



Parte tercera

Marco normativo

Capítulo 12

NORMATIVA EUROPEA

12.1. Actividades de la Unión Europea relativas al comercio

Tras la entrada en vigor del Tratado de Lisboa en 2009, siguieron otros avances, como el fin del proceso de transposición de la Directiva de servicios o la formulación de la Estrategia Europa 2020, cuyo fin es conseguir para ese año un crecimiento económico inteligente, sostenible e integrador, con el que dejar definitivamente atrás la crisis económica por la que atraviesa la UE.

Dentro de ese esfuerzo por reinventarse y por lograr conseguir ese crecimiento, el mercado común está llamado a desempeñar un papel clave. En el año 2012, se celebrará el vigésimo aniversario del mismo, y el objetivo es que en ese año se ponga en marcha una ambiciosa estrategia cuyo fin sea el relanzamiento del mismo. Ya que no se debe olvidar que el mercado único no es un objetivo que se haya conseguido sin más, sino que es necesario continuar trabajando al respecto.

Por eso, continuar apostando por el comercio transfronterizo de bienes y servicios es esencial. Junto a esto, estimular el comercio electrónico transfronterizo, que, hoy, tan sólo supone entre un 2 y un 4 por 100 del total, y garantizar un entorno jurídico estable, permitirán avanzar para conseguir los objetivos señalados.

Así, a lo largo del año 2010 se han ido elaborando los siguientes instrumentos:

- Preparación y tramitación de la Directiva 2011/7/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 2011, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales (refundición).

- Propuesta de Directiva sobre derechos de los consumidores en contratos de ventas a distancia y fuera del establecimiento mercantil.

- Una nueva estrategia para el mercado único al servicio de la economía y la sociedad europea.

Informe al Presidente de la Comisión europea, por Mario Monti (Informe Monti).

- Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social, y al Comité de las Regiones, sobre el Ejercicio de supervisión del mercado del comercio y de la distribución: hacia un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz en la perspectiva de 2020 (5 de julio de 2010).

- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones: hacia un Acta de Mercado Único. Por una economía social de mercado altamente competitiva. Cincuenta propuestas para trabajar, emprender y comerciar mejor juntos. (27 de octubre de 2010).

- Informe anual sobre el estado de situación de la Red IMI.

12.2. Propuesta de Directiva de medidas de lucha contra la morosidad en operaciones comerciales

12.2.1. Gestación y objetivos

Durante el año 2010, ha estado en tramitación la Directiva por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales al objeto de proceder a una refundición. El Parlamento introdujo numerosas enmiendas en la propuesta de la Comisión, por efecto de la aplicación del procedimiento legislativo ordinario, procedimiento legislativo de empleo con carácter general desde que entrara en vigor el Tratado de Lisboa.

El razonamiento en que se basaba la propuesta de la Comisión, es de carácter económico, y residía en el hecho de que, 1 de cada 4 casos de insolvencia se debe a la morosidad. Esto supone la pérdida de 450.000 puestos de trabajo anuales, que vienen ▷

a aumentar el ya elevado nivel de desempleo en Europa. Además, cada año los casos de insolvencia causados por morosidad hacen que se pierdan 23.600 millones de euros en deudas pendientes de cobro. La morosidad en las operaciones comerciales está cifrada en 90.000 millones de euros anuales y representa 10.800 millones de euros de intereses perdidos.

Por eso, el nuevo texto introduce una serie de cambios sustanciales en la Directiva 2000/35/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de junio de 2000, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad. Además, lleva a cabo una refundición en la materia con el objeto de introducir mayor claridad y racionalización en la normativa vigente.

12.2.2. Principales novedades

La nueva Directiva, busca mejorar la posición del acreedor en sus relaciones con el proveedor, evitando los plazos de pago excesivamente dilatados en el tiempo, cuando el bien ya se ha suministrado, o el servicio se ha prestado, y, que tienen una incidencia especialmente negativa en la liquidez del acreedor, puesto que, de modo indirecto, los excesivos plazos de pago, proporcionan una financiación *ad extra* al proveedor en detrimento de su cliente.

Entre las principales garantías que se introducen por la Directiva, cabe destacar la articulación de un plazo genérico de pago de 30 días naturales, con opción a incrementarlo hasta 60 días o superior si se da justa causa para ello. Este plazo afecta a todas las operaciones comerciales, inclusive a aquéllas en las que intervenga el sector público.

Del mismo modo, se prevé un devengo automático de intereses en caso de impago, de manera que se considerará abusiva toda cláusula que excluya esta garantía. Para completar este concepto se prevé, por un lado, una reserva de dominio hasta el pago total del precio y una compensación económica por los costes que se deriven del cobro.

