia para el crecimiento y la creación de empleo;

15. Hace hincapié en que el mercado único debería ser un elemento clave para alcanzar el objetivo de una economía social de mercado altamente competitiva y sostenible, dentro de la perspectiva a largo plazo de la Estrategia UE 2020;

**Jueves 20 de mayo de 2010**

16. Estima que el mercado único es una condición previa muy importante para el éxito de la Estrategia UE 2020; propone, por consiguiente, que cualesquiera estrategia y políticas destinadas a revitalizar el mercado único europeo sean coordinadas por las instituciones europeas y se basen en un acuerdo pragmático, exhaustivo y de amplio espectro, apoyado por todos los Estados miembros y centrado en particular en aquellas prioridades de las que se responsabilicen realmente los Estados miembros y que aplicarán eficazmente a escala nacional, regional y local;

17. Hace hincapié en que el mercado único debe proporcionar beneficios a los consumidores en términos de mejor calidad, mayor variedad, precios razonables y seguridad de bienes y servicios;

18. Aboga por un nuevo paradigma de pensamiento político, centrado en los ciudadanos, los consumidores y las PYME, en el relanzamiento del mercado único europeo; opina que esto puede alcanzarse situando la ciudadanía europea en el centro de la elaboración de políticas de la Unión;

19. Sostiene que la revitalización del mercado único exige la aplicación efectiva de pesos y contrapesos más adecuados y un mayor diálogo para garantizar que las necesidades de ciudadanos y consumidores se atiendan debidamente; considera que un enfoque basado en políticas probadas y en el ciudadano ayudará a que la población de la Unión recobre la confianza en el mercado único europeo y a encontrar la fórmula adecuada para adoptar iniciativas que doten a la Unión de la competitividad que necesita, sin perjuicio de la dimensión social;

20. Reitera que una evaluación significativa de las repercusiones sociales, en materia de consumo, económicas y medioambientales del mercado único —que debería contemplarse en todas las propuestas relativas al mercado único— resulta fundamental para ganarse la confianza del público y garantizará asimismo una integración realista de los objetivos en el ámbito social, de protección de los consumidores, medioambiental y económico;

21. Considera que la supresión de las fronteras en el mercado único ha imprimido un nuevo impulso a la competitividad europea en un mundo globalizado;

22. Hace hincapié en que el buen funcionamiento del mercado interior no puede dissociarse del papel que Europa debe desempeñar como actor económico mundial; considera que la Unión Europea debe proteger su modelo social y ecológico mediante la estricta aplicación de sus normas sobre productos y servicios importados, y defiende firmemente la aplicación de esas normas, incluso en el contexto de los organismos multilaterales y, en particular, en los procedimientos de solución de diferencias de la Organización Mundial del Comercio;

23. Destaca que el mercado interior y la moneda única han actuado como un escudo protector en Europa, reduciendo los efectos negativos de la crisis financiera sobre las empresas y los ciudadanos europeos;

***Desafíos y oportunidades que debe tener en cuenta la política sobre el mercado único***

24. Opina que el mayor desafío al que se enfrenta la Unión es encontrar un equilibrio entre una economía abierta, capaz de estimular el crecimiento económico y la creación de empleo, y proporcionar una respuesta integrada a los principales retos del futuro (como la competitividad, la investigación y el desarrollo, la política industrial, las cuestiones demográficas, el medio ambiente, las nuevas tecnologías, etc.) y un sistema económico que esté a la misma altura a la hora de ofrecer la protección en materia de consumo y las garantías sociales y medioambientales que necesitan los ciudadanos;

25. Subraya que la aplicación de las normas del mercado único sigue siendo desigual, debido a que las redes del mercado no están lo suficientemente interconectadas, lo que significa que las empresas y los ciudadanos tienen que enfrentarse a la realidad diaria de continuas dificultades en sus actividades transfronterizas que pueden implicar 27 sistemas jurídicos diferentes para una sola transacción;

