

EL MERCADO INTERIOR: PRINCIPIOS GENERALES

El mercado interior constituye un espacio que fomenta la prosperidad y posibilita la libre circulación de mercancías, servicios, personas y capitales. Su condición de mayor mercado único del mundo favorece la creación de puestos de trabajo, impulsa oportunidades de negocio y contribuye a promover los estándares europeos a escala mundial. La Unión Europea aspira a eliminar las barreras restantes para garantizar, de este modo, que tanto las empresas como los ciudadanos puedan obtener todos los beneficios del mercado interior, que es un factor clave para la competitividad europea.

BASE JURÍDICA

Artículo 3, apartado 3, del Tratado de la Unión Europea (TUE) y artículo 3, apartado 1, letra b), artículo 4, apartado 2, letra a), y artículos 26, 27, 114 y 115, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE).

OBJETIVOS

El mercado común (más tarde denominado «mercado único» o «mercado interior»), establecido por el Tratado de Roma en 1958, 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 de Europa». El Acta Única Europea de 1986 introdujo en este Tratado 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».

Para velar por una competencia leal en el mercado común, el Tratado de Roma prohibió toda acción que impidiera, restringiera o distorsionara la competencia, con algunas excepciones específicas. También otorgó a la Comisión la función de hacer cumplir estas normas. En la actualidad, las normas de competencia de la Unión siguen siendo esenciales para el correcto funcionamiento del mercado interior de la UE ([2.5.12](#)).

Algunos países no pertenecientes a la Unión —los que forman parte del Espacio Económico Europeo: Noruega, Islandia y Liechtenstein— también adaptan sus normas a las del mercado único, lo que hace que sus efectos se extiendan más allá de la UE. Suiza también comercia con el mercado único a través de acuerdos bilaterales con la Unión.

RESULTADOS

A. El mercado común

El mercado común, principal objetivo del Tratado de Roma, pudo establecerse gracias a la unión aduanera de 1968, la eliminación de las cuotas, la libre circulación de ciudadanos y trabajadores y la consecución de cierto grado de armonización fiscal mediante la introducción generalizada del impuesto sobre el valor añadido en 1970. No obstante, el libre comercio de mercancías y servicios y la libertad de

establecimiento seguían estando limitados por prácticas anticompetitivas impuestas por las autoridades públicas.

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

El enfoque inicial de la armonización legislativa detallada —recogido en el Tratado de Roma— y la necesidad de unanimidad en el Consejo se consideraron obstáculos para el progreso. La situación cambió a raíz de determinadas sentencias importantes del Tribunal de Justicia de la Unión Europea en los años setenta del siglo pasado. En el [asunto Dassonville \(asunto 8/74\)](#), el Tribunal amplió el alcance de lo que debía considerarse como medida restrictiva del comercio dentro del mercado común. En el [asunto Cassis de Dijon \(asunto 120/78\)](#), el Tribunal introdujo el principio de reconocimiento mutuo de los productos legalmente producidos y comercializados en la Unión. Estas sentencias revitalizaron el debate sobre el comercio intercomunitario y orientaron a la por entonces Comunidad Económica Europea hacia la realización del mercado interior.

El [Acta Única Europea](#) entró en vigor el 1 de julio de 1987 y reforzó los mecanismos de toma de decisiones para el 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. Para 1992, más del 90 % de los actos legislativos enumerados en el Libro Blanco de 1985 de la Comisión dirigido al Consejo Europeo y titulado «Completing the internal market» (Realización del mercado interior) ya habían sido aprobados, principalmente por mayoría cualificada. El mercado único se creó en 1993.

C. Hacia una responsabilidad compartida para la realización del mercado interior: período 2003-2010

El mercado interior ha contribuido considerablemente a la prosperidad e integración de la economía de la Unión. La 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 consiguieron progresos significativos en lo que a la apertura de los servicios de transportes, las telecomunicaciones, la electricidad, el gas y correos se refiere.