Con todo, hasta que no transcurra el lapso temporal que la Directiva otorga a los Estados para llevar a cabo la transposición de la misma (16 de

marzo de 2013), no se podrá efectuar una valoración adecuada de sus efectos jurídicos y prácticos.

12.3. Propuesta de Directiva sobre derechos de los consumidores

12.3.1. Tramitación

El 13 de octubre de 2008, la Comisión presentó su propuesta de Directiva sobre Derechos de los Consumidores en Contratos a Distancia y Celebrados fuera de Establecimiento Comercial, al Parlamento y al Consejo, con fundamento en el artículo 114 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (anterior artículo 95 TCE).

Tras esta presentación, el Consejo solicitó sendos informes al Comité de las Regiones y al Consejo Económico y Social, emitidos el 16 de julio y 22 de abril de 2009, respectivamente. Paralelamente, y durante las Presidencias francesa, checa, española y belga se examinó la propuesta de la Comisión. Así, el pasado 8 de diciembre de 2010, el Comité de Representantes Permanentes, dio luz verde al texto consensuado, aunque, con las opiniones discrepantes de Austria, España, Malta y Portugal.

En este estado, se espera que el Consejo emita su parecer, respecto a la propuesta de Directiva aprobada por el COREPER, y, respecto de las discrepancias de los Estados miembros señalados. De igual modo, se espera que lleve a cabo las oportunas negociaciones con el Parlamento, con vistas a alcanzar un acuerdo en primera lectura. Para esto, es necesario que el propio Parlamento haga pública su posición. Algo que se espera ocurra a lo largo del primer semestre de 2011.

Respecto de la propuesta originaria de la Comisión, el texto aprobado por el COREPER ha supuesto un cambio sustancial y notorio. La propuesta originaria refundía las Directivas 85/577, sobre protección del consumidor en contratos celebrados fuera de establecimiento; 97/7, sobre protección del consumidor en contratos de ventas a distancia; 93/13, sobre cláusulas abusivas en contratos celebrados con consumidores; y, 1999/44, sobre venta y garantía de los bienes de consumo. Por su parte, el texto apro- ▷

bado por la Comisión de Representantes Permanentes, refunde únicamente las dos primeras, dejando fuera dos materias de especial relevancia, como son las cláusulas abusivas y la garantía en las ventas.

12.3.2. *Objetivos*

La propuesta de Directiva realizada por la Comisión, busca reforzar el mercado único. Para conseguirlo, refuerza los derechos de los consumidores mediante la simplificación, la actualización, y la supresión de incoherencias y lagunas legales. Por otro lado, también se trata de conseguir ese objetivo último, mejorando la posición de las empresas. Se busca que incrementen sus ventas, y que se estimulen los contratos transfronterizos, fundamentalmente a través del comercio electrónico. Para esto, se apuesta por una armonización plena, que acabe con las barreras y la fragmentación jurídica del mercado; por eso la legislación no será de mínimos, sino uniforme para todos los Estados miembros.

En cuanto a las principales novedades que esta propuesta de Directiva introduce, y que se traducirán en esa mejora de la protección del consumidor, combinada con el refuerzo del mercado interior, se reflejan en cuestiones como el derecho de desistimiento, las obligaciones de información, la resolución del contrato, el momento de la transferencia del riesgo, o las sanciones en casos de infracción.

12.3.3. *Ámbito de aplicación*

Se aplica sobre contratos de venta a distancia y celebrados fuera de establecimiento mercantil, que se celebren entre vendedor y comprador.

Incluye los contratos sobre suministro de agua, gas, electricidad y calefacción; los que se celebren sobre soportes materiales que contengan contenido digital; sobre descargas en internet de contenidos digitales y contratos de transporte y alquiler de coches (ambos sin derecho desistimiento).

Se prevé la posibilidad de exclusión cuando la cuantía del contrato sea inferior a 60 euros, así

como un listado de materias sobre las que la futura Directiva no se aplicaría.

12.3.4. *Obligaciones de información*

Se profundiza en las exigencias de información al consumidor en las materias afectadas, introduciéndose un mayor formalismo. Esa información habrá de ser clara, y adecuada al medio de comunicación comprensible.

Se establece que la carga de la prueba de la conformidad del comprador con la información facilitada, corresponde al vendedor.

De modo que, en caso de que no se cumplan las obligaciones de información, el consumidor no tiene por qué efectuar el abono del bien, y, en caso de haberlo hecho, tienen derecho a la devolución del mismo.

