

REPORT

# El mercado único: una vía hacia la competitividad y la resiliencia

Cómo unas políticas simplificadas y racionalizadas pueden ayudar a desplegar el potencial del mercado único, especialmente para que las pequeñas y medianas empresas innovadoras españolas crezcan y ganen en competitividad global



El 1 de julio, Suecia traspasó la Presidencia del Consejo de la UE a España.

Basado en una encuesta a pymes españolas, entrevistas y un detallado estudio de las publicaciones pertinentes, este informe ofrece una perspectiva nacional sobre cómo un ambicioso relanzamiento del mercado único puede ayudar a las pymes a crecer para competir a escala mundial.

Nuestro trabajo es la continuación del informe Reboot of the Single Market - How to support the growth of SMEs through a strong and united Single Market (Relanzamiento del mercado único. Cómo apoyar el crecimiento de las pymes mediante un mercado único fuerte y unido), publicado en noviembre de 2022. Este informe enumera 11 iniciativas políticas concretas y de gran impacto para impulsar el funcionamiento eficaz del mercado único.

Combinadas, las 11 recomendaciones ofrecen una hoja de ruta para un mercado único más fuerte y unido, dejando a cargo de las instituciones responsables de la UE la formulación y la aplicación detalladas de las políticas.

El trabajo global fue encargado por Amazon y realizado por Implement Consulting Group como una evaluación independiente de cómo una mayor integración del mercado único europeo puede favorecer el crecimiento y la resiliencia de España.

El trabajo cuenta con el apoyo de un grupo asesor compuesto por representantes de la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME) y de Amazon. Como parte del estudio, se realizó una encuesta entre los miembros de CEPYME y un grupo más amplio de pymes españolas; sus resultados representan los puntos de vista de las pymes españolas que hacen negocios en el mercado único.

## Resumen ejecutivo

El 1 de julio, Suecia traspasó la Presidencia de turno de la UE a España. El Gobierno español asumió esta importante responsabilidad en un momento en que es crucial que la UE se mantenga firme y unida en torno a los valores fundamentales de apertura y democracia.

En su treinta aniversario, el mercado único sigue considerándose el motor de la sociedad y la economía de la UE. Para que continúe siendo un factor clave para la competitividad de la UE, es esencial seguir reduciendo las barreras y fomentando la integración; en particular, es necesario volver a centrarse en hacer cumplir las normas vigentes del mercado único y en eliminar los obstáculos a nivel de los Estados miembros.<sup>1</sup> Por ello, con motivo del final de la Presidencia sueca, los líderes europeos aprovecharon para pedir un informe independiente de alto nivel sobre el futuro del mercado único.<sup>2</sup>

El Gobierno español estableció como una de sus prioridades fomentar el mercado único durante su Presidencia de la UE.<sup>3</sup> En la Declaración de Granada, en un ejercicio de definición de las orientaciones y prioridades políticas generales de la UE para los próximos años, el Gobierno español y el resto de los dirigentes europeos afirmaron:<sup>4</sup>

«Seguiremos esforzándonos por construir un mercado interior más cohesionado, impulsado por la innovación e interconectado, preservando su integridad, sus cuatro libertades, su dimensión social y su apertura, garantizando la igualdad de condiciones y reduciendo la carga administrativa, en particular para las pymes.»

El presente informe recoge la llamada a la acción de las pymes españolas, que señalan la necesidad de seguir esforzándose por simplificar y racionalizar las políticas europeas para aprovechar plenamente el potencial del mercado único.

Basado en una encuesta a 153 pymes españolas, entrevistas y un detallado estudio de las publicaciones pertinentes, este informe ofrece una perspectiva nacional sobre lo que necesitan las pymes españolas y cómo un ambicioso relanzamiento del mercado único puede ayudarlas a crecer para competir a escala mundial. Las principales conclusiones son:

- **Simplificar y racionalizar la regulación y las cargas administrativas facilitará que las pymes pongan en valor todo el potencial del mercado único** | Los diferentes requisitos normativos se citan como uno de los mayores obstáculos para que las pymes españolas puedan incrementar su actividad comercial en el mercado único. El 71 % de las pymes considera que los obstáculos regulatorios aumentan sus costes, el 70 % afirma que las diferencias normativas erosionan su competitividad y el 66 % registra menores beneficios por los anteriores motivos. Las pymes españolas confirman que poner coto a la burocracia aumentará las exportaciones intracomunitarias, facilitará el aprovisionamiento dentro del mercado único y reducirá las trabas para participar en la contratación pública transfronteriza en el mercado único. Todo ello estimulará el crecimiento y la creación de empleo en Europa.

- **Acelerar el uso de herramientas digitales estimulará las exportaciones** | La digitalización desempeña un papel vital para impulsar el crecimiento, generar oportunidades de empleo y contribuir a un futuro sostenible. A pesar de que, según la actualización del Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI) de la UE, España ha mejorado su posición y se sitúa ahora por encima de la media de la UE (puntuación de 61 frente a una media comunitaria de 52), todavía existe un importante margen de mejora. El 96 % de las pymes españolas cree que un mayor uso de las herramientas digitales puede ayudar a su empresa a vender más en el mercado único, y reclaman una mejora de las infraestructuras digitales, más servicios públicos digitales y una mayor cantidad de capital humano en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación para avanzar en su digitalización (en concreto, subrayan la importancia de reforzar y mejorar el Kit Digital).
- **11 recomendaciones para un ambicioso relanzamiento del mercado único** | La encuesta a las pymes y los casos empresariales de este informe confirman que las iniciativas políticas propuestas por las pymes suecas y descritas en el informe *Reboot of the Single Market - How to support the growth of SMEs through a strong and united Single Market* (Relanzamiento del mercado único. Cómo apoyar el crecimiento de las pymes mediante un mercado único fuerte y unido) también ayudarán a las pymes españolas a crecer a través del mercado único. Por ello, en este informe también se han destacado 11 iniciativas políticas concretas para reforzar el funcionamiento eficaz del mercado único, y se ha resaltado su relevancia para las pymes españolas mediante casos empresariales.

## Establecer una visión audaz y ambiciosa del mercado único

España forma parte del mercado único desde su establecimiento el 1 de enero de 1993; hecho que ha servido para que entre 1995 y 2015 haya incrementado de forma permanente su PIB per cápita en un 1,8 %, haya creado 324.000 empleos y haya aumentado el poder adquisitivo de los ciudadanos en 620 euros.<sup>5</sup> La creación del mercado único hizo necesario armonizar la legislación y establecer normas comunes con el fin de garantizar que las empresas nacionales y extranjeras estén sujetas a los mismos requisitos, fomentando la competencia leal y en igualdad de condiciones para desarrollar actividades comerciales transfronterizas en el mercado único. Garantizar las cuatro libertades del mercado único requiere una revisión y actualización continuas de la normativa europea para adaptarla a la evolución tecnológica, el contexto geopolítico y los principales retos de la sociedad.