Jueves 20 de mayo de 2010

26. Destaca la importancia de establecer un mercado único «verde» para las tecnologías, los servicios y los productos emergentes medioambientales y con baja emisión de carbono, mediante el desarrollo de normas a escala de la UE para las emisiones de carbono; señala que unas normas y un etiquetado claros para los productos eficientes energéticamente deben hacerse paulatinamente obligatorios en toda la Unión; observa que las metodologías y normas existentes deberían tenerse en cuenta a la hora de desarrollar nuevas normas para la huella de carbono; destaca que estas normas no deben generar requisitos excesivos y gravosos, especialmente para las PYME;

27. Insta a que, en la era digital, la Unión aproveche al máximo las posibilidades y oportunidades que ofrecen Internet, el comercio electrónico y la difusión de TIC en las PYME y en la administración pública para un mayor desarrollo del mercado único, haciéndolo accesible a todos los ciudadanos de la UE; insiste en que el desarrollo de nuevas tecnologías debe tener en cuenta la necesidad de proteger a los ciudadanos, a los consumidores y a las PYME, así como los que se encuentran en las situaciones más vulnerables;

28. Destaca la importancia de crear nuevos modelos empresariales en los que los titulares de derechos de autor y conexos sean retribuidos apropiadamente sin crear restricciones innecesarias al acceso a los contenidos creativos en línea por parte de los consumidores;

29. Respalda las iniciativas tomadas por la Comisión para dar prioridad a la investigación, el conocimiento y la innovación en cualquier estrategia futura; espera que se asignen fondos suficientes en los sucesivos presupuestos de la Unión para abordar estas cuestiones fundamentales; recuerda, en este contexto, la necesidad urgente de resolver la cuestión pendiente de la patente comunitaria; propone que la Comisión empiece a estudiar posibles maneras de encontrar puntos de referencia concretos para valorar el éxito en los ámbitos de la investigación, el conocimiento y la innovación;

30. Respalda los esfuerzos de la Comisión por promover la seguridad de los bienes manufacturados mediante la entrada en vigor del Reglamento (CE) n° 765/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de julio de 2008, por el que se establecen los requisitos de acreditación y vigilancia del mercado relativos a la comercialización de los productos;

### ***Los ciudadanos y los consumidores en el mercado único***

31. Se muestra convencido de que el ciudadano europeo tiene una percepción, una comprensión y un conocimiento del mercado único escasos, inexistentes, confusos o incluso negativos, en parte debido a la falta de compromiso político y de información y a una escasa sensibilización pública; opina que es necesario emprender una acción enérgica para garantizar que la futura política de la Unión en materia de mercado único responda a las necesidades de los ciudadanos, en particular de los consumidores y las PYME, y les proporcione resultados tangibles;

32. Hace hincapié en que, para garantizar el apoyo económico y social y la cooperación de la ciudadanía europea, la UE y los Estados miembros deben promover de manera intensiva las posibilidades derivadas de la integración económica europea y cambiar radicalmente la percepción que del mercado único tienen los ciudadanos, haciendo que conozcan y entiendan los beneficios que éste les reporta y las maneras de hacer valer efectivamente estos derechos; opina, por lo tanto, que es importante que los sectores que tienen un impacto directo en la vida cotidiana de los ciudadanos y en las necesidades de los consumidores deben seguir estando en el corazón mismo del mercado único;

33. Considera que algunos de los problemas más evidentes a los que se enfrentan los consumidores, en especial en el sector de los servicios, que necesitan una respuesta prioritaria para lograr resultados rápidos son: (1) acceso a productos seguros y servicios de calidad; (2) acceso a información fiable, comparable y objetiva, incluidas comparaciones de precios; (3) mayor seguridad jurídica y claridad en las relaciones contractuales; (4) mayor seguridad en materia de pagos; (5) acceso a mecanismos de recurso adecuados, asequibles y eficaces, y (6) mejor conocimiento del sistema y refuerzo de la confianza en el mismo;