D. La reactivación en 2010: una nueva estrategia para el mercado único

Tras la crisis financiera y económica que comenzó en 2008, quedó claramente de manifiesto la necesidad de reactivar el mercado único a fin de reforzar la confianza y estimular el crecimiento económico. Para ello, y tras el [informe de Mario Monti publicado en 2010](#), la Comisión presentó una serie de medidas destinadas a impulsar la economía de la Unión y crear empleo al hacer de los ciudadanos, los consumidores y las pequeñas y medianas empresas (pymes) el eje central de una política de mercado único más ambiciosa.

En octubre de 2010, la Comisión publicó una Comunicación titulada «[Hacia un Acta del Mercado Único](#)». A continuación, en abril de 2011, presentó el [Acta del Mercado Único](#), que establecía doce prioridades para estimular el crecimiento y reforzar la confianza en la economía. En 2012 se sumaron el [Acta del Mercado Único II](#) y la

Comunicación de la Comisión titulada «[Mejorar la gobernanza del mercado único](#)», con miras a seguir desarrollando y aprovechando su potencial aún sin explotar como motor de crecimiento.

En octubre de 2015, la Comisión publicó una Comunicación titulada «[Mejorar el mercado único: más oportunidades para los ciudadanos y las empresas](#)». Además, en abril de 2019 se adoptó la [Directiva \(UE\) 2019/633 relativa a las prácticas comerciales desleales](#).

En mayo de 2015, la Comisión adoptó la [Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa](#), en la que se establece un intenso programa legislativo para construir una economía digital europea. En la [agenda de la UE para 2019-2024](#), la Comisión definió claramente el fortalecimiento del mercado único digital como una de sus principales líneas de trabajo. Este compromiso se renovó mediante la [Comunicación de la Comisión de febrero de 2020 titulada «Configurar el futuro digital de Europa»](#).

E. El mercado interno reacciona ante la pandemia de COVID-19 y la agresión militar de Rusia contra Ucrania

Durante la pandemia de COVID-19, la Comisión volvió a hacer hincapié, en su [Comunicación titulada «El momento de Europa: reparar los daños y preparar el futuro para la próxima generación»](#), en que la digitalización del mercado único sería un pilar esencial en la futura recuperación de la Unión.

En abril de 2021, las instituciones de la Unión acordaron establecer el [Programa para el Mercado Único mediante el Reglamento \(UE\) 2021/690](#), un instrumento de financiación de la UE (por un valor de 4 200 millones EUR para el período 2021-2027) para apoyar la recuperación de Europa tras la pandemia de COVID-19.

Además, en respuesta a la crisis de la COVID-19, así como a la guerra de agresión de Rusia contra Ucrania, el [Reglamento \(UE\) 2024/2747, por el que se modifica el Reglamento de Emergencia y Resiliencia del Mercado Interior](#), estableció un sistema global de preparación y respuesta a las crisis dentro del mercado único.

F. El mercado único celebra su trigésimo aniversario: un nuevo impulso

En marzo de 2023, la Comisión publicó una [Comunicación titulada «El mercado único cumple treinta años»](#) en la que proponía una mayor integración, para lo que sería necesario hacer frente a los obstáculos en ámbitos clave, como los sectores de los servicios, los capitales, la energía, el entorno digital y los datos.

En 2024, dos análisis muy destacados, realizados a petición de los dirigentes de la UE y plasmados en sendos informes de [Enrico Letta](#) y [Mario Draghi](#), coincidieron en señalar que el mercado único sigue estando muy fragmentado. Ambos constataron que las finanzas, la energía, la innovación, las telecomunicaciones, la defensa y el espacio constituían ámbitos prioritarios para la profundización del mercado único.

G. La Estrategia para el Mercado Único y su simplificación

Tal y como anunció en su [Comunicación titulada «Una Brújula para la Competitividad de la UE»](#), la [Comisión presentó, en mayo de 2025, una nueva estrategia para el mercado único](#) con el objetivo de eliminar los obstáculos restantes dentro del mercado único. En ella se define lo que se llamó los «terribles diez», es decir, los diez obstáculos más perjudiciales para el mercado único, y se pone el foco de atención en el mercado

de servicios, las pymes y la digitalización, así como en el cumplimiento de la normativa del mercado único. Esta estrategia se acompañó de un [paquete de simplificación](#) — perteneciente a una serie de paquetes de simplificación ómnibus adoptados por la Comisión— con miras a simplificar las normas y reducir la carga administrativa para las empresas.