Para volver a situar el mercado único en el centro de la agenda política de la UE, proponemos que se adopte una ambiciosa estrategia de mercado único que garantice que la fragmentación normativa no limite innecesariamente el comercio y haga aumentar los costes de las pymes, como ocurre en el caso de Café Saula.



**Café Saula** es un productor de café especializado con una importante presencia en España. El actual mosaico de directivas, reglamentos y leyes nacionales incrementa sus costes de transacción. La compañía estima que el peso de sus ventas en internet aumentaría del 10% al 20% del total si se eliminasen los obstáculos regulatorios del mercado único, lo que repercutiría positivamente en la creación de empleo en España.

Asimismo, instamos a la Comisión a que adopte medidas concretas para garantizar que la normativa comunitaria vigente no imponga cargas administrativas innecesarias a las pymes. Es imprescindible la mejora del acceso a la información, por ejemplo, dando a conocer a las pymes las posibilidades que ofrece SOLVIT, la red de administraciones nacionales que, bajo los auspicios de la Comisión Europea, actúa para ofrecer una

alternativa más rápida e informal en comparación con la apelación a los tribunales, la presentación de una queja formal a la Comisión o el inicio de una petición. Conseguir que los centros SOLVIT intervengan de forma proactiva en casos estructurales y fomentar un mayor conocimiento de SOLVIT puede ayudar a las pymes, tales como Air Rail, cuando se enfrenten a problemas para hacer negocios en el mercado único.



**Air Rail** vende, alquila y produce maquinaria para los sectores aeroportuario y ferroviario. Esta empresa dedica una cantidad considerable de tiempo y recursos a buscar información sobre los requisitos locales, adaptar su maquinaria a las normas nacionales y obtener las autorizaciones formales. Si las regulaciones fueran las mismas en todos los Estados miembros, o si se garantizara el acceso a la información cuando las regulaciones son diferentes, la empresa podría expandirse y emprender proyectos comerciales que duplicarían su facturación en los próximos tres años.

Otra forma de reducir las cargas es aplicar una prueba de flujo de datos consistente en garantizar que la aplicación de las normas de protección de datos no cree cargas injustificadas para las pymes. Esto daría a las empresas, tales como Agropal, la posibilidad de impugnar las decisiones relativas a la protección de datos que se consideren desproporcionadas.



**Agropal** es una empresa que opera en diversos ámbitos dentro del sector ganadero, centrándose principalmente en el diseño y equipamiento de instalaciones ganaderas y, en particular, de porcino. Entre otros obstáculos normativos y burocráticos, Agropal se ha enfrentado a problemas relacionados con las leyes nacionales de protección de datos, que exigen a la empresa un tiempo y unos recursos financieros considerables no solo para obtener información sobre las leyes nacionales, sino también para cumplirlas. Una «prueba de flujo de datos» de la normativa actual y de la nueva ayudaría a garantizar que los requisitos de protección de datos cumplen los efectos previstos, sin imponer cargas desproporcionadas a las empresas.

<p><b>#1</b> Adoptar una estrategia ambiciosa para el mercado único</p>	<p>Adoptar una estrategia para el mercado único que vuelva a situarlo claramente al frente del proyecto de integración, la transición ecológica y la agenda de innovación de la UE. La estrategia debe adoptar un enfoque holístico de todo el itinerario de las empresas y los consumidores, así como reducir el impacto de la regulación en todos los pilares del mercado único.</p>
<p><b>#2</b> Reforzar SOLVIT mediante la creación de un Defensor del Mercado Único en cada Estado miembro de la UE y hacer que SOLVIT intervenga de forma más proactiva en los casos estructurales y dé a conocer sus servicios</p>	<p>Designar un Defensor del Mercado Único (al frente de SOLVIT o en colaboración con esta) en cada Estado miembro como órgano nacional independiente con acceso a vías de recurso efectivas. Crear una red de Defensores del Mercado Único bajo los auspicios de la Comisión Europea para salvaguardar una interpretación uniforme de las normas comunitarias en los Estados miembros.</p>
<p><b>#3</b> Realizar una prueba de flujo de datos de todas las normativas de la UE actuales y nuevas</p>	<p>Llevar a cabo una prueba de flujo de datos que reconozca la primacía del principio de protección de datos en la UE, pero que limite el riesgo de crear cargas injustificadas al aplicar las normas de protección de datos. De este modo se brinda a las empresas la posibilidad de impugnar legalmente las decisiones sobre protección de datos que se consideren desproporcionadas.</p>

## Garantizar la correcta transposición de la normativa europea y simplificar los procedimientos administrativos

Las directivas de la Unión solo pueden surtir los efectos previstos, si se incorporan completa y correctamente a la legislación nacional dentro del plazo establecido. Un comercio fluido en el mercado único exige menos y mejores normas, así como una incorporación completa, correcta e inmediata de la legislación europea al ámbito nacional. Se estima que la eliminación en todos los Estados miembros de los obstáculos derivados de la aplicación incompleta de las normas comunitarias aumentaría de forma permanente el PIB per cápita de España en un 0,6 %, y que el incremento de la producción de bienes y servicios podría crear 99.000 puestos de trabajo.<sup>6</sup>

Proponemos a la Comisión que adopte nuevas iniciativas destinadas a eliminar las lagunas existentes respecto al cumplimiento de la normativa vigente y que utilice el conjunto de instrumentos de la Política de Mejora Regulatoria (Better Regulation) de la Unión Europea (por ejemplo, el test pyme y el concepto de «pensar primero a pequeña escala», el requisito de «preparados para lo digital» y el principio de «solo una vez» en las relaciones con la administración pública) para garantizar que las nuevas normas de la UE se diseñen de forma que sean fáciles de aplicar y funcionen para las pymes, tales como Nortem BioGroup.