34. Sostiene que no se facilita a los ciudadanos suficiente información sobre la legislación en materia de mercado único y sobre la existencia y el ejercicio de sus derechos; subraya la necesidad de organizar más eficazmente los sitios web pertinentes en la materia, SOLVIT y los puntos de contacto; opina que se necesita una coordinación y una comunicación mejores de esas iniciativas, puesto que todavía no llegan a la audiencia a la que van destinadas; destaca el papel del portal de la Comisión «Tu Europa» en la información, tanto a ciudadanos como a empresas, sobre aspectos de la vida, el trabajo y las oportunidades de negocio en la Unión Europea; propone que se refuercen las ofertas existentes en lugar de crear nuevos puntos de contacto;

**Jueves 20 de mayo de 2010**

35. Opina que una actitud responsable por parte de las empresas, que implica el respeto del principio de la responsabilidad social de las empresas, de las normas de competencia y de los intereses económicos de los consumidores, contribuirá a ganar la confianza de los consumidores, que es una condición mínima para reforzar su protección;

36. Mantiene que las iniciativas de integración económica funcionarán mejor si los ciudadanos están convencidos de que sus derechos sociales están siendo protegidos y de que las políticas relativas al mercado interior tendrán un impacto positivo sobre las políticas sociales;

37. Lamenta que solo un pequeño porcentaje de ciudadanos, consumidores y PYME tengan conocimiento de la existencia de mecanismos de recurso alternativos, o sepan cómo presentar una reclamación ante la Comisión; señala la necesidad de reforzar los sistemas de resolución de problemas existentes para ciudadanos y empresas, como por ejemplo SOLVIT, de conformidad con lo expresado en el informe del Parlamento, de 2 de marzo de 2010, relativo a SOLVIT (2009/2138(INI)); pide a la Comisión que proceda a incoar un procedimiento acelerado por infracción en aquellos casos en que una queja SOLVIT no resuelta constituya, a primera vista, una infracción del Derecho comunitario; encuentra lamentable que, a pesar de las recomendaciones de la Comisión al respecto, aún no se hayan puesto correctamente en marcha mecanismos alternativos de resolución de conflictos o todavía no estén funcionando satisfactoriamente;

38. Subraya el importante papel que desempeñan las asociaciones de consumidores en lo que respecta a la difusión de la información a los consumidores sobre sus derechos, en el apoyo a los consumidores en los litigios de consumo y en la promoción de los intereses del consumidor en la construcción del mercado interior;

***Las pequeñas y medianas empresas en el mercado único***

39. Afirma que las PYME son un elemento esencial de la estructura vertebral de la economía europea, así como los principales motores para la creación de empleo, el crecimiento económico, la reorientación hacia una economía verde y la cohesión social en Europa; sostiene que la participación activa de las PYME en una UE ampliada es imperativa para conseguir que el mercado único sea más innovador y competitivo, y subraya que debe llevarse a cabo un mayor esfuerzo para mejorar el acceso de las PYME al mercado único, facilitar su desarrollo y capacitarlas para que aprovechen plenamente su potencial empresarial;

40. Opina que hay que seguir eliminando los obstáculos que impiden a las PYME el acceso al mercado de contratación pública con el fin de dar un nuevo impulso a la competitividad en el mercado único, en especial simplificando los requisitos que deben cumplir las PYME en las licitaciones de los poderes adjudicadores;

41. Alienta futuras iniciativas conjuntas de la Comisión y los Estados miembros dirigidas a: (1) apoyar a las pequeñas empresas que operen a escala transfronteriza dentro de la UE; (2) reducir de manera tangible las cargas administrativas, financieras y normativas, en particular los obstáculos administrativos con los que se enfrentan las PYME, independientemente de si operan a nivel local, nacional o europeo, de acuerdo con el principio de proporcionalidad; pide, en este sentido, a los Estados miembros y a la Comisión que apliquen estrictamente el principio de «pensar primero en pequeña escala» perfilado en la Ley de la Pequeña Empresa;

42. Pide a la Comisión que redoble sus esfuerzos para ayudar a las PYME a colmar la brecha lingüística que a menudo les impide hacer negocios en los Estados miembros distintos del propio, ofreciéndoles toda la información y servicios necesarios sobre el mercado único en todas las lenguas oficiales de la Unión Europea;