PAPEL DEL PARLAMENTO EUROPEO

A. Consideraciones generales

El Parlamento fue el impulsor del proceso que desembocó en el desarrollo del mercado interior. Concretamente, en una Resolución de 1997, respaldó la idea de transformar el mercado interior en un mercado único plenamente integrado a más tardar en 2002. En varias Resoluciones aprobadas en 2006, el Parlamento apoyó la idea de que el mercado interior constituyese un marco común y un punto de referencia para muchas de las políticas de la Unión.

Además, el Parlamento ha desempeñado un papel activo en la reactivación del mercado interior. En su [Resolución 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 un mercado único para los europeos](#) y [sobre un mercado único para las empresas y el crecimiento](#).

El Parlamento se ha mostrado igualmente activo en la gobernanza del mercado único. El 7 de febrero de 2013, aprobó una [Resolución con recomendaciones destinadas a la Comisión sobre la gobernanza del mercado único](#), por la que se solicitaba el establecimiento de un ciclo de gobernanza del mercado único como pilar específico del Semestre Europeo. Además, en 2014 aprobó una [Resolución sobre la gobernanza del mercado único en el marco del Semestre Europeo 2014](#), seguida de una [Resolución sobre Solvit](#), un servicio para toda la UE que ofrece soluciones a problemas relativos a los derechos de la Unión. Más tarde, el Parlamento aprobó en 2016 una [Resolución sobre el tema «Hacia una mejor regulación del mercado único»](#).

En 2016, varios estudios encargados por la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (IMCO) hicieron hincapié en el cambio de la economía de la Unión hacia unas políticas con un enfoque más digital, ecológico y social^[1]. Sobre esta base, [el Parlamento pidió un mercado único más innovador, profundo y justo](#).

[1] Entre estos estudios destacan: Godel, M. I., y otros, [Reducing Costs and Barriers for Businesses in the Single Market](#) (Reducción de los costes y los obstáculos para las empresas en el mercado único), 2016; Montalvo, C., y otros, [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), 2016; y Liger, Q., y otros, [Social Economy](#) (Economía social); todos ellos realizados a petición de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor y publicados por el Departamento Temático de Políticas Económicas y Científicas y de Calidad de Vida del Parlamento Europeo, Luxemburgo, 2016. A continuación se ofrecen otros ejemplos: Ström, P., [The European Services Sector and the Green Transition](#) (El sector de los servicios europeo y la transición ecológica), 2020; Núñez Ferrer, J., [The EU's Public Procurement Framework](#) (El marco de contratación pública de la Unión), 2020; Keirsbilck, B., y otros, [Sustainable Consumption and Consumer Protection Legislation](#) (Consumo sostenible y legislación sobre protección del consumidor), 2020; y Marcus, J. S., y otros, [The impact of COVID-19 on the Internal Market](#) (El impacto de la COVID-19 en el mercado interior); todo ellos realizados a petición de la Comisión

A los ciudadanos y las empresas de la Unión, especialmente cuando se encuentran en otros Estados miembros de la UE distintos al suyo, a menudo les resulta difícil comprender las normas aplicables. El [Parlamento abogó firmemente por la adopción de la «pasarela digital»](#) (Reglamento (UE) 2018/1724) para proporcionar acceso en línea a la información y los servicios de asistencia que los ciudadanos y las empresas de la Unión puedan necesitar en otro país de la UE.

En un estudio publicado en noviembre de 2020, titulado [Legal obstacles in Member States to Single Market rules](#) (Obstáculos jurídicos a las normas del mercado único en los Estados miembros), se constató que, si bien el mercado único de la Unión era un ejemplo de gran éxito de la integración del mercado, en los Estados miembros persistían ciertos obstáculos que impedían alcanzar todo el potencial del mercado único. En el estudio se solicitaba un control más local de las normas nacionales propuestas que pudieran entrar en conflicto con las normas y los principios del mercado único.

Uno de estos ámbitos de conflicto es la libre circulación de servicios. El 20 de enero de 2021, el Parlamento aprobó una [Resolución sobre el refuerzo del mercado único](#) en la que se destaca la necesidad de garantizar la aplicación de las normas del mercado único en materia de servicios, así como de mejorar las acciones coercitivas de la Comisión.