12.3.5. *Derecho de desistimiento*

Posibilidad de ejercerlo en el plazo de 14 días, desde el día siguiente a la conclusión del contrato, sin aducir razón alguna, ni soportar efectos económicos. Se debe ejercer antes de que expire el plazo de devolución, por cualquier medio que resulte adecuado (carta, correo electrónico, fax, etcétera). Si el vendedor incumpliera sus obligaciones de información, el plazo se incrementaría hasta 6 meses. En todo caso, la carga de la prueba del ejercicio de este derecho de desistimiento corresponderá al consumidor-comprador. El vendedor procederá al reembolso en el plazo de 14 días.

12.3.6 *Momento de la transferencia del riesgo*

Se producirá con la entrega física de la cosa. Antes de ese momento, el responsable de los riesgos es el comerciante-vendedor.

Se presupone que la entrega ha tenido lugar con la recepción del bien, de forma que los retrasos en la recogida, no eximen al comprador de la asunción del riesgo.

En definitiva, y aunque es cierto que al excluirse de la refundición, las Directivas sobre cláusulas ▷

abusivas y garantía de los bienes, el enfoque pasa a ser menos ambicioso, sí que supondrá la creación de un marco jurídico más seguro y estable, para consumidores y vendedores, con el que pretende fomentar una modalidad de comercio hasta ahora poco fomentado.

12.4. Una nueva estrategia para el mercado único al servicio de la economía y la sociedad europea. Informe al Presidente de la Comisión europea, por Mario Monti (Informe Monti, 9 de mayo de 2010)

12.4.1. Gestación del informe

En octubre de 2009, el presidente de la Comisión europea, José Manuel Durão Barroso, se dirige al profesor Mario Monti, solicitándole su colaboración para la renovación del mercado único. Éste, piedra angular de la integración europea y del crecimiento sostenible, se enfrenta a una serie de desafíos a los que es necesario dar respuesta. Por eso, encarga al profesor Monti la elaboración de un informe en el que identifique las opciones y recomendaciones, que se podrían desarrollar para llevar a cabo tal renovación, a los 20 años del nacimiento del mercado único.

El sentido de este informe se incardina en las *Directrices políticas para la nueva Comisión*, emitido en septiembre de 2009, por la Comisión, y en el que ya se vislumbraba al mercado único como objetivo estratégico clave que debía perseguirse con intenciones renovadas.

En este contexto, el 9 de Mayo de 2010, ve la luz el Informe Monti. Su contenido se basa en la información recopilada durante noviembre de 2009 y abril de 2010. Esa información procede de todos los interesados en el mercado único, grupos de la sociedad civil e instituciones políticas, y es la que permite identificar sus puntos fuertes y débiles, así como las medidas que podrían mejorarlo y profundizar en él, abordando al mismo tiempo los problemas que lo rodean y las estrategias políticas que podrían facilitar la adopción de tales medidas.

El Informe se divide en cinco capítulos. El Capítulo uno, *Un mercado en busca de estrategia*, recoge los principales retos, expectativas y preocupaciones a los que se enfrenta el mercado, teniendo en cuenta que en éstos se puede identificar una tipología común entre los Estados miembros: continentales, anglosajones, de Europa central y oriental y países nórdicos.

Los Capítulos dos, tres y cuatro, *Refuerzo del mercado único*, *Alcanzar un consenso en torno a un mercado único más fuerte*, y *Lograr un mercado único fuerte*, recogen las iniciativas a desarrollar en cada uno de estos campos con el fin de idear una estrategia global que revitalice el mercado común.

Y en el quinto y último, *Una iniciativa política para consolidar el mercado único*, se recogen las principales conclusiones a que llega el informe.

12.4.2. Principales retos a los que se enfrenta el mercado único

Entre los principales desafíos que el actual contexto socioeconómico plantea al mercado único se señalan:

1. Erosión del apoyo político y social a la integración del mercado en Europa como consecuencia de una doble fatiga, la *fatiga de la integración*, y la *fatiga del mercado*, como consecuencia de la reducción de la confianza de los ciudadanos europeos en el mercado, y en la Unión Europea como solución para salir de la crisis.
2. Desigual atención política prestada al desarrollo de los diversos componentes que hacen que un mercado sea único y sostenible en el tiempo.
3. Recuperar la idea de que el mercado único es algo en lo que hace falta seguir trabajando, recuperándolo como prioridad política, y volviendo a centrarlo como parte central de la integración europea.

