



EL MERCADO INTERIOR: PRINCIPIOS GENERALES

El mercado interior es un área de prosperidad y libertad que proporciona acceso a mercancías, servicios, empleo, oportunidades de negocio y riqueza cultural. Se requiere un esfuerzo constante para garantizar el avance del mercado único, que podría ofrecer ventajas significativas para los consumidores y las empresas de la Unión. En particular, el mercado único digital ofrece nuevas oportunidades para impulsar la economía (mediante el comercio electrónico), a la vez que limita las trabas administrativas (gracias a la administración electrónica y a la digitalización de los servicios públicos). Los recientes estudios indican que los principios de libre circulación de bienes y servicios y la legislación en este ámbito generan beneficios estimados en 985 000 millones EUR al año.

BASE JURÍDICA Y OBJETIVOS

Artículos 4, apartado 2, letra a), 26, 27, 114 y 115 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). El mercado común, establecido por el Tratado de Roma en 1958, ya pretendía eliminar las barreras al comercio entre los Estados miembros con el objetivo de incrementar la prosperidad económica y contribuir a «una unión cada vez más estrecha entre los pueblos europeos». El Acta Única Europea de 1986 incluyó en el Tratado de la Comunidad Económica Europea (CEE) el objetivo de crear un mercado interior, definido como «un espacio sin fronteras interiores, en el que la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales estará garantizada».

RESULTADOS

A. El mercado común de 1958

El mercado común, principal objetivo del Tratado de Roma, fue establecido a través de la unión aduanera de 1968, la eliminación de las cuotas, la libre circulación de ciudadanos y trabajadores, y cierta armonización fiscal mediante la introducción generalizada del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) en 1970. No obstante, el libre comercio de mercancías y servicios y la libertad de establecimiento seguían estando limitados debido a la persistencia de prácticas anticompetitivas impuestas por las autoridades públicas.

B. La instauración del mercado interior en los años ochenta y el Acta Única Europea

La falta de avances en la consecución del mercado común se atribuyó en gran medida a la elección de un método de armonización legislativa demasiado minucioso y a la imposición de la regla de la unanimidad en la toma de decisiones del Consejo. A



mediados de los años ochenta, el debate político sobre esta cuestión llevó a la CEE a considerar un enfoque más riguroso en relación con el objetivo de la supresión de las barreras comerciales: el mercado interior.

El Acta Única Europea, que entró en vigor el 1 de julio de 1987, fijó un plazo concreto para la realización del mercado interior, a saber, el 31 de diciembre de 1992. Reforzó asimismo los mecanismos decisorios en el marco del mercado interior introduciendo la votación por mayoría cualificada en ámbitos como el arancel aduanero común, la libre prestación de servicios, la libre circulación de capitales y la aproximación de las legislaciones nacionales. Cuando se cumplió el plazo previsto, más del 90 % de los actos legislativos enumerados en el Libro Blanco de 1985 ya habían sido aprobados, principalmente por mayoría cualificada.

C. Hacia una responsabilidad compartida para completar el mercado interior

El mercado interior ha contribuido considerablemente a la prosperidad e integración de la economía de la Unión. Una nueva estrategia para el mercado interior, puesta en práctica entre 2003 y 2010, se centró en la necesidad de facilitar la libre circulación de mercancías, la integración de los mercados de servicios, la reducción de las repercusiones de las barreras fiscales y la simplificación del marco regulador. Se avanzó significativamente en la apertura de los servicios de transportes, telecomunicaciones, electricidad, gas y correos.

En su Comunicación titulada «Mejorar la gobernanza del mercado único» ([COM\(2012\)0259](#)), la Comisión propuso medidas horizontales, por ejemplo, el énfasis en nuevas normas claras y fáciles de aplicar, un mejor uso de las herramientas informáticas existentes a fin de facilitar el ejercicio de los derechos en el mercado único, y el establecimiento de centros nacionales para supervisar el funcionamiento de dicho mercado. La supervisión es un elemento fundamental de los informes anuales sobre la integración del mercado único en el contexto del proceso del Semestre Europeo.