43. Reafirma su compromiso de reducir la sobrerregulación en la nueva legislación sobre el mercado interior, y pide a los Estados miembros, y en particular a sus Parlamentos, que mantengan su compromiso con la lucha contra la sobrerregulación a la hora de transponer la legislación de la UE, puesto que una carga de esta índole resulta particularmente gravosa para las PYME;

44. Conviene en que una correcta aplicación de la Ley de la Pequeña Empresa —en particular en lo relativo a una estricta aplicación de la prueba PYME por parte de la Comisión a la hora de proponer nuevas medidas legislativas sobre mercado interior— y la introducción de un estatuto de la sociedad privada europea garantizarán la integración real de las PYME en un sistema de mercado único europeo adecuado y viable;

Jueves 20 de mayo de 2010

45. Apoya sin fisuras el Reglamento sobre requisitos de traducción para la futura patente de la UE, que por fin hará de la patente de la UE una realidad y consolidará a Europa como fuerza motriz de la innovación y la competitividad en el mundo; sigue apoyando la revisión del sistema de marca comunitaria, con vistas a mejorar la calidad y las perspectivas del mismo;

46. Señala que el mayor problema para la PYME en tiempos de crisis económica es su acceso a la financiación; encuentra lamentable que, como consecuencia de la retirada de los grandes bancos de las zonas rurales poco pobladas o económicamente deprimidas, haya surgido un grave problema de acceso a la financiación para las PYME; se congratula del importante papel de las entidades de ahorro y de los diversos movimientos cooperativos en la financiación de la economía regional, así como de su aportación a la economía social de mercado en forma de apoyo a proyectos éticos y sociales;

47. Conviene en que el procedimiento de notificación introducido por la Directiva 98/34/CE constituye un instrumento muy eficaz para, por un lado, mejorar la legislación nacional, y por otro, evitar barreras en el mercado único, en particular para las PYME; considera que la Comisión debería reforzar el mecanismo iniciando un procedimiento de infracción rápido cuando un Estado miembro no se atenga a un dictamen detallado emitido por la Comisión o no reaccione frente a un dictamen detallado emitido por un Estado miembro;

48. Entiende que las distintas políticas económicas y sociales, como por ejemplo las relativas a presupuestos, fiscalidad, educación e investigación, deben coordinarse a nivel de la UE;

#### ***Apropiación y aplicación de la legislación relativa al mercado único y mejor regulación***

49. Afirma que, con arreglo al principio de subsidiariedad, una parte considerable de la responsabilidad administrativa y jurídica respecto del mercado único está en manos de los Estados miembros, y, en su caso, de sus autoridades regionales y locales, que, junto con otras instituciones de la UE, deben por tanto asumir realmente la titularidad del mercado único europeo y de su gestión;

50. Sostiene que los cuadros de indicadores del mercado interior y de protección del consumidor ponen claramente de manifiesto que los Estados miembros siguen sin lograr sus objetivos de transponer, aplicar y ejecutar correctamente la legislación relativa al mercado único, y que hay un retraso en la transposición de las leyes europeas al Derecho nacional, lo que perjudica la igualdad de condiciones, que constituye un elemento fundamental para el funcionamiento adecuado del mercado interior, especialmente en el sector de los servicios;

51. Observa que la progresiva fragmentación de las normas y las incoherencias detectadas en la aplicación de la legislación de la UE están resultando cada vez más perniciosas para la consecución del mercado único; constata que la UE tiene todavía que adoptar un conjunto de políticas coherentes a nivel interno para eliminar los obstáculos directos e indirectos para el funcionamiento adecuado del mercado interior;

52. Acoge con satisfacción la iniciativa de la Comisión en pro de una mejor regulación, ya que ello refuerza la eficacia de las normas y su correcta aplicación por los Estados miembros; insta a la Comisión a que no ceje en su empeño, ya que una rápida aplicación de esta estrategia contribuiría de manera significativa al éxito de la reactivación del mercado único;

53. Toma nota del nuevo concepto de «legislación inteligente» introducido en la comunicación de la Comisión relativa a la Estrategia UE 2020;