12.4.3. Una nueva estrategia global

El resto del informe, se dedica a intentar desarrollar una nueva estrategia para el mercado único, que permita avanzar en la integración europea, superando los riesgos visibles de desintegración, en una ▷

sociedad que parece estar menos dispuesta a la integración que la de hace unas décadas.

La clave de esta nueva estrategia será su carácter global, lo que supone incluir en ésta, aspectos que, hasta ahora, no formaban parte de la política para este mercado, como la política de competencia, la de industria, consumidores, energía, transporte, medio ambiente o comercio entre otras.

Conseguir un mercado único profundo y eficaz, es un factor determinante del rendimiento macroeconómico global de la UE, para la solidez del euro y para que la unión monetaria aporte los beneficios económicos esperados.

El enfoque global, que incluya todas las políticas señaladas, debe consistir en tres grandes grupos de iniciativas:

a) Iniciativas destinadas a fortalecer el mercado único

Estarían encaminadas a suprimir los problemas que persisten, así como las carencias y lagunas que impiden la innovación y frenen el crecimiento.

Incluiría acciones relacionadas con el mercado único digital, el logro de un crecimiento económico ecológico, la potenciación de la Europa de los trabajadores, o la mejora de la estabilidad financiera.

b) Iniciativas destinadas a lograr un consenso sobre el refuerzo del mercado único

Centradas en eliminar las fricciones y asimetrías internas, que generan la integración del mercado a nivel supranacional y la protección social a nivel nacional, y que son fuente de desencanto y hostilidad hacia la apertura del mercado.

Para que el relanzamiento del mercado único sea un éxito es necesario acabar con esas fricciones, lo que puede implicar, por un lado, adaptar la normativa para tener en cuenta las necesidades derivadas del contexto social y local y, por otro, introducir una mayor coordinación de los sistemas reguladores nacionales, asegurando su coherencia y ajustándolos a los principios de la UE.

En definitiva, se trata de llevar a cabo acciones con las que se concilien las libertades económicas y los derechos de los trabajadores, se fomente el papel de los servicios sociales, se equilibre la competitividad y la cohesión territorial, se consiga una política industrial activa, se aprovechen los medios que ofrece la contratación pública para extender los objetivos políticos o acabar con el sesgo social que entraña la competitividad fiscal.

c) Iniciativas destinadas a concretar el refuerzo del mercado único

Se necesita dotar al mercado único de una regulación ligera, es decir, que no encorsete el papel de los distintos operadores económicos, a la vez que efectiva, es decir, que evite los posibles excesos. Algo que se lograría recurriendo a una legislación inteligente, en la que los métodos de adopción son tan importantes como las técnicas jurídicas, algo que se consigue con un conocimiento exacto de los factores en juego y una gran concienciación de sus repercusiones en la economía, el contexto social y el medio ambiente.

La eficacia se conseguirá si se logra pasar de políticas individuales a sectores políticos en su totalidad, y de la evaluación a priori a la evaluación a posteriori de lo que funciona y lo que no, en un determinado sector.

Como se desprende del Capítulo quinto, y a modo de resumen, partiendo de un amplio proceso de consulta, la estrategia propuesta es una estrategia exhaustiva, que consta de iniciativas que pretenden, respectivamente, reforzar el mercado único, alcanzar consenso en torno a él, y lograr que sea fuerte. De ahí el paquete de medidas para cada uno de los objetivos.

12.4.4. Lograr el impulso político

Es necesario impulsar una iniciativa política de gran calado, que permita lograr un nuevo ímpetu, que también es necesario para poner en marcha las iniciativas que llevan mucho tiempo encima de la mesa.

Por eso, es esencial trabajar, no sólo en cada iniciativa concreta, sino también replantearse cómo se ocupan del mercado único las instituciones de ▷

la UE, y redefinir el mercado en el proceso general de redefinición de las políticas de la UE.

La Comisión debe defender sus iniciativas en la materia, permitiendo las aportaciones del Consejo y el Parlamento, pero sin permitir su desnaturalización. Asimismo, dada la dispersión de competencias que afectan al mercado único, podría ser positivo crear un grupo de comisarios, presididos por el presidente, para este tipo de políticas. Parlamento y Consejo, tienen un problema similar, aunque en el caso del Consejo, la creación de un presidente permanente, puede permitir consagrar cierta continuidad en la gobernanza económica.

Del mismo modo, las tres instituciones deberían plantearse instaurar un procedimiento legislativo acelerado, para las medidas que se incluyan en una iniciativa estratégica para el mercado único, como ocurrió tras el Libro Blanco de 1985. Para garantizar un seguimiento apropiado, podría instaurarse una fecha anual en la que las tres instituciones examinen el estado de la Unión, en lo que se refiere a integración económica.