D. La reactivación del mercado interior en 2010

Con el fin de impulsar de nuevo el mercado único europeo y hacer que la política del mercado único gire en torno al público, los consumidores y las pymes, la Comisión publicó en octubre de 2010 una Comunicación titulada «Hacia un Acta del Mercado Único» ([COM\(2010\)0608](#)). En ella se presentan una serie de medidas para impulsar la economía de la Unión y crear puestos de trabajo, a través de una política del mercado único más ambiciosa.

En octubre de 2012, la Comisión presentó el Acta del Mercado Único II ([COM\(2012\)0573](#)) para seguir desarrollando el mercado único y explotar sus posibilidades no aprovechadas como motor de crecimiento. El Acta establece doce medidas fundamentales que las instituciones de la Unión deben aprobar rápidamente. Dichas medidas giran en torno a los cuatro motores principales del crecimiento, el empleo y la confianza en el mercado único: (1) las redes integradas, (2) la movilidad transfronteriza de ciudadanos y empresas, (3) la economía digital, y (4) las medidas para reforzar la cohesión y los beneficios de los consumidores.



El Acta del Mercado Único II sigue los pasos de un conjunto inicial de medidas presentado por la Comisión (el Acta del Mercado Único I) e incluye las siguientes acciones para lograr una mayor profundización e integración del mercado único:

- la movilidad de las empresas (por ejemplo, introduciendo disposiciones para movilizar la inversión a largo plazo, modernizando los procedimientos de insolvencia y ayudando a crear un entorno que ofrezca una segunda oportunidad a los empresarios que no tienen éxito);
- la economía digital (como un paso hacia la realización del mercado único digital para 2015, la Comisión propone fomentar el comercio electrónico en la UE facilitando el uso de los servicios de pago y haciéndolos más fiables y competitivos; también es necesario abordar las causas fundamentales de la falta de inversión en conexiones de banda ancha de alta velocidad y normalizar la facturación electrónica en los procedimientos de contratación pública);
- la confianza de los consumidores (por ejemplo, implantando medidas para garantizar un acceso generalizado a las cuentas bancarias, así como la transparencia y comparabilidad de las tarifas bancarias, y facilitar el cambio de cuentas bancarias).

La Comisión debía presentar todas las propuestas legislativas fundamentales en relación con el Acta del Mercado Único II no más tarde de la primavera de 2013 y las propuestas no legislativas a más tardar a finales de 2013. Se pidió al Parlamento y al Consejo que adoptaran las propuestas legislativas con carácter prioritario. Los avances se presentaron en el estudio titulado [«Single Market Act: State of Play» \(El Acta del Mercado Único: Situación actual\)](#)^[1].

La Comisión publicó el 28 de octubre de 2015 la Comunicación titulada «Mejorar el mercado único: más oportunidades para los ciudadanos y las empresas» ([COM\(2015\)0550](#)), que se centra en garantizar beneficios prácticos para las personas en su vida cotidiana y crear oportunidades adicionales para los consumidores, los profesionales y las empresas. Esta estrategia complementa los esfuerzos de la Comisión para impulsar la inversión, aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado único digital y mejorar la competitividad y el acceso a la financiación. Por otro lado, también tiene por objeto garantizar el buen funcionamiento del mercado interior de la energía y promover y facilitar la movilidad laboral, evitando al mismo tiempo que se abuse de las normas.

En estos momentos, una de las cuestiones más difíciles de la construcción del mercado interior es su realización en el aspecto digital. En mayo de 2015, la Comisión adoptó la Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa ([COM\(2015\)0192](#)), en la que se establece un intenso programa legislativo para construir una economía digital europea, que fue completado por la octava legislatura del Parlamento Europeo.