#### ***Resultados***

##### ***Papel institucional reforzado al establecer y aplicar las leyes relativas al mercado único***

54. Propone que, con vistas a mejorar la transposición, aplicación y ejecución de la legislación relativa al mercado único, la Comisión cree una asociación entre todas las partes implicadas en la elaboración, aplicación y ejecución de dicha legislación, recurriendo a nuevos mecanismos como el foro anual sobre el mercado único propuesto;

**Jueves 20 de mayo de 2010**

55. Pide a la Comisión que garantice una correcta transposición y aplicación de la legislación a través de un control más sistemático e independiente, con objeto de que se puedan hacer avanzar y acelerar los procedimientos de infracción; sostiene que los retrasos a la hora de resolver los procedimientos de infracción tendrán un efecto negativo en los intereses de los ciudadanos en el mercado único;

56. Pide a la Comisión que idee nuevos métodos, distintos de los procedimientos formales por infracción, para mejorar la transposición y cumplimiento de la normativa sobre mercado único; en este sentido, pide también a la Comisión, que estudie mecanismos innovadores, como sería por ejemplo el procedimiento de evaluación mutua previsto en la Directiva sobre servicios, para incentivar la evaluación inter pares y la implicación de los Estados miembros, y que mejoren los mecanismos de resolución informal de problemas como por ejemplo el SOLVIT y el EU-PILOT, lo que se traduciría en importantes beneficios para los ciudadanos, que se enfrentan diariamente a situaciones frustrantes en el mercado único;

57. Pide a la Comisión que preste una mayor atención a la evaluación sistemática y a la simplificación de la legislación vigente en materia de mercado único, reduciendo la burocracia siempre que sea viable, lo que redundará en beneficio tanto de los ciudadanos como de las empresas;

58. Insta a la Comisión a que garantice una coordinación adecuada y a que trabaje en colaboración con el Parlamento y los Estados miembros, además de con los principales socios comerciales y asociaciones de consumidores y empresas, en la vigilancia del mercado de bienes y la aplicación transfronteriza de la legislación en materia de protección del consumidor, y a que informe más eficazmente a los consumidores y ciudadanos europeos;

59. Recomienda que la Comisión lleve a cabo un estudio independiente para determinar las veinte fuentes principales de descontento y frustración relacionadas con el mercado único, que afectan cada día a los ciudadanos, en particular en el mercado de trabajo, por lo que se refiere al comercio electrónico, a la asistencia médica transfronteriza, a la compra y el alquiler de vehículos, a la transferencia de los derechos de pensión, al reconocimiento mutuo de cualificaciones profesionales, a la custodia de los hijos, a la adopción de niños y a las pensiones alimenticias y prestaciones por hijos a cargo;

60. Pide a la Comisión que impulse la creación de un mecanismo mejorado para examinar cómo se aplican en la práctica, a todos los niveles y en los distintos Estados miembros, las leyes en materia de mercado único, y cómo se capacita a los ciudadanos y las empresas para que puedan ejercer los derechos que les otorga el mercado único;

61. Pide a la Comisión que brinde más asistencia a los Estados miembros y, en su caso, a las autoridades regionales y locales, para lograr el adecuado cumplimiento de las normas de la UE; subraya que las instituciones de la UE en su conjunto deben endurecer las leyes y alentar a los Estados miembros a mejorar la transposición de las mismas, que ha de llevarse a cabo de manera correcta y a tiempo, para garantizar que dentro de toda la Unión se apliquen las mismas normas;

62. Aboga por el fortalecimiento del papel del Parlamento en el ámbito de la aplicación, ejecución y supervisión de la legislación relativa al mercado único; considera que el papel reforzado del PE y los Parlamentos nacionales con el Tratado de Lisboa debe traer consigo una mejor sinergia entre los dos niveles parlamentarios;

63. Pide a los Estados miembros que velen por una mejor coordinación e intercambio de buenas prácticas en el mercado único, en particular a través del sistema de información sobre el mercado interior y la formación de especialistas en el ámbito del mercado único y la protección del consumidor a escala nacional, regional y local;