Conseguir un mercado común fuerte, es crucial como fin en sí mismo, y como mecanismo de éxito de otras políticas públicas, para que la estrategia Europa 2020, pueda alcanzar, como requisito previo a conseguir una zona monetaria óptima, productiva y competitiva y, como mecanismo para alcanzar un cierto gobierno económico, la expresión última de la UE de controlar su destino económico.

12.5. Informe de la Comisión al Parlamento europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social, y al Comité de las Regiones, sobre el Ejercicio de supervisión del mercado del comercio y de la distribución: hacia un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz en la perspectiva de 2020 (5 de julio de 2010)

El pasado 5 de julio de 2010, se publicó este informe de la Comisión en virtud del ejercicio de

la función de supervisión del mercado del comercio lanzado a principios de 2009, en el marco de las tareas de supervisión de los mercados, emprendidas a raíz de la Comunicación de 2007, «Un mercado único para la Europa del siglo XXI».

El sector del comercio minorista, fue entonces uno de los seleccionados para participar en dicho ejercicio, habida cuenta de la importancia que reviste para la Unión Europea en diversos planos, (ya que representa el 4,2 por 100 del PIB de la UE, emplea a 17,4 millones de personas y supone el 20 por 100 del total de las pymes europeas) y, en particular, de sus estrechos vínculos con una serie de actividades económicas en las fases ascendente y descendente de la cadena de distribución.

El funcionamiento del mercado del comercio, incide en estas fases, ya que repercute directamente sobre los ciudadanos, en tanto en cuanto, permite el acceso a los bienes de consumo, ya sean de primera necesidad, procedentes del propio estado, de otros Estados miembros o de terceros países. En los mercados ascendentes, los comerciantes interactúan con una gran variedad de operadores, mayoristas y proveedores. Por eso, y dada la repercusión del comercio en otras actividades económicas, cualquier política relacionada con el mismo debería tener en cuenta su carácter transversal, y su capacidad de influencia en otros sectores.

Desde los años 60, la distribución comercial ha experimentado una importante modernización marcada por el incremento de la competencia y las mejoras de precios para los consumidores, el alcance de economías de escala, o la proliferación de los establecimientos de *hard discount*, o marca de distribuidor.

Conseguir un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz para los consumidores europeos, pasa por garantizarles, allá donde residen, el acceso a una oferta amplia de comercios y de productos de calidad a precios competitivos y asequibles, según los objetivos de crecimiento inteligente, sostenible e integrador perseguidos por la UE. Pero también debe brindar a los consumidores, acceso a una información fiable, transparente y comparable, a fin de que puedan elegir con mayor cono- ▷

cimiento, y les aporte garantías de que se están respetando sus derechos, independientemente de cuál sea el lugar de la UE donde se lleve a cabo la compra.

12.5.1. Principales problemas

Pese a la modernización lograda, y la claridad del objetivo expresado, existen una serie de problemas que la Comisión identifica en su informe, y que serían los siguientes:

a) *Problemas relacionados con la accesibilidad a los comercios y a su oferta*

Derivados de la disminución del peso del comercio de proximidad, sobre todo el alimentario, combinado con la falta de eficacia de las normas en materia de urbanismo comercial, así como deficiencias en el sector de la propiedad inmobiliaria comercial, que afectan al establecimiento de los distribuidores.

A esto se suman las disparidades de precios dentro del mercado interior, lo que revela su fragmentación, entre Estados miembros, e incluso dentro de estos, ya que muchos comerciantes aplican precios distintos en las diferentes áreas locales en función del nivel de competencia que exista en ellas, y por sectores.

Y, finalmente, un desarrollo insuficiente del comercio electrónico y de las comunicaciones comerciales y los servicios de información independientes.

b) *Problemas que afectan o pueden afectar al desarrollo económico óptimo de los operadores, en particular a sus capacidades de inversión e innovación, sobre todo en lo que se refiere a la calidad de los productos y servicios ofrecidos*

Estos problemas, pivotan sobre la ausencia de normas o aplicación deficiente de las normas que regulan las prácticas comerciales desleales y las relaciones contractuales entre los diferentes opera-

dores de la cadena de suministro, o la falta de transparencia en los sistemas de calidad y los problemas derivados de su falta de utilización transfronteriza.

c) *Problemas que afectan a las condiciones laborales y a la productividad, el nivel de empleo y la competitividad del sector del comercio y de la distribución*

Lo que afecta a las diferencias en las condiciones laborales, al impacto negativo de la economía sumergida en las condiciones laborales, a la falta de información a los consumidores sobre el comportamiento social de las empresas, inadecuación entre las necesidades de las empresas y la cualificación de los asalariados.

d) *Problemas que pueden impedir la evolución hacia un sector del comercio y de la distribución más sostenible*

En esta categoría, encontraríamos acciones como el elevado consumo energético, la excesiva producción de residuos, la contabilización insuficiente de los costes ambientales en la cadena de distribución, o la falta de método común para la evaluación de impacto ambiental de los productos y servicios vendidos.