**Nortem BioGroup** comercializa productos alimenticios, de limpieza, cosméticos y complementos alimenticios naturales y ecológicos en España y en toda Europa. La empresa calcula que se tarda entre 3 y 12 meses en introducirse en un nuevo país, ya que se necesita tiempo para garantizar el cumplimiento de la normativa nacional y de la UE. Sería de gran ayuda el hecho de disponer de más sistemas de ventanilla única de información sobre los requisitos nacionales y para la presentación de documentación. Además, un uso más exhaustivo del conjunto de instrumentos «Legislar mejor» contribuirá a garantizar que la normativa de la Unión se diseñe de forma que se adapte a las necesidades de las empresas y responda a las preocupaciones específicas de las pymes.

<p>#4 Actualizar el Semestre Europeo para que incluya recomendaciones sobre cómo armonizar la aplicación de la normativa comunitaria y eliminar las lagunas en materia de cumplimiento</p>	<p>Incentivar a los Estados miembros para que apliquen correctamente las normas de la Unión Europea, integrando en el Semestre Europeo recomendaciones para eliminar las lagunas en materia de cumplimiento y armonizar la aplicación de la normativa comunitaria, basándose en una combinación de mecanismos de vigilancia y posibles sanciones.</p>
<p>#5 Reforzar el uso del conjunto de instrumentos de la Política de Mejora Regulatoria (Better Regulation) integrando su aplicación en el diseño de nuevas normativas y respetando sistemáticamente los requisitos de evaluación de impacto</p>	<p>El diseño de nuevas normas debe tener muy presente su fase de implementación y cumplir con el requisito de realizar evaluaciones de impacto. Las evaluaciones de impacto son fundamentales para evitar nuevas normas mal concebidas y para garantizar que estas alcancen el objetivo de la política, reconociendo las consecuencias no deseadas y/o posibles desventajas.</p>

## Eliminar los obstáculos regulatorios al comercio para crear un mercado único de productos ecológicos y circulares

La actualización del Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) de España ha fijado como objetivo una potencia total instalada en el sector eléctrico de 214 GW para 2030, de los cuales 160 GW se prevé que procedan de generación renovable. Las estimaciones iniciales indican que 62 GW procederán de la energía eólica, 76 GW de la solar fotovoltaica, 14,5 GW de la hidroeléctrica y 4,8 GW de la solar termoeléctrica.<sup>7</sup> El PNIEC prevé inversiones por valor de 294.000 millones de euros durante el periodo 2021-2030 (de las cuales el 40 % se destinará a energías renovables).<sup>8</sup> Los obstáculos al comercio de estas y otras tecnologías climáticas hacen más costosa la transición ecológica para países como España y corren el riesgo de ralentizarla.

Con este estudio, ofrecemos una hoja de ruta que expone un enfoque iterativo para identificar y eliminar los obstáculos normativos al comercio de bienes y servicios climáticos en el mercado único. En cuanto a iniciativas concretas, presentamos la petición de las pymes españolas de diseñar el pasaporte digital europeo de forma que les facilite ser más circulares y cumplir la nueva normativa comunitaria.

#6 Identificar y eliminar los obstáculos regulatorios al comercio de bienes y servicios climáticos en el mercado único	Identificar y eliminar los obstáculos regulatorios al comercio de bienes y servicios climáticos en el mercado único para acelerar la descarbonización estructurando las señales del mercado, incentivando la innovación y reduciendo el precio de las nuevas tecnologías. Elaborar una hoja de ruta para eliminar los principales obstáculos y supervisar su aplicación.
#7 Diseñar el pasaporte digital europeo de productos de forma que facilite el trabajo circular de las empresas	Introducir un Pasaporte Digital de Productos bien diseñado y basado en las aportaciones de las partes interesadas, incluidas las pymes. De este modo se minimizaría el riesgo de que las cargas y los costes administrativos para las empresas reduzcan el potencial del pasaporte para apoyar la circularidad y creen una falta de cohesión dentro del mercado único.

## Utilizar herramientas digitales para reducir costes y crear condiciones que favorezcan el crecimiento

Según la experiencia de las pymes españolas que participaron en la encuesta, la eficiencia y la eficacia de la legislación comunitaria se ven mermadas a menudo por un elevado grado de complejidad en su aplicación real. Las pymes españolas animan a la Comisión a aplicar herramientas y soluciones digitales que reduzcan los costes de recopilación, actualización y uso de la información. Un único número de identificación a efectos del IVA y una ventanilla única del IVA (OSS) ampliada pueden ayudar a las empresas a ahorrar tiempo y dinero a la hora de realizar el registro del IVA en otros Estados miembros. El etiquetado digital, por ejemplo, puede reducir los costes de una pyme como GloriaPets. Asimismo, la Comisión debe garantizar que el desarrollo de nuevas directivas europeas (en particular en el ámbito ASG) no favorezca la fragmentación del mercado único en los próximos años.



**Segeda** está especializada en la fabricación de maquinaria y en mecanizados. La empresa lleva 41 años desarrollando su actividad y, en la actualidad, exporta a países de dentro y fuera de la UE. Segeda se enfrenta a considerables dificultades en relación con los procedimientos del IVA. Crear un único número de identificación a efectos del IVA en la UE y ampliar la OSS del IVA para que abarque todas las transacciones de bienes permitiría a Segeda cumplir sus obligaciones en materia de IVA utilizando un único número de registro. Esto ayudaría a reducir la complejidad y disminuir los costes asociados al registro del IVA.



**GloriaPets** está especializada en accesorios para mascotas y ha invertido en el desarrollo de su propia marca. A la empresa le resulta difícil cumplir los requisitos de etiquetado nacionales en los distintos mercados europeos. Este problema es especialmente pronunciado en el caso de las etiquetas físicas, que deben aumentarse e imprimirse por separado para los diferentes países de la UE. La empresa considera que el etiquetado digital reduciría los costes y le permitiría aumentar sus ventas entre 3 y 4 millones de euros.

