



O MERCADO INTERNO: PRINCÍPIOS GERAIS

O mercado interno é um espaço de prosperidade e liberdade que proporciona o acesso a bens, serviços e empregos, a oportunidades empresariais e à riqueza cultural. Para que o mercado único possa ser aprofundado, são necessários esforços contínuos suscetíveis de gerarem vantagens consideráveis para os consumidores e as empresas da UE. O mercado único digital, em particular, abre novas oportunidades para alavancar a economia (através do comércio eletrónico), eliminando, ao mesmo tempo, a burocracia (através da administração em linha e da digitalização dos serviços públicos). Estudos recentes indicam que os princípios da livre circulação de bens e serviços e a legislação neste domínio geram benefícios na ordem dos 985 mil milhões de euros por ano.

BASE JURÍDICA E OBJETIVOS

Artigos 4.º, n.º 2, alínea a), 26.º, 27.º, 114.º e 115.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (TFUE). O mercado comum, criado pelo Tratado de Roma em 1958, tinha por objetivo a liberalização das trocas comerciais entre os Estados-Membros com o objetivo de aumentar a prosperidade económica e de contribuir para «uma união cada vez mais estreita entre os povos da Europa». O Ato Único Europeu, de 1986, incluiu o objetivo de estabelecer o mercado interno no Tratado que institui a Comunidade Económica Europeia (CEE), definindo-o como «um espaço sem fronteiras internas no qual a livre circulação das mercadorias, das pessoas, dos serviços e dos capitais é assegurada».

RESULTADOS

A. O mercado comum de 1958

O mercado comum, o principal objetivo do Tratado de Roma, viu-se concretizado através da união aduaneira, da abolição das quotas e da livre circulação de cidadãos e trabalhadores, alcançados em 1968, e de um determinado grau de harmonização fiscal com a introdução generalizada do imposto sobre o valor acrescentado (IVA) em 1970. Porém, a liberdade de comercialização de bens e serviços e a liberdade de estabelecimento continuavam a ser limitadas devido ao facto de as autoridades públicas manterem a imposição de práticas anticoncorrenciais.

B. Lançamento do mercado interno na década de 1980 e Ato Único Europeu

A ausência de progressos na consecução do mercado comum foi atribuída, em grande medida, ao facto de se ter optado por um método de harmonização legislativa



demasiado circunstanciado e à regra da unanimidade exigida para a adoção de decisões no Conselho. Em meados da década de 1980, o debate político levou a CEE a ponderar uma abordagem mais abrangente do objetivo de eliminação das barreiras comerciais: o mercado interno.

O Ato Único Europeu, que entrou em vigor em 1 de julho de 1987, fixava como data precisa para a concretização do mercado interno o dia 31 de dezembro de 1992. Por outro lado, reforçou os mecanismos de tomada de decisão do mercado interno introduzindo a votação por maioria qualificada relativamente às pautas aduaneiras comuns, à livre prestação de serviços, à liberalização dos movimentos de capitais e à aproximação das legislações nacionais. Findo o prazo, mais de 90% dos atos legislativos previstos no Livro Branco de 1985 tinham sido adotados, em grande medida ao abrigo da regra da maioria qualificada.

C. Rumo a uma responsabilidade partilhada para a concretização do mercado interno

O contributo do mercado interno para a prosperidade e a integração da economia da UE tem sido significativo. No período de 2003 a 2010, a nova estratégia do mercado interno colocou a tónica na necessidade de facilitar a livre circulação de mercadorias, integrar os mercados de serviços, reduzir o impacto das barreiras fiscais e simplificar o enquadramento regulamentar. Nessa altura alcançaram-se progressos significativos no que respeita à abertura dos mercados dos transportes, das telecomunicações, da eletricidade, do gás e dos serviços postais.