12.5.2. Conclusiones

Las medidas susceptibles de aportar respuestas apropiadas a los problemas identificados, y las líneas de actuación que podrían adoptarse, se presentaron en la Comunicación de la Comisión sobre un nuevo impulso al mercado interior de octubre de 2010. Con el fin de fomentar la participación en la búsqueda de soluciones, la Comisión abrió un plazo para que todos los interesados enviaran sus comentarios al informe de julio antes del 10 de septiembre de 2010.

Como consecuencia de la naturaleza transversal del sector del comercio y de la distribución, las medidas previstas tendrán ampliamente en cuenta, ▷

tanto en su definición como en la concertación que caracterizará su proceso de adopción, y en sus modalidades de aplicación, los diferentes objetivos perseguidos por los Tratados, respetando estrictamente los principios de subsidiariedad y proporcionalidad.

12.6. Comunicación de la Comisión al Parlamento europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones: hacia un Acta de Mercado Único. Por una economía social de mercado altamente competitiva. Cincuenta propuestas para trabajar, emprender y comerciar mejor juntos (27 de octubre de 2010)

En 2012, se conmemorará el vigésimo aniversario del mercado único. Creado en 1992, bajo el liderazgo de Jacques Delors, el mercado único tenía como objetivo fortalecer los lazos que unen a los ciudadanos y a los Estados miembros de la Unión Europea.

La globalización del comercio, el progreso de la tecnología y el surgimiento de nuevos actores mundiales han modificado las reglas del juego. La crisis económica y financiera ha afectado gravemente a trabajadores, a empresas y esta nueva realidad exige una respuesta nueva y ambiciosa, encaminada a lanzar de nuevo el proceso de integración del mercado y a explotar el potencial de crecimiento de Europa. Teniendo en cuenta que el mercado único no es un proceso irreversible o acabado, su continuidad no puede darse por sentada, es más, hay que dar un paso que vaya más allá, y permita dotar a la UE de una economía social de mercado altamente competitiva.

12.6.1. Razones para impulsar el mercado único

La premisa de la que se parte, es que un merca-

do único ha de apoyarse en todos los agentes del mercado: las empresas, los consumidores y los trabajadores. De esta forma, el mercado único permitirá a Europa adquirir una competitividad colectiva.

Por otro lado, el mercado único puede ofrecer más crecimiento y empleo. Su potencial no se ha aprovechado plenamente. Por ejemplo, las compras públicas transfronterizas representaron, aproximadamente, el 1,5 por 100, de todos los contratos públicos adjudicados en 2009, los servicios transfronterizos representan el 5 por 100 del PIB de la Unión, frente al 17 por 100, en el caso de los productos manufacturados intercambiados dentro del mercado único. Apenas un 7 por 100 de los consumidores, realizaron compras transfronterizas por internet en 2008. Por todo esto, completar, desarrollar y explotar plenamente el mercado único, originaría un crecimiento potencial del orden del 4 por 100 del PIB durante los diez próximos años y sería esencial para completar la Estrategia 2020.

De ahí, la razón de ser del Acta que la Comisión dirige al Parlamento, al Consejo, al Comité de las Regiones y al Comité Económico y Social y que, desde octubre de 2010, estuvo sometida a debate público durante cuatro meses, hasta febrero de 2011.

12.6.2. Proceso para elaborar el Acta

El proceso desarrollado supuso que, una vez traducida el acta a las respectivas lenguas, se remitiera a todos los diputados de los parlamentos nacionales de los Estados miembros, a las autoridades regionales, incluidas las de las regiones ultraperiféricas, y a los agentes económicos y sociales y de la sociedad civil.

Se invitó a los interesados a expresar sus opiniones sobre la reactivación del mercado único y, en particular, sobre las 50 medidas propuestas.