64. Insiste en que la Comisión garantice lo siguiente: un examen independiente de la calidad de las propuestas de regulación; la adopción de mecanismos ex ante y ex post para verificar la eficacia de la legislación; el empleo de evaluaciones comparativas de las mejores prácticas internacionales; el empleo de evaluaciones de la conformidad para medir el impacto social, medioambiental y económico a escala nacional y de la UE;

*Medidas necesarias para informar y capacitar a los ciudadanos y a las PYME de manera más eficaz en el mercado único*

65. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que desarrollen una estrategia de comunicación específica centrada en los problemas cotidianos a los que se enfrentan los ciudadanos en su instalación y en su situación laboral en otro Estado miembro, en especial cuando realizan transacciones transfronterizas, en sus desplazamientos, compras o ventas, y en las normas sociales, sanitarias y de protección del consumidor y del medio ambiente en las que pueden confiar; considera que esta estrategia de comunicación debe incluir expresamente métodos de resolución de problemas tales como SOLVIT;

Jueves 20 de mayo de 2010

66. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que redoblen sus esfuerzos para que las normas de producto utilizadas en el mercado único se conviertan en las principales normas a nivel mundial, garantizando así la igualdad de condiciones para las empresas europeas, en particular las PYME, que deseen operar más allá del mercado único;

67. Insta a la Comisión a que, al planear sus actividades anuales, se centre en priorizar una legislación sobre el mercado único favorable al consumidor que cambie realmente la vida cotidiana de los ciudadanos europeos; estima que esa priorización debe ir seguida de campañas de información adecuadas para fortalecer las percepciones de los ciudadanos en cuanto al mercado único;

68. Recuerda, más allá de acciones emblemáticas del tipo «campaña de publicidad» llevadas a cabo por los actores institucionales europeos o por los Estados miembros, el interés de una iniciativa paralela de comunicación descentralizada –que asocie mejor a los actores de proximidad y a los medios de comunicación nacionales, regionales y locales (poniendo especial énfasis en los medios de comunicación locales)– que esté más centrada en los problemas cotidianos experimentados por los consumidores en el mercado interior (ejemplos de comisiones bancarias en dos Estados miembros diferentes, estudio sobre las posibilidades de cambiar de operador, comparación de los costes de telefonía, etc.);

69. Pide a la Comisión que encargue una serie regular de estudios para analizar la relación entre el mercado único y el ciudadano europeo medio, con especial atención a los costes y beneficios derivados de la misma, así como a los desafíos cotidianos a que se enfrenta;

70. Pide a los Estados miembros que, con el apoyo de la Comisión, mejoren la capacidad de los mecanismos de resolución de problemas, en especial SOLVIT, mediante la asignación de recursos humanos y financieros adicionales y revisando su mandato para garantizar que dichos mecanismos puedan responder con eficacia al amplio abanico de problemas a que se enfrentan ciudadanos y empresas; pide a la Comisión que finalice el proyecto sobre los servicios de asistencia en el mercado único (SMAS) con carácter prioritario, de modo que los ciudadanos y las empresas puedan tener un acceso fácil a la información y orientación que precisan, así como encontrar soluciones a sus problemas;

71. Insta a la Comisión y a los Estados miembros a que, mediante campañas de información y controles más estrictos, mantengan y redoblen sus esfuerzos para mejorar la confianza de los ciudadanos en la marca comunitaria, un instrumento fundamental para garantizar los derechos del consumidor y las normas de calidad en el mercado único;

72. Destaca la función clave que desempeña la «Enterprise Europe Network» al permitir que las PYME utilicen las oportunidades que les brinda el mercado único; señala que los trámites burocráticos bloquean una serie de valiosos recursos, impidiendo así que se preste una mayor atención al principal cometido de la «Enterprise Europe Network», a saber, proporcionar una ayuda a medida a las PYME; pide a la Comisión que recurra con más frecuencia a la «Enterprise Europe Network» para la distribución orientada de información y para reducir la burocracia a la que están sometidos los socios de la «Enterprise Europe Network»;