Na sua comunicação «Uma melhor governação para o mercado único» ([COM\(2012\)0259](#)), a Comissão propôs medidas horizontais, privilegiando, nomeadamente, uma nova regulamentação, clara e de fácil execução, e uma melhor utilização das ferramentas informáticas existentes, de molde a ajudar os participantes a exercerem os seus direitos no âmbito do mercado único, bem como a criação de centros nacionais encarregados de supervisionarem o funcionamento do mercado único. Esta supervisão faz, entretanto, parte integrante dos relatórios anuais sobre a integração do mercado único no âmbito do Semestre Europeu.

D. Relançamento do mercado interno em 2010

Para dinamizar o mercado único europeu e fazer com que o público, os consumidores e as PME estejam no centro da política do mercado único, a Comissão publicou, em outubro de 2010, uma comunicação intitulada «Um Ato para o Mercado Único» ([COM\(2010\)0608](#)), em que apresentou uma série de medidas para impulsionar a economia da UE e criar postos de trabalho através de uma política do mercado único mais ambiciosa.

Em outubro de 2012, a Comissão apresentou o Ato para o Mercado Único II ([COM\(2012\)0573](#)) com vista a aprofundar o mercado único e libertar o seu potencial inexplorado enquanto motor de crescimento. Este Ato continha 12 ações fundamentais que as instituições da UE deviam adotar o sem demora. Estas ações centram-se nos quatro principais motores do crescimento, do emprego e da confiança: (1) redes integradas, (2) mobilidade dos cidadãos e das empresas além-fronteiras, (3) economia



digital e (4) ações suscetíveis de reforçarem a coesão e os benefícios para os consumidores.

O Ato para o Mercado Único II segue as pisadas de um conjunto inicial de medidas apresentadas pela Comissão — o Ato para o Mercado Único I — incluindo, além disso, as seguintes ações que visam um mercado único mais aprofundado e bem integrado:

- Mobilidade das empresas (por exemplo, através da introdução de disposições tendo em vista mobilizar investimentos de longo prazo, modernizar os procedimentos de insolvência e apoiar a criação de um ambiente que proporcione segundas oportunidades aos empresários em falência);
- Economia digital (a fim de alcançar progressos na conclusão do mercado único digital até 2015, a Comissão propõe que se promova o comércio eletrónico na UE simplificando os serviços de pagamento, reforçando a sua fiabilidade e tornando-os mais competitivos. Por outro lado, salienta a necessidade de abordar as principais causas da falta de investimentos em ligações de banda larga de elevado débito e de generalizar a faturação eletrónica nos procedimentos de contratação pública);
- Confiança dos consumidores (por exemplo, adotando medidas que assegurem um acesso generalizado a contas bancárias, comissões associadas às contas transparentes e comparáveis e uma mudança facilitada de conta bancária).

A Comissão tinha até à primavera de 2013 para apresentar todas as propostas legislativas fundamentais ligadas ao Ato para um Mercado Único II e até finais de 2013 para apresentar as propostas não legislativas. O Parlamento e o Conselho, por sua vez, foram convidados a aprovarem prioritariamente as propostas legislativas. Os progressos foram apresentados no estudo intitulado [#Single Market Act: State of Play](#)^[1].

Em 28 de outubro de 2015, a Comissão publicou uma comunicação intitulada «Melhorar o Mercado Único: mais oportunidades para os cidadãos e as empresas» ([COM\(2015\)0550](#)), em que coloca a tónica na necessidade de assegurar vantagens concretas para as pessoas na sua vida do dia-a-dia e de criar novas oportunidades para os consumidores, os profissionais e as empresas. Esta comunicação veio complementar os esforços da Comissão para impulsionar os investimentos, explorar o potencial do mercado único digital e melhorar a competitividade e o acesso a financiamentos. A estratégia visava igualmente assegurar o bom funcionamento do mercado interno da energia e promover e facilitar a mobilidade laboral, prevenindo, ao mesmo tempo, a utilização abusiva das regras neste domínio.