<p>#8 Crear una ventanilla única para los sistemas de responsabilidad ampliada del productor (RAP) de los Estados miembros</p>	<p>Establecer un enfoque verdaderamente armonizado de la RAP: una solución de ventanilla única digital centralizada y actualizada que facilite el registro y la notificación únicos de la RAP en todos los Estados miembros a nivel de producto.</p>
<p>#9 Crear un único número de identificación a efectos del IVA y ampliar la ventanilla única del IVA</p>	<p>Simplificar los procedimientos del IVA creando un único número de identificación a efectos del IVA en la UE y ampliando el concepto actual de ventanilla única del IVA para que abarque todas las transacciones de bienes (incluida la ubicación de existencias a escala europea y las ventas posteriores).</p>
<p>#10 Reconocer el etiquetado digital como un verdadero sustituto del etiquetado físico</p>	<p>Adaptar los requisitos de etiquetado de la UE a la era digital ofreciendo a los fabricantes la opción de comercializar sus productos digital o físicamente, reconociendo las etiquetas digitales como verdaderos sustitutos de las etiquetas físicas en todos los grupos de productos y Estados miembros. Asimismo, la Comisión debe garantizar que el etiquetado físico solo contenga la información mínima esencial.</p>
<p>#11 Crear las condiciones para el desarrollo de pagos transfronterizos fáciles, rápidos, fiables y de bajo coste, tanto para los pagos en euros como en otras monedas</p>	<p>Crear un marco más competitivo para los pagos transfronterizos a fin de garantizar que los ciudadanos de la Unión Europea tengan acceso a una gama diversa de proveedores, todos los cuales operen en un entorno abierto y competitivo, incluidas las entidades financieras tradicionales, así como los bancos, los proveedores tecnofinancieros y los operadores de plataformas.</p>



# 1 Paz y prosperidad gracias al mercado único

CONTEXTO	DATOS Y CIFRAS CLAVE
<p>En 1993 se creó el mercado único para aumentar la prosperidad económica y la paz en la UE fomentando la libre circulación de mercancías, servicios, capitales y personas entre sus miembros. España fue uno de los 12 miembros iniciales.</p> <p>La creación del mercado único hizo necesario armonizar la legislación y establecer normas comunes con el fin de garantizar que las empresas nacionales y extranjeras contasen con los mismos requisitos regulatorios, fomentando la competencia leal y en igualdad de condiciones para hacer negocios en el mercado único.</p> <p>El tamaño del mercado único hace de la UE un socio atractivo para negociar acuerdos comerciales y otorga a sus miembros un papel influyente para abogar por un futuro más sostenible en los diálogos mundiales sobre políticas.</p>	<p>Entre 1995 y 2015, la integración en el mercado único incrementó de forma permanente el PIB per cápita de España en un 1,8 %, creó 324.000 empleos y aumentó el poder adquisitivo de los ciudadanos en 620 euros.</p> <p>La normalización y la armonización regulatoria benefician especialmente a las pymes. El 65% de las exportaciones de las pymes españolas se destinan al mercado único.</p> <p>Este informe se centra en el mercado único, pero es muy importante que la UE siga aprovechándolo también en su dimensión exterior, sobre todo para negociar más acuerdos comerciales a escala europea.</p>

## El mercado único abre las puertas de Europa a empresas y ciudadanos

El mercado único tiene por objeto permitir la libre circulación de mercancías, servicios, capitales y personas entre países mediante la eliminación de la regulación fronteriza, los derechos de aduana y los aranceles. Está formado por los 27 Estados miembros de la UE y los cuatro Estados miembros de la AELC (Islandia, Liechtenstein, Noruega y, en cierta medida, Suiza). El mercado único es el mayor comerciante del mundo, tanto de bienes como de servicios<sup>9</sup>, y su importancia aumentará, si se materializan las ambiciones de la Comunidad Política Europea de aceptar a nuevos países miembros en la UE.<sup>10</sup>

El acceso al mercado único permite a las empresas españolas especializarse y exportar bienes y servicios en los que poseen una ventaja comparativa. Además, los consumidores españoles se benefician de tener acceso a una variedad de bienes y servicios importados a precios más bajos. Entre 1995 y 2015, la integración en el mercado único aumentó de forma permanente el PIB per cápita de España en un 1,8 %, si se compara con una situación en la que no hubiera habido una mayor integración. Del mismo modo, esta integración ha creado de forma permanente 324.000 puestos de trabajo y ha aumentado el poder adquisitivo de un ciudadano medio en 620 euros, véase

el gráfico 1.<sup>11</sup> Si, además, se tiene en cuenta la integración continua desde 2015, es probable que los beneficios económicos sean aún mayores. En la actualidad, más de uno de cada cinco puestos de trabajo en España depende del comercio<sup>12</sup>, y el 11 % de todos los empleos depende del comercio dentro del mercado único.<sup>13</sup>

En la actualidad, más del 64 % de las exportaciones de España pasan por el mercado único, y el 57 % de sus importaciones proceden de este mercado, lo que resalta la importancia del mercado único para muchas empresas españolas —en especial, las pymes— en lo que se refiere a la internacionalización.<sup>14</sup>

La libre circulación de capitales ha beneficiado a la economía española en general. Hoy en día, el 51 % de las inversiones extranjeras directas (IED) en España proceden de miembros del mercado único, lo que corresponde a un volumen total de IED entrante de 403.000 millones de euros. En cambio, solo el 26 % de toda la IED saliente española se invierte en miembros del mercado único, teniendo en cuenta que las grandes inversiones españolas en el Reino Unido ya no se contabilizan como IED intracomunitaria tras el Brexit.<sup>15</sup> Del mismo modo, la libre circulación de personas ha facilitado la posibilidad de vivir en el extranjero y, actualmente, 662.000 españoles residen en otros países de la Unión Europea, mientras que 1,7 millones de ciudadanos comunitarios viven en España.<sup>16</sup>

Gráfico 1 Los trabajadores y consumidores españoles se benefician del mercado único<sup>17</sup>



## COMERCIO

El **64%** del total de las exportaciones españolas se destina al mercado único

El **57%** del total de las importaciones españolas procede del mercado único



## INVERSIÓN

El **26%** de la IED saliente española se invierte dentro del mercado único, lo que corresponde a 143.000 millones EUR

El **51%** de la IED entrante en España procede del mercado único, lo que corresponde a 403.000 millones EUR

Las empresas controladas por países del mercado único generan **1.120.000 empleos en España** (el 61 % de todo el empleo creado por empresas de control extranjero en España)

Las empresas españolas con filiales en el extranjero apoyan el mercado único con **219.000 empleos** (el 23 % de todo el empleo creado en el extranjero por filiales españolas)