#### *Informes y propuestas estratégicos*

73. Sugiere a la Comisión que la estrategia para el mercado único conste de cuatro fases principales: la primera fase incluirá una evaluación o revisión de la situación actual para evaluar el grado de distorsión y la tensión que las distintas partes interesadas en el mercado único han sufrido, en particular como consecuencia de la crisis; en la segunda se iniciará un proceso de consolidación, para atar cabos sueltos; la tercera llevará consigo el desarrollo y la mejora del mercado único, y la cuarta se concentrará en una visión más a largo plazo del mercado (Estrategia UE 2020);

74. Considera que tanto los servicios financieros como el acceso a la financiación deben formar parte de la Estrategia UE 2020;

75. Sugiere que en la primera fase del referido «chequeo» la Comisión lleve a cabo una auditoría financiera del presupuesto de la UE y asigne prioritariamente más recursos para inversiones en educación, innovación e investigación; pide a los Estados miembros que fijen las mismas prioridades en su capítulo de gastos presupuestarios;

76. Considera que, para crear un mercado único efectivo, la Comisión debe definir una serie de prioridades políticas claras mediante la aprobación de un «Acta del Mercado Único» que cubriría las iniciativas tanto legislativas como no legislativas destinadas a crear una economía social de mercado altamente competitiva y verde;

**Jueves 20 de mayo de 2010**

77. Alienta a la Comisión a que presente esta «Acta» de aquí a mayo de 2011 —mucho antes del vigésimo aniversario del programa de mercado único de 1992— situando a los ciudadanos, a los consumidores y a las PYME en el núcleo del mercado único; hace hincapié en que esto debe considerarse como el proyecto para la acción futura si se trata de lograr una economía de mercado basada en el conocimiento, altamente competitiva, social y respetuosa con el medio ambiente y verde que garantice también una igualdad de condiciones creíble;

78. Pide a la Comisión que incorpore en el «Acta de Mercado Único» medidas específicas encaminadas, aunque no limitadas, a:

- situar los intereses de los consumidores a que hace referencia el artículo 12 del TFUE y la política social basada en el artículo 9 del TFUE en el núcleo del mercado único;
- adaptar el mercado único al futuro mejorando el acceso de los consumidores y de las PYME al comercio electrónico y a los mercados digitales;
- apoyar la creación de un mercado único sostenible sobre la base del artículo 11 del TFUE a través del desarrollo de una economía integrada, de bajas emisiones de carbono, verde, basada en el conocimiento, incluidas medidas encaminadas a promover la innovación en materia de tecnologías más limpias;
- asegurar la protección de los servicios de interés general sobre la base del artículo 14 del TFUE y del Protocolo 26;
- crear una estrategia para una mejor comunicación de los beneficios sociales del mercado único;

79. Pide a la Comisión que, al preparar el «Acta del Mercado Único», tenga en cuenta las distintas consultas e informes de las instituciones de la UE (UE 2020, informes de Monti, Gonzales y de la Comisión IMCO, etc.) y que ponga en marcha una amplia consulta pública adicional, con vistas a elaborar una propuesta de política coordinada para un mercado único más coherente y viable;

80. Recomienda que se proceda a un análisis para determinar la manera de integrar los intereses de los consumidores en las políticas de la UE pertinentes, permitiendo así que la protección de los consumidores se convierta automáticamente en un elemento característico en la elaboración de los correspondientes actos legislativos de la UE;

81. Reitera la importancia de la Directiva sobre servicios en la realización del mercado único, así como su enorme potencial para beneficiar a consumidores y PYME; destaca que el éxito en la aplicación de esta legislación exige un compromiso político permanente y el apoyo de todos los actores a escala europea, nacional y local; pide a la Comisión que, tras la fase de aplicación, emprenda una evaluación de la Directiva sobre servicios para determinar si ésta ha logrado sus principales objetivos; pide una clara participación del Parlamento Europeo en esta tarea e insiste en la necesidad de mantener el equilibrio entre la necesidad de mejorar el mercado único de servicios y la garantía de un elevado nivel de protección social;