Atualmente, um dos desafios mais importantes do desenvolvimento do mercado interno é a aplicação da sua componente digital. Em maio de 2015, a Comissão adotou uma Estratégia para o Mercado Único Digital ([COM\(2015\)0192](#)), em que estabeleceu

[1]Este estudo tinha sido encomendado pelo Departamento Temático das Políticas Económicas e Científicas e da Qualidade de Vida do Parlamento Europeu, em nome da Comissão do Mercado Interno e da Proteção dos Consumidores (IMCO).



um programa legislativo intenso para a criação de uma economia digital europeia, a qual foi concluída pela oitava legislatura do Parlamento Europeu.

O PAPEL DO PARLAMENTO EUROPEU

O Parlamento tem sido a força motriz no processo conducente à criação do mercado interno. Em particular, na sua resolução de 20 de novembro de 1997, o Parlamento apoiou a ideia de transformar o mercado interno, até 2002, num mercado totalmente integrado com as características de um mercado nacional. Por outro lado, em várias resoluções adotadas em 2006 (designadamente nas de 12 de fevereiro, 14 de fevereiro, 16 de maio e 6 de julho), o Parlamento defendeu a ideia de que o mercado interno constitui um quadro e uma referência comuns para muitas políticas da UE.

O Parlamento desempenhou igualmente um papel ativo no relançamento do mercado interno. Na sua [resolução de 20 de maio de 2010](#) sobre um mercado único ao serviço dos consumidores e cidadãos, realçou que é necessário tomar medidas para informar mais eficazmente os consumidores e as PME, reforçar a sua posição no mercado único e aprofundar a confiança dos cidadãos. O Parlamento reagiu ao Ato para o Mercado Único com a aprovação de três resoluções em 6 de abril de 2011, nomeadamente: [#Governança e parceria no mercado único#](#), [#Um mercado único para os europeus#](#) e [#Um mercado único para as empresas e o crescimento#](#).

A [resolução do Parlamento, de 20 de abril de 2012](#) sobre um mercado único digital competitivo — a administração pública em linha como força motriz, sublinhou que é necessário um quadro jurídico claro e coerente para o reconhecimento mútuo da autenticação, da identificação e das assinaturas eletrónicas (necessário para garantir a operacionalidade dos serviços administrativos transfronteiras em toda a UE). A esta resolução seguiu-se a [resolução de 22 de maio de 2012](#) sobre o Painel de Avaliação do Mercado Interno.

Em 11 de dezembro de 2012, o Parlamento aprovou duas resoluções não legislativas relacionadas com o mercado interno, uma sobre [reforçar a confiança no Mercado Único Digital](#) e outra sobre [uma Estratégia para a Liberdade Digital na Política Externa da UE](#), na qual salientou o seu firme apoio ao princípio da neutralidade, o que significa que os fornecedores de serviços de Internet não devem bloquear, discriminar, prejudicar ou degradar, inclusivamente através do preço, a capacidade de qualquer pessoa utilizar um serviço para aceder, usar, enviar, publicar, receber ou oferecer um qualquer conteúdo, aplicação ou serviço da sua escolha, independentemente da fonte ou do alvo. Na mesma resolução, o Parlamento instou a Comissão e o Conselho a promoverem e a preservarem padrões elevados de liberdade digital na UE. O objetivo das resoluções consistia em desenvolver políticas e práticas tendentes ao estabelecimento de um verdadeiro mercado único digital na UE que atendessem a conjuntos de regras nacionais diferentes em domínios-chave, tais como o IVA, os serviços postais e os direitos de propriedade intelectual. Os princípios da neutralidade e da abertura da Internet, assim como a abolição das tarifas de itinerância (*roaming*) foram introduzidos no quadro de um pacote legislativo que estabelecia medidas relativas ao mercado único europeu das comunicações eletrónicas tendo em vista a concretização de um continente conectado ([COM\(2013\)0627](#)).