A la luz de las respuestas recibidas, este órgano se encargará de sellar el compromiso de las demás instituciones, en torno a la versión definitiva del Acta del Mercado Único. Ya que, al término de ese debate público y a la luz de las conclusiones que de él se extraigan, la Comisión desea que el conjunto ▷

de las instituciones europeas se comprometan, a principios de 2011, a convertir este Acta y sus 50 medidas, en el plan de acción estratégico definitivo para el período 2011-2012.

Su realización, permitirá conmemorar de manera dinámica el vigésimo aniversario del mercado único al final de 2012. En 2012, cuando concluyan las iniciativas del Acta, será el momento de evaluar su aplicación y los resultados obtenidos en términos de crecimiento sostenible y refuerzo de la confianza de los europeos en el mercado único.

Partiendo de esa evaluación, la Comisión estudiará una segunda fase de desarrollo del mercado único, en la que podrán determinarse otras fuentes de crecimiento y de confianza, en un mercado único renovado.

El Acta del Mercado Único, se complementa con el Informe sobre la Ciudadanía de la UE 2010, centrado en identificar los obstáculos con los que se encuentran los ciudadanos de la UE en su vida diaria.

Ambas persiguen el objetivo de superar la persistente fragmentación de la Unión Europea, en lo referido a aspectos que interesan directamente a los ciudadanos, así como a concretar el compromiso de crear una Europa de los ciudadanos, y un mercado único que funcione eficazmente, respondiendo así a las necesidades y las expectativas de los ciudadanos y las empresas.

12.6.3. Principales medidas

La esencia del Acta del Mercado Único, radica en que supone una serie de medidas que la Comisión quiere debatir y poner en práctica de manera urgente, antes de finales de 2012, para acabar con los problemas que obstaculizan la realización del pleno potencial del mercado único.

Las acciones pueden clasificarse en tres categorías:

a) *Cómo recuperar un crecimiento fuerte, sostenible y equitativo*

Dentro de las que merecen especial mención compromisos como que:

- La Comisión y los Estados miembros, cooperarán para seguir desarrollando el mercado interior de servicios, sobre la base del proceso de «evaluación recíproca» de la Directiva de servicios que, actualmente llevan a cabo los Estados miembros y la Comisión. La Comisión, indicará en 2011, las medidas concretas en este sentido, incluidas las referentes al sector de servicios a las empresas.

- Para finales de 2011, la Comisión adoptará iniciativas con vistas al desarrollo del comercio electrónico, en el mercado interior. Dichas iniciativas, se centrarán especialmente en los problemas que encuentran los consumidores en la economía digital. Comprenderán una comunicación sobre el funcionamiento del comercio electrónico y, asimismo, una serie de directrices dirigidas a los Estados miembros, con el fin de garantizar la aplicación efectiva de la disposición de la Directiva de servicios, orientada a luchar contra las discriminaciones basadas en la nacionalidad, o el lugar de residencia de los destinatarios de servicios.

- La Comisión adoptará en 2011, un plan de acción para mejorar el acceso de las pymes, a los mercados de capitales. El plan comprenderá medidas destinadas a incrementar la visibilidad de las pymes ante los inversores, a desarrollar una red eficaz de bolsas o mercados regulados, orientados específicamente a las pymes, y a adaptar más a las pymes los requisitos de admisión a cotización y de publicidad.

b) *Cómo hacer de los ciudadanos el centro del mercado único*

Destacándose iniciativas como:

- Compromiso de la Comisión, de una comunicación acompañada de una serie de medidas sobre los servicios de interés general.

- Revisión de las orientaciones comunitarias, para el desarrollo de la red transeuropea de transporte.

- Compromiso de la Comisión, de velar por que se atienda a los derechos garantizados, por la Carta de Derechos Fundamentales de la UE, incluido el derecho a realizar acciones colectivas. ▷

c) Cómo fomentar una mejora de la gobernanza y del diálogo en el mercado único

Destacando proyectos como:

– La Comisión y los Estados miembros, cooperarán para seguir desarrollando el mercado interior, potenciando la iniciativa de evaluación del acervo, en particular sobre la base del proceso de «evaluación recíproca» de la Directiva de servicios.

Desarrollo de una estrategia con vistas a ampliar el Sistema de Información del Mercado Interior (IMI), a otros ámbitos legislativos en 2011, y crear una verdadera red electrónica de contacto directo entre las Administraciones europeas.

12.6.4. Conclusiones

El 10 de diciembre de 2010, el Consejo adoptó conclusiones sobre el Acta del Mercado Único, en las que insta a los Estados miembros a que definan las medidas prioritarias, que deberán estar en marcha antes del final de 2012, para facilitar el acceso al mercado único, apoyar la actividad comercial, fomentar el crecimiento y contribuir a crear empleo.