## MOVILIDAD

**662.000** españoles viven en otros Estados miembros de la UE

**1.700.000** ciudadanos de la UE viven en España

## El mercado único es una plataforma para que las pymes crezcan y maduren

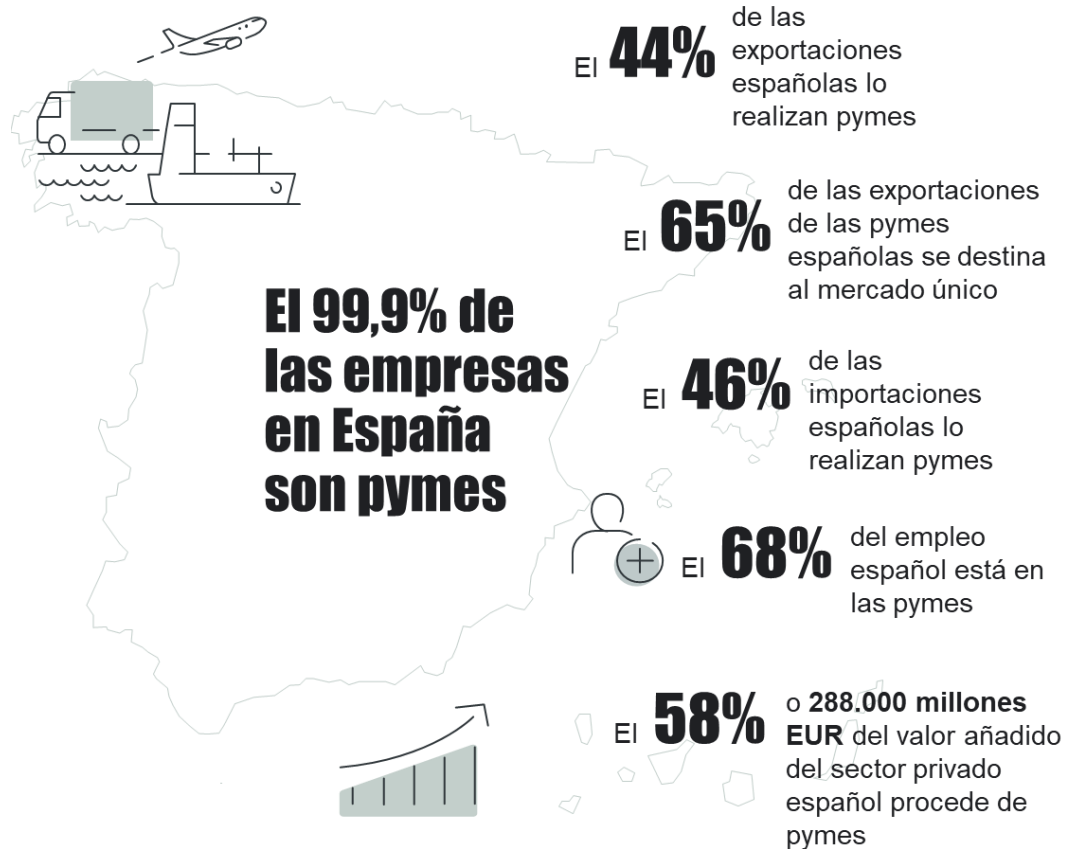
Las pymes constituyen la columna vertebral de la economía española: representan el 99,9 %<sup>18</sup> de todas las empresas y el 58 % del PIB del país. El 68 % del empleo del sector privado español corresponde a estas pymes,<sup>19</sup> que son motores clave de la innovación, ya que aportan nuevas soluciones a retos globales, tales como el cambio climático.<sup>20</sup>

Por lo general, las pymes disponen de menos recursos y capital que las grandes empresas, y las cargas normativas y los requisitos administrativos les resultan desproporcionadamente difíciles de soportar. Los costes asociados a la fragmentación regulatoria y a una burocracia excesiva suelen ser independientes del tamaño de la actividad transfronteriza, y las pymes tienden a utilizar una mayor parte de sus recursos para gestionar las barreras comerciales.<sup>21,22</sup>

La normalización y la armonización regulatoria son, por tanto, especialmente beneficiosas para las pymes que se esfuerzan por crecer y entrar en nuevos mercados, acceder a las cadenas de valor europeas y reforzar su competitividad internacional.<sup>23</sup> Según datos de Eurostat de 2020, las pymes representan el 44 % del total de las exportaciones

españolas, y el 65 % del total de las exportaciones de las pymes tiene como destino el mercado único.<sup>24</sup>

**Gráfico 2 Las pymes españolas se benefician del acceso al mercado único**



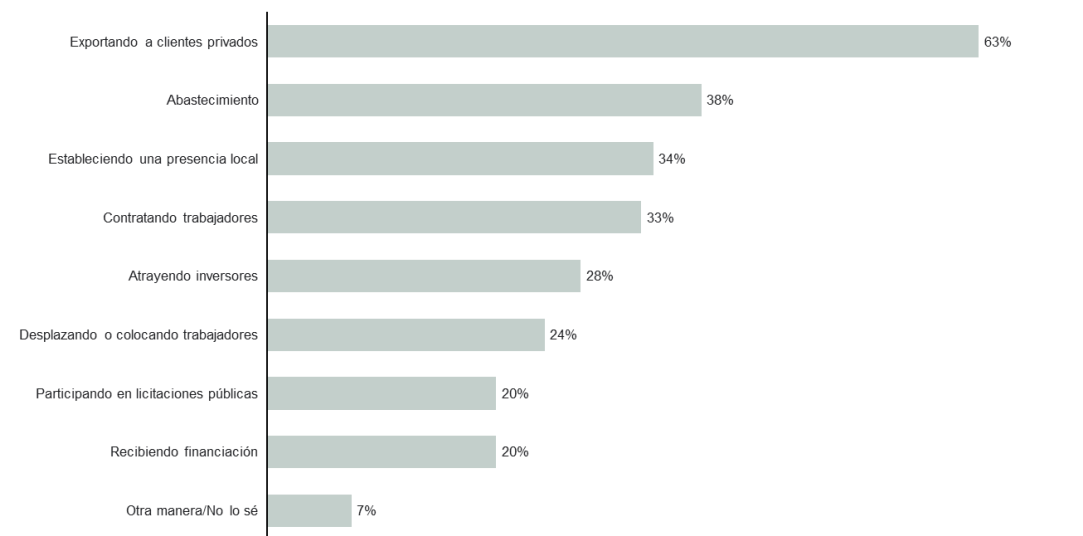
Nota: Las pymes se definen como empresas con menos de 250 empleados.

Entre las pymes que participaron en la encuesta, el 98 % afirma que el acceso al mercado único es importante para su negocio. El 27 % declara que se beneficia en gran medida del mercado único, mientras que el 71 % considera que se beneficia en cierta medida (56 %) o en menor medida (15 %), véase gráfico 14 en el apéndice 1.

Las pymes encuestadas exportan principalmente a empresas privadas, así como a particulares (63 %), o se abastecen (38 %) de otras empresas del mercado único, véase gráfico 3. Otras actividades relevantes realizadas en el mercado único son el establecimiento de una presencia local (34 %) y la contratación de trabajadores (33 %).