Em 7 de fevereiro de 2013, o Parlamento adotou uma [resolução](#) que continha recomendações à Comissão sobre a governação do mercado único e em que propunha o estabelecimento de um ciclo de governação do mercado único como pilar específico do Semestre Europeu. Além disso, em 25 de fevereiro de 2014, o Parlamento aprovou uma [resolução](#) sobre a governação do Mercado Único no âmbito do Semestre Europeu 2014, seguida da sua [resolução, de 27 de fevereiro de 2014](#), sobre a rede Solvit. Depois o Parlamento adotou, em 12 de abril de 2016, uma [resolução](#) intitulada «Para uma melhor regulamentação do Mercado Único», na qual sublinhou a necessidade de “eliminar a regulamentação desnecessária, a burocracia e os impactos negativos, realizando simultaneamente os objetivos políticos e propiciando um ambiente regulamentar competitivo propício ao emprego e às empresas na Europa”. A fim de facilitar o acesso em linha a informações, a procedimentos administrativos e a serviços de assistência necessários para os cidadãos e as empresas, o Parlamento defendeu a criação de uma plataforma digital única ([Regulamento \(UE\) n.º 2018/1724](#))^[2].

Em 9 de abril de 2015, o Parlamento aprovou uma [resolução](#) em que instou a Comissão a promover o comércio eletrónico. Em seguida, o Parlamento adotou a resolução de 19 de janeiro de 2016 sobre o «[rumo ao ato para o mercado único digital](#)», a que se seguiram numerosas medidas tendo em vista o desenvolvimento do mercado único digital, nomeadamente em domínios como a [economia colaborativa](#)^[3], as [plataformas em linha](#)^[4], a [inteligência artificial](#)^[5], entre outras.

O estudo intitulado «[Reducing costs and barriers for enterprises in the Single Market](#)» (publicado em fevereiro de 2016) salientou o potencial considerável do mercado único digital para reduzir os custos e os obstáculos na UE para os cidadãos e as empresas.

Outro estudo intitulado [#A Longer Lifetime for Products: Benefits for Consumers and Companies#](#) (publicado em abril de 2016), demonstrou o potencial do mercado único digital para tornar a economia da UE mais ecológica. Em 4 de julho de 2017, o Parlamento aprovou uma [resolução](#) sobre esse mesmo tema.

De acordo com outro estudo intitulado [#Social economy#](#) (publicado em março de 2016), o mercado único digital poderia até tornar a economia da UE mais social. O desenvolvimento da governação eletrónica e de serviços conexos como a saúde em linha são uma forma de alcançar esse objetivo, tal como consta no estudo intitulado «[Ubiquitous developments of the Digital Single Market](#)» (publicado em outubro de 2013).

[2]Regulamento (UE) 2018/1724 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 2 de outubro de 2018, relativo à criação de uma plataforma digital única para a prestação de acesso a informações, a procedimentos e a serviços de assistência e de resolução de problemas, e que altera o Regulamento (UE) n.º 1024/2012 (JO L 295 de 21.11.2018, p. 1).

[3]Resolução do Parlamento Europeu, de 15 de junho de 2017, sobre uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa, Textos Aprovados, [P8_TA\(2017\)0271](#).

[4]Resolução do Parlamento Europeu, de 15 de junho de 2017, sobre as plataformas em linha e o Mercado Único Digital, [P8_TA\(2017\)0272](#).

[5]Resolução do Parlamento Europeu, de 12 de fevereiro de 2019, sobre uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa, Textos Aprovados, [P8_TA-PROV\(2019\)0081](#).



Estudos recentes indicam que os princípios da livre circulação de bens e de serviços e a legislação neste domínio geram benefícios na ordem dos 985 mil milhões de euros por ano^[6].

Mariusz Maciejewski / Christina Ratcliff / Andreea Dobrita
05/2019

[6]Poutvaara P. e outros, *Contribution to Growth: Free Movement of Goods. Delivering Economic Benefits for Citizens and Businesses* (2019), elaborado pelo Departamento Temático A a pedido da Comissão 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) e Pelkmans J. e outros, *Contribution to Growth: The Single Market for Services. Delivering Economic Benefits for Citizens and Businesses* (2019), elaborado pelo Departamento Temático A a pedido da Comissão IMCO [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2019/631063/IPOL_IDA\(2019\)631054_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2019/631063/IPOL_IDA(2019)631054_EN.pdf)