[1]Este estudio fue encargado por el Departamento Temático de Políticas Económicas y Científicas y de Calidad de Vida del Parlamento Europeo, en nombre de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (IMCO).



PAPEL DEL PARLAMENTO EUROPEO

El Parlamento fue el impulsor del proceso que desembocó en la creación del mercado interior. Concretamente, en su Resolución de 20 de noviembre de 1997, apoyó la idea de transformar el mercado interior en un mercado interno totalmente integrado a más tardar en 2002. En muchas resoluciones aprobadas en 2006 (entre otras, las de 12 de febrero, 14 de febrero, 16 de mayo y 6 de julio), el Parlamento apoyó la idea de que el mercado interior constituye un marco común y un punto de referencia para muchas de las políticas de la Unión.

El Parlamento también ha desempeñado un papel activo en la reactivación del mercado interior. En su [Resolución de 20 de mayo de 2010](#) sobre cómo ofrecer un mercado único a los consumidores y los ciudadanos, el Parlamento hizo hincapié en que es necesario adoptar medidas para informar y capacitar a los consumidores y a las pymes de forma más eficaz, así como para aumentar la confianza de los ciudadanos. El Parlamento dio otras respuestas al Acta del Mercado Único con sus tres Resoluciones aprobadas el 6 de abril de 2011: sobre [gobernanza y asociación en el mercado único](#), sobre [el mercado único para los europeos](#) y sobre [un mercado único para las empresas y el crecimiento](#).

En su [Resolución de 20 de abril de 2012](#) sobre un mercado único digital competitivo – la administración electrónica como factor puntero, el Parlamento destacó la necesidad de un marco jurídico claro y coherente para el reconocimiento mutuo de la autenticación, identificación y firmas electrónicas, necesario para garantizar el funcionamiento de los servicios administrativos transfronterizos en toda la UE. A esta le siguió la [Resolución de 22 de mayo de 2012](#) sobre el Cuadro de indicadores del mercado interior.

El 11 de diciembre de 2012, el Parlamento aprobó dos resoluciones no legislativas relativas al mercado interior, una sobre [la culminación del Mercado Único Digital](#) y otra sobre [una Estrategia de libertad digital en la política exterior de la UE](#), enfatizando que apoya firmemente el principio de neutralidad de la red, es decir, que los proveedores de servicios de Internet no bloqueen, discriminen, perjudiquen o mermen, incluso a través del precio, la capacidad de cualquier persona de utilizar un servicio para acceder, utilizar, enviar, publicar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación o servicio de su elección, independientemente del origen o del destinatario. En la misma Resolución, pidió a la Comisión y al Consejo que fomentasen y preservasen normas estrictas en materia de libertad digital en la Unión. El objetivo de las Resoluciones era desarrollar la política y la práctica con vistas a la creación de un auténtico mercado único digital en la Unión que haga frente a normativas nacionales distintas en ámbitos fundamentales, como el IVA, los servicios postales y los derechos de propiedad intelectual. Los principios de neutralidad de la red y de una internet abierta, así como la supresión de los cargos de itinerancia, se han introducido en el marco del paquete legislativo por el que se establecen medidas en relación con el mercado único europeo de las comunicaciones electrónicas y para crear un continente conectado ([COM\(2013\)0627](#)).

El Parlamento aprobó la [Resolución de 7 de febrero de 2013](#) con recomendaciones destinadas a la Comisión sobre la gobernanza del mercado único, por la que establecía un ciclo de gobernanza del mercado único como pilar específico del Semestre



Europeo. Además, el Parlamento aprobó la [Resolución de 25 de febrero de 2014](#) sobre la gobernanza del mercado único en el marco del Semestre Europeo 2014, seguida de la [Resolución de 27 de febrero de 2014](#) sobre Solvit. Más tarde, el Parlamento aprobó la [Resolución de 12 de abril de 2016](#) sobre «Hacia una mejor regulación del mercado único», en la que subrayó la necesidad de eliminar regulaciones innecesarias, burocracia y efectos negativos, a la vez que se logran los objetivos políticos y se ofrece un entorno regulador competitivo que respalde el empleo y las empresas en Europa. Con el fin de facilitar el acceso en línea a la información, a los procedimientos administrativos y a los servicios de asistencia que los ciudadanos y las empresas necesitan, el Parlamento abogó por la creación de una pasarela digital única ([Reglamento \(UE\) n.º 2018/1724](#))^[2].