Este informe pretende demostrar cómo los responsables políticos europeos y la próxima Comisión pueden seguir simplificando, armonizando y normalizando las normas comunitarias en beneficio de las pymes europeas innovadoras, permitiéndoles crecer y ser competitivas a escala mundial. Las 11 recomendaciones de los capítulos restantes son ejemplos concretos de iniciativas reclamadas por las pymes españolas.

**Gráfico 31 Las pymes españolas se benefician del mercado único, principalmente, vía exportaciones y abastecimiento**



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas (para más detalles, véase el apéndice 1).

Nota: Pregunta de la encuesta: ¿De qué manera su empresa lleva a cabo negocios en el mercado único?, n=94. Los porcentajes suman más del 100 %, ya que los encuestados podían elegir varias respuestas.

## El mercado único garantiza un papel influyente y una voz mundial

El mercado único no solo ha estimulado la prosperidad de España al facilitar más interacciones creadoras de valor entre sus países miembros. El tamaño del mercado único hace de la UE un socio atractivo para negociar acuerdos comerciales y otorga a sus miembros un papel influyente para abogar por un futuro más sostenible. Algunos ejemplos son:

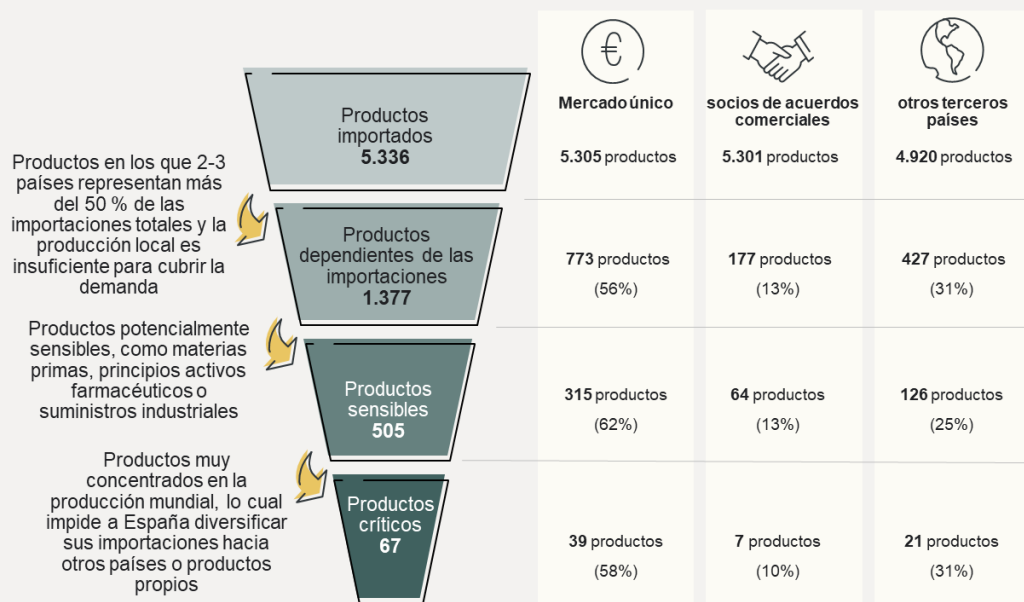
- **Operar en el contexto de crisis sanitarias mundiales** | La centralización de la compra de vacunas a nivel de la UE dio a los Estados miembros mayor poder de negociación y acceso a vacunas a mayor escala en el plazo requerido, con buenas condiciones de entrega y un conjunto diversificado de proveedores.<sup>25,26</sup> En total, la UE aseguró hasta 4.200 millones de dosis de vacunas para sus ciudadanos.<sup>27</sup>
- **Dar poder económico a las sanciones de la UE** | Las sanciones son un instrumento esencial de la política exterior y de seguridad común de la UE. El fundamento unificador de la mayoría de los regímenes de sanciones es el intento de alterar, mediante la presión económica, las opciones estratégicas de los actores estatales y no estatales. El tamaño del mercado único multiplica el efecto de la presión económica derivada de las sanciones comunitarias, como las impuestas a Rusia.<sup>28</sup>

- **Garantizar el acceso a los mercados y diversificar el comercio** | El tamaño del mercado único hace de la UE un socio atractivo para las empresas, y los Estados miembros por separado no habrían podido firmar tantos acuerdos comerciales con condiciones tan favorables.<sup>29</sup> Las empresas españolas tienen acceso a 45 acuerdos comerciales con 78 países, incluidos los países de la AELC,<sup>30,31</sup> y ningún socio comercial tiene más acuerdos comerciales que la UE.<sup>32</sup> Estos acuerdos han mejorado el acceso a las materias primas y los insumos intermedios y han reducido sus precios, al tiempo que han proporcionado un acceso preferente a los principales mercados de exportación.
- **Establecer normas mundiales** | La armonización de los requisitos regulatorios y las especificaciones de los bienes o servicios que cruzan las fronteras dentro del mercado único han allanado el camino a una serie de normas europeas. En un mundo globalizado, definir o, en última instancia, establecer las normas puede suponer la poderosa ventaja de ser «el primero en actuar», ya que minimiza los costes de adaptación de las empresas de la Unión, que así pueden operar en los mercados de exportación basándose en las normas de su mercado nacional.<sup>33</sup> Se han adoptado varias normas europeas a nivel internacional y los modernos acuerdos comerciales de la UE sirven para impulsar la adopción mundial de las normas comunitarias a fin de garantizar la igualdad de condiciones entre las empresas europeas y sus competidoras de terceros países.<sup>34</sup>
- **Equilibrio entre especialización y resiliencia** | El mercado único permite a los Estados miembros especializarse e importar lo que otros pueden producir mejor, véase el gráfico 4. España importa actualmente 5.336 productos. En el caso de 1.377 de ellos, las importaciones se concentran en solo dos o tres países, y la producción y la economía españolas dependen de tener acceso a estos países y de mantener buenas relaciones políticas con ellos. La mayor parte de estos productos se importan de socios con los que se comercia en condiciones reguladas (773 productos se importan dentro del mercado único y 177 de socios con los que se han firmado acuerdos comerciales). Los 427 productos restantes se importan de terceros países, y la negociación de acuerdos comerciales con estos países puede ayudar a las empresas españolas a diversificar aún más sus importaciones y a crear cadenas de suministro mundiales más resilientes.