Las conclusiones secundaron también el enfoque general del Acta del Mercado Único, presentado por la Comisión en octubre de 2010, consistente en que el mercado único deba asentarse sobre una firme base económica y social, con vistas a crear una economía altamente competitiva.

12.7. Estado de situación de la Red IMI

El Sistema de Información sobre el Mercado Común (IMI), es una red de información interconectada que permite a las autoridades nacionales, regionales y locales de los Estados miembros, comunicarse rápida y fácilmente con sus homólogos, fundamentalmente en lo que se refiere a la aplicación de la Directiva de Servicios, y la Directiva relativa al reconocimiento de cualificaciones profesionales.

12.7.1. Informe anual 2010

2010, ha sido el año en que se ha presentado el primer informe anual sobre la Red IMI. En él, se lleva a cabo un estudio de los usos de la Red, los posibles desarrollos del sistema, y las recomendaciones que permitirán un mejor rendimiento de la herramienta.

Como recoge el Informe, a lo largo de 2010 la Red IMI se ha consolidado definitivamente. Esto supone que ya es plenamente funcional. Del mismo modo, ha visto como se han incrementado el número de autoridades registradas, pasando de 4.508 a principios de año a 5.737 en diciembre de 2010. También es de destacar el incremento de los intercambios de información.

12.7.2. La Red IMI y la Directiva de Servicios

Por lo que respecta a la Directiva de Servicios, el sistema de información está operativo desde el 28 de diciembre de 2009, momento en que terminó el plazo de transposición de la Directiva para los Estados miembros. En esta materia, el lograr la plena funcionalidad de la Red, ha sido todo un logro, dado el entrecruzamiento de competencias entre las distintas Administraciones Públicas territoriales. Esto, junto al hecho de que cada Estado miembro siga un criterio propio a la hora de decidir qué autoridades son las que han de registrarse en la Red, complica el proceso de engranaje de la misma. En todo caso, la selección de autoridades competentes, es libre para cada Estado miembro, con el requisito de que quede manifiestamente claro, para el resto de operadores quiénes son tales autoridades competentes.

Estas características, ligadas a la obligatoriedad de suscripción a la Red, de todos los Estados miembros, para articular una cooperación administrativa eficaz, ha hecho que la Red sea verdaderamente operativa a partir de enero de 2011. La razón de la lentitud en la adopción del sistema, se relaciona con los problemas de falta de experiencia en la ▷

materia, la necesidad de adaptar y acostumbrarse a los nuevos métodos de trabajo.

Desde el punto de vista operativo, por término medio se emplean dos semanas en dar respuesta a los requerimientos formulados en la Red IMI, en materias vinculadas con la Directiva de Servicios.

Respecto de ésta, la obligación que se contempla, se refiere a los intercambios de información, pero en 2010 se ha incorporado el denominado «mecanismo de alerta», a través del cual, cualquier Estado miembro deberá informar a los demás y a la Comisión, de cualquier actividad de servicios que pueda causar serios daños a la salud o seguridad de las personas o al medio ambiente, aunque, únicamente para supuestos excepcionales que entrañen un peligro transfronterizo.

A lo largo de 2010, se desarrollaron tres versiones informáticas, la 2.0, 2.1 y 2.2, que han ido introduciendo mejoras, aunque aún quedan conquistas por hacer, sobre todo en lo que se refiere al registro de autoridades y a la herramienta de búsqueda. A lo largo de los próximos meses, se tratará de consolidar la Red IMI para los servicios, y extenderla a otros nuevos ámbitos como el de la Directiva de desplazamiento de trabajadores, e irá

incorporando nuevas profesiones en el ámbito de las cualificaciones profesionales.

12.7.3. De cara al futuro

También se hace hincapié, en la necesidad de continuar con la labor de formación de los coordinadores de la Red, previéndose como posible opción crear mecanismos de formación descentralizada, por ejemplo, por servicios y por regiones fronterizas.

En definitiva, concluye, el informe anual sobre la Red IMI, que es importante continuar desarrollando el potencial de esta herramienta, en lo que se refiere a la aplicación efectiva de la Directiva de Servicios. Para ello, es fundamental avanzar en la reducción de tiempos de espera en las respuestas a los requerimientos, y en la formación que se ha de dar a los usuarios del sistema, sobre todo a los coordinadores, para sacar así, de la herramienta, la mayor rentabilidad posible. Esto, sin perjuicio de su extensión y consolidación a otras áreas, que permitan a su vez, dar cumplimiento a las iniciativas que recoge el Acta del Mercado Común.