El 23 de noviembre de 2022, el Parlamento y el Consejo firmaron el [Reglamento \(UE\) 2022/2399 por el que se establece el entorno de ventanilla única de la Unión Europea para las aduanas](#). Su objetivo es facilitar el comercio internacional reduciendo la carga administrativa y los costes mediante el uso de herramientas digitales. Así, las empresas y los comerciantes podrán facilitar los datos aduaneros y no aduaneros necesarios para el despacho de mercancías y cumplir con las formalidades en un único portal en un Estado miembro determinado.

En enero de 2023, el Parlamento aprobó una [Resolución sobre el trigésimo aniversario del mercado único](#), en la que se pone de relieve la importancia del mercado único como motor de la integración europea y columna vertebral de su economía. No obstante, en la Resolución se advierte de que estos logros no pueden darse por sentados y se pide un compromiso renovado por parte de los Estados miembros y otras instituciones de la Unión a fin de seguir reforzando el mercado único, en particular en ámbitos como los servicios, la energía, las telecomunicaciones y el mercado único digital.

En julio de 2023, en su [informe sobre la propuesta de Reglamento por el que se establece el Instrumento de Emergencia del Mercado Único](#), la Comisión IMCO apoyó el Instrumento de Emergencia del Mercado Único y sugirió que este pasara a denominarse Reglamento de Emergencia y Resiliencia del Mercado Interior, a fin de facilitar una mejor preparación frente a futuras crisis.

En octubre de 2023 se publicó un [estudio sobre la vigilancia del mercado para una protección eficaz de los consumidores en la Unión](#), en el que se subrayaba el papel destacado de las autoridades de vigilancia del mercado a la hora de garantizar que los productos cumplan las normas de salud, seguridad y medio ambiente, y se formulaban

de Mercado Interior y Protección del Consumidor y publicados por el Departamento Temático de Políticas Económicas y Científicas y de Calidad de Vida del Parlamento Europeo, Luxemburgo, 2021.

recomendaciones clave para subsanar las carencias de la vigilancia del mercado y velar por la protección firme de los consumidores.

Con el objetivo de defender un mercado único más sólido, en septiembre de 2025 el Parlamento aprobó una [Resolución sobre la racionalización de las normas para reforzar el mercado único de la Unión](#) en la que se insta a la Comisión a garantizar que los esfuerzos de simplificación no socaven la eficacia de las normas sociales, medioambientales y en materia de protección de los consumidores. Asimismo, el Parlamento solicitó que se llevara a cabo una aplicación más rigurosa de las normas del mercado único y se evitara, así, la fragmentación.

B. El mercado único y la superación de la COVID-19

La pandemia de COVID-19 afectó notablemente a la libre circulación de mercancías en el mercado interior. Como respuesta a esta situación, el 17 de abril de 2020 el Parlamento aprobó una [Resolución sobre la acción coordinada de la Unión para luchar contra la pandemia de COVID-19 y sus consecuencias](#).

En febrero de 2021, se presentó ante la Comisión IMCO un [estudio sobre los efectos de la COVID-19 en el mercado interior](#), en el que se puso de manifiesto que los cierres iniciales de las fronteras y otras medidas adoptadas por los Estados miembros redujeron significativamente la libre circulación no solo de mercancías, sino también de servicios y personas en el mercado interior. Ese mismo mes, el Parlamento y el Consejo establecieron el [Mecanismo de Recuperación y Resiliencia](#), que reivindicaba la idea de que, para la recuperación sostenible de un mercado interior que funcionara correctamente, era necesario contar con pymes sólidas. La [Resolución del Parlamento sobre la lucha contra los obstáculos no arancelarios y no fiscales en el mercado único de 2022](#) es muy pertinente en este sentido, ya que no solo aborda los obstáculos generales y persistentes a la libre circulación de mercancías y la libre prestación de servicios, sino que también examina de forma específica cómo la COVID-19 y las respuestas políticas a la pandemia supusieron un obstáculo para las cuatro libertades del mercado único (libre circulación de bienes, capitales, servicios y personas).

Para obtener más información sobre este tema, véase el [sitio web de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor](#).

Costanza Pierdonati
10/2025