## 2Gráfico 4El mercado único ha permitido la especialización y ha contribuido a aumentar la resiliencia<sup>35</sup>

España importa un total de 5.336 productos. A partir de una metodología desarrollada por la Comisión Europea, hemos evaluado la dependencia de las importaciones de España basándonos en tres categorías diferentes de dependencia:

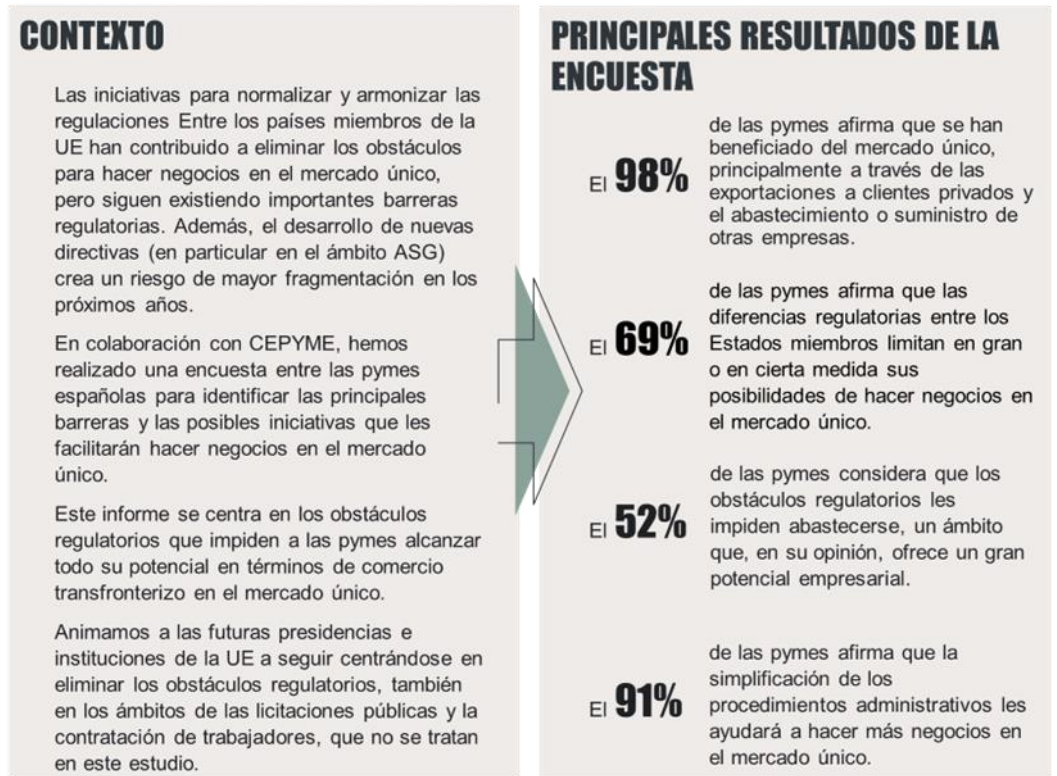
- **Productos dependientes de las importaciones** | Para los productos de este grupo, las importaciones proceden de 2-3 países y la producción local en España es insuficiente para cubrir la demanda total. La elevada concentración de importaciones puede exponer a los importadores españoles a interrupciones en el suministro del socio comercial (por ejemplo, debido a problemas logísticos y paros de producción) y a tensiones geopolíticas en el entorno del socio comercial.
- **Productos sensibles dependientes de las importaciones** | Este subgrupo contiene productos de especial importancia para el bienestar de los ciudadanos españoles (por ejemplo, principios activos farmacéuticos) o para el mantenimiento de la producción (por ejemplo, materias primas y bienes intermedios). La sensibilidad de estos productos intensifica la exposición de la economía española para asegurar el acceso a los mismos.
- **Productos críticos dependientes de las importaciones** | Este subgrupo contiene productos muy concentrados en el suministro mundial (que se concentra en 2-3 países). Esto significa que España comparte su dependencia de las importaciones con todos los demás países. En caso de interrupción del suministro, España (al igual que el resto de los países) tiene muy pocas posibilidades de reorientar las importaciones a otros lugares.



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir del conjunto de datos BACI (Base pour l'Analyse du Commerce International).

Nota: El conjunto de datos BACI hace referencia a los flujos comerciales bilaterales a nivel de producto en 2019. Los productos corresponden a la nomenclatura del sistema armonizado (código de 6 dígitos).

## 2 Las pymes piden una normativa más sencilla y una mayor digitalización



### Las pymes españolas piden una armonización y simplificación regulatoria

El mercado único ha avanzado mucho en la eliminación de obstáculos a la libre circulación de mercancías, servicios, capitales y personas a través de las fronteras. Las pymes españolas que han participado en la encuesta confirman que se benefician del mercado único y, además, que sigue habiendo potencial para simplificar y armonizar la normativa.

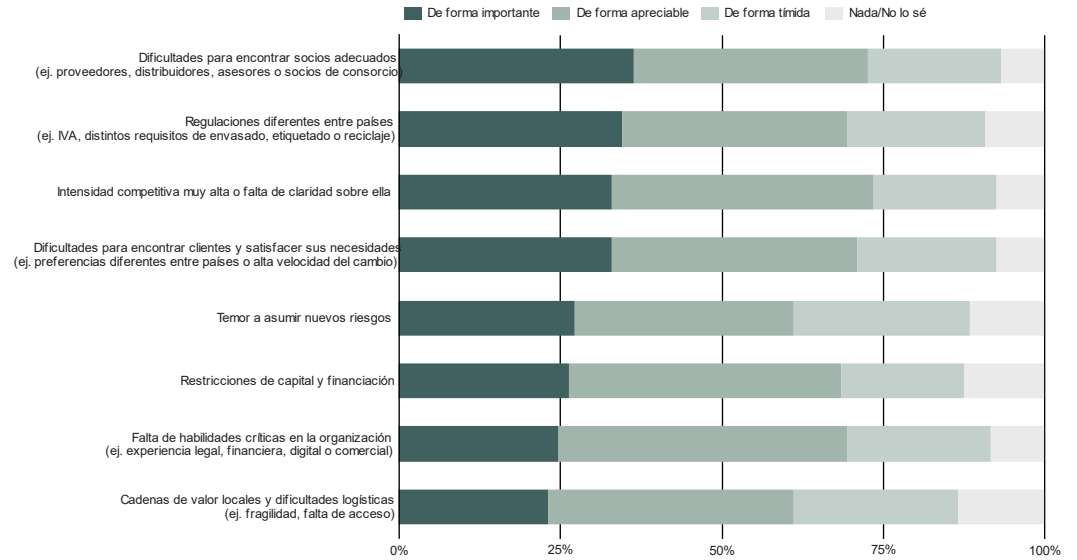
El 98 % de las pymes exportadoras afirma que es importante para ellas hacer negocios en el mercado único, principalmente a través de las exportaciones a clientes privados (empresas y particulares) y el abastecimiento de otras empresas (véanse el gráfico 3 y el gráfico 14 en el apéndice 1). Las potenciales pymes exportadoras confirman que podrían beneficiarse del mercado único. El 31 % de estas pymes ve posibilidades de aumentar sus exportaciones a clientes privados, mientras que el 27 % observa un potencial tanto para participar en licitaciones públicas, como para atraer inversores y establecer una presencia local en otros miembros del mercado único (véase gráfico 15 en el apéndice 1).