82. Considera que una aplicación adecuada de la legislación sobre el mercado único (por ejemplo, la Directiva sobre cualificaciones profesionales, la Directiva sobre servicios y el Reglamento relativo a la acreditación y vigilancia del mercado) debería seguir siendo una prioridad máxima para la nueva Comisión;

83. Observa que los mecanismos de reparación aplicables en la Unión han dado resultados limitados, por lo que insta a la Comisión a que presente una propuesta legislativa que garantice, para mayo de 2011, la aplicación de un sistema de recurso colectivo asequible, oportuno y accesible en toda Europa;

84. Pide a la Comisión que examine la posibilidad de adoptar una «Carta de los Ciudadanos» que abarque las distintas facetas del derecho a residir y trabajar en cualquier lugar de la UE; sostiene que este derecho debe estar fácilmente al alcance de todos los ciudadanos de la UE; destaca que persisten en el mercado único ciertas restricciones laborales para los trabajadores procedentes de los nuevos Estados miembros; pide a los Estados miembros que, teniendo en cuenta todos los efectos positivos y negativos de la apertura de los mercados nacionales, examinen la posibilidad de eliminar las actuales restricciones;

Jueves 20 de mayo de 2010

85. Pide a la Comisión que presente al Parlamento Europeo y al Consejo, durante la actual legislatura parlamentaria, una propuesta de Reglamento sobre un estatuto europeo para las mutuas y las asociaciones;
86. Pide a la Comisión que adopte las medidas necesarias a fin de proponer, lo antes posible, un estudio de viabilidad y un proceso de consulta destinada a conducir a la introducción de un Estatuto de la Mutua Europea;
87. Pide a la Comisión que se centre en mayor medida en la supervisión del mercado, en particular en los ámbitos de los servicios financieros, los seguros, la telefonía, los servicios bancarios y los servicios públicos, y cree que un seguimiento eficaz de los mercados reforzará la competencia leal y aumentará la eficiencia de aquellos, beneficiando así a la economía y los consumidores;
88. Considera que la calidad de la protección de los consumidores en el sector de los servicios financieros requiere una mejora considerable, en particular en lo que respecta a los aspectos de control y supervisión;
89. Mantiene que un desarrollo sostenible permanente del mercado interior depende de: (1) un compromiso continuo de la Comisión respecto de todas las iniciativas del mercado necesarias para estimular y mejorar de manera significativa nuestra posición y ventaja competitiva en el mercado mundial; (2) la adopción de un marco general para garantizar que el mercado único está realmente al servicio de todas las partes interesadas, y, con carácter fundamental, (3) que el mercado único alcance también a los ciudadanos;

\*

\* \*

90. Encarga a su Presidente que transmita la presente Resolución al Consejo y a la Comisión.

---

## **Diálogo entre las universidades y las empresas: una nueva asociación para la modernización de las universidades europeas**

P7\_TA(2010)0187

### **Resolución del Parlamento Europeo, de 20 de mayo de 2010, sobre el diálogo entre las universidades y las empresas: una nueva asociación para la modernización de las universidades europeas (2009/2099(INI))**

(2011/C 161 E/15)

*El Parlamento Europeo,*

- Vista la Comunicación de la Comisión, de 2 de abril de 2009, titulada «Una nueva asociación para la modernización de las universidades: el Foro de la UE para el diálogo entre las universidades y las empresas» (COM(2009)0158),
- Vista la Comunicación de la Comisión, de 10 de mayo de 2006, titulada «Cumplir la agenda de modernización para las universidades: educación, investigación e innovación» (COM(2006)0208),
- Vistas las conclusiones de la Presidencia del Consejo Europeo de Lisboa de los días 23 y 24 de marzo de 2000,
- Vistas las conclusiones de la Presidencia del Consejo Europeo de los días 13 y 14 de marzo de 2008, especialmente el capítulo «Invertir en las personas y modernizar los mercados laborales»,
- Vistas las conclusiones de la Presidencia del Consejo Europeo de los días 19 y 20 de marzo de 2009, especialmente el capítulo «Aprovechar plenamente la Estrategia de Lisboa renovada para el crecimiento y el empleo»,