El 9 de abril de 2015, el Parlamento aprobó una [resolución](#) en la que se pedía a la Comisión que favoreciera el crecimiento y el desarrollo del comercio electrónico. El Parlamento aprobó la Resolución de 19 de enero de 2016 titulada «[Hacia un Acta del Mercado Único Digital](#)», seguida de numerosas medidas destinadas a la construcción del mercado único digital en ámbitos como, entre otros, [la economía colaborativa](#)^[3], [las plataformas en línea](#)^[4] y [la inteligencia artificial](#)^[5].

El estudio, publicado en febrero de 2016, titulado «[Reducing costs and barriers for businesses in the Single Market](#)» (Reducción de los costes y los obstáculos para las empresas en el mercado único) puso de relieve el importante potencial del mercado único digital a la hora de reducir los costes y los obstáculos en la Unión para los ciudadanos y las empresas.

Otro estudio, publicado en abril de 2016, titulado «[A Longer Lifetime for Products: Benefits for Consumers and Companies](#)» (Una vida útil más larga para los productos: ventajas para los consumidores y las empresas) ha demostrado el potencial que tiene el mercado único digital para que la economía de la Unión sea más ecológica. El Parlamento aprobó la [Resolución de 4 de julio de 2017](#) sobre el mismo tema.

Según otro estudio titulado «[Social economy](#)» (Economía social), publicado en marzo de 2016, el mercado único digital podría incluso lograr que la economía de la Unión sea más social. El desarrollo de la administración electrónica y los servicios conexos, como la sanidad electrónica, es una forma de lograrlo, tal y como se describe en el estudio, publicado en octubre de 2013, titulado «[Ubiquitous developments of the Digital Single Market](#)» (Servicios de ubicuidad en el mercado único digital).

[2]Reglamento (UE) 2018/1724 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 2 de octubre de 2018, relativo a la creación de una pasarela digital única de acceso a información, procedimientos y servicios de asistencia y resolución de problemas y por el que se modifica el Reglamento (UE) n.º 1024/2012 (DO L 295 de 21.11.2018, p. 1).

[3]Resolución del Parlamento Europeo, de 15 de junio de 2017, sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa, Textos adoptados, [P8_TA\(2017\)0271](#).

[4]Resolución del Parlamento Europeo, de 15 de junio de 2017, sobre las plataformas en línea y el mercado único digital, [P8_TA\(2017\)0272](#).

[5]Resolución del Parlamento Europeo, de 12 de febrero de 2019, sobre una política industrial global europea en materia de inteligencia artificial y robótica, [P8_TA-PROV\(2019\)0081](#).



Los recientes estudios indican que los principios de libre circulación de bienes y servicios y la legislación en este ámbito generan beneficios estimados en 985 000 millones EUR al año^[6].

Mariusz Maciejewski / Christina Ratcliff
05/2019

[6]Poutvaara P. et al., Contribution to Growth: Free Movement of Goods. Delivering Economic Benefits for Citizens and Businesses (2019), elaborado por el Departamento Temático A para la comisión IMCO, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2019/631063/IPOL_IDA\(2019\)631063_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2019/631063/IPOL_IDA(2019)631063_EN.pdf) y Pelkmans J. et al., Contribution to Growth: The Single Market for Services. Delivering economic benefits for citizens and businesses (2019), elaborado por el Departamento Temático A para la comisión IMCO [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/631054/IPOL_STU\(2019\)631054_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/631054/IPOL_STU(2019)631054_EN.pdf)