Las diferencias regulatorias entre los Estados miembros se consideran la mayor barrera para las pymes españolas (solo por detrás de las dificultades para encontrar los socios adecuados). El 35 % declara que este obstáculo limita en gran medida sus posibilidades de hacer negocios en el mercado único (el 57 % afirma que en mayor o menor medida es



un obstáculo crítico), véase el gráfico 5. Las diferencias regulatorias son una barrera casi tan importante como las dificultades para encontrar los socios adecuados y más importante que un entorno competitivo complejo, así como otros obstáculos tradicionales a la exportación que suelen abordarse a nivel nacional a través de diversas actividades de promoción y aceleración de las exportaciones.<sup>36</sup>

**Gráfico 5 Principales barreras para hacer negocios en el mercado único**

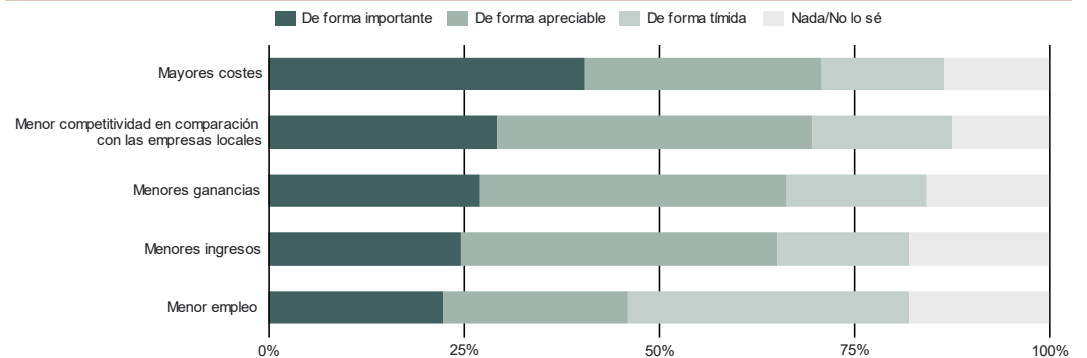


Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas (para más detalles, véase el apéndice 1).

Nota: Pregunta de la encuesta: ¿Cuáles considera que son las mayores barreras para hacer negocios en el mercado único?, n=121.

Las pymes consideran que los obstáculos regulatorios aumentan en gran medida sus costes (40 %), erosionan su competitividad respecto a las empresas locales (29 %) y reducen sus beneficios (27 %), véase el gráfico 6.

**Gráfico 6 Consecuencias de los obstáculos regulatorios para las pymes exportadoras**



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas (para más detalles, véase el apéndice 1).

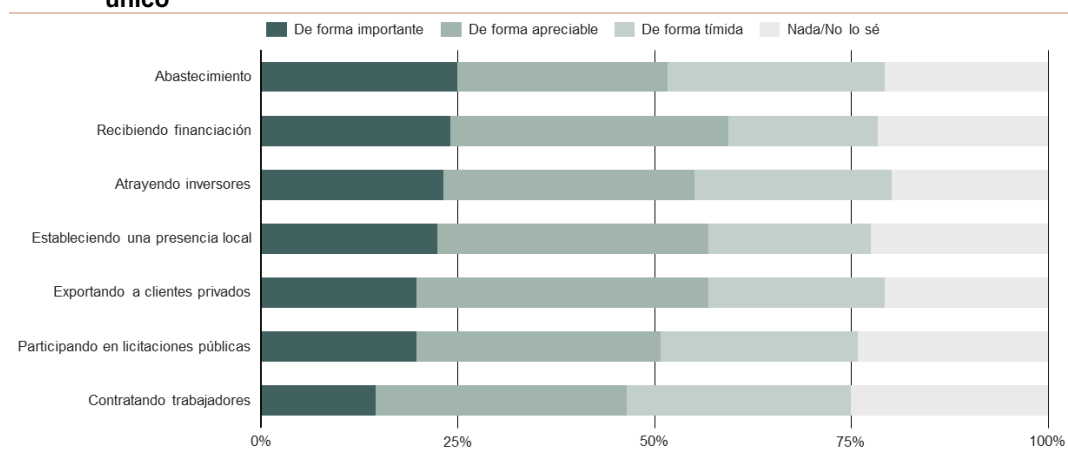
Nota: Pregunta de la encuesta: Desde la perspectiva de su negocio, ¿cuáles son las consecuencias de los obstáculos regulatorios en el mercado único?, n=89.

En consecuencia, los obstáculos existentes en el mercado único evitan que la economía española cree más empleo, mejor remunerado y más estable. En paralelo, los consumidores podrían beneficiarse de la reducción de los obstáculos regulatorios a través de precios más bajos, mayor innovación en los productos y plazos de entrega más cortos.

El 52 % de las pymes considera que los obstáculos regulatorios les impiden abastecerse dentro del mercado único, véase gráfico 7, mientras que el 25 % afirma incluso que limitan en gran medida sus oportunidades de abastecimiento transfronterizo. Este es también un ámbito en el que las pymes que son posibles exportadoras creen que existe un gran potencial para hacer crecer su negocio dentro del mercado único (véase gráfico 5 en el apéndice 1). El abastecimiento transfronterizo supone un mecanismo clave para que las pymes reduzcan sus costes, una de las principales ventajas del comercio internacional, por lo que la reducción de los obstáculos regulatorios puede contribuir a mejorar la competitividad en costes de las pymes españolas.

Además, el 59 % de las pymes considera que los obstáculos regulatorios les impiden recibir financiación de otros miembros del mercado único, pero estos obstáculos también limitan las posibilidades de establecer una presencia local en otros Estados miembros y aumentar las exportaciones.

**Gráfico 7 Los obstáculos regulatorios impiden a las pymes hacer más negocios en el mercado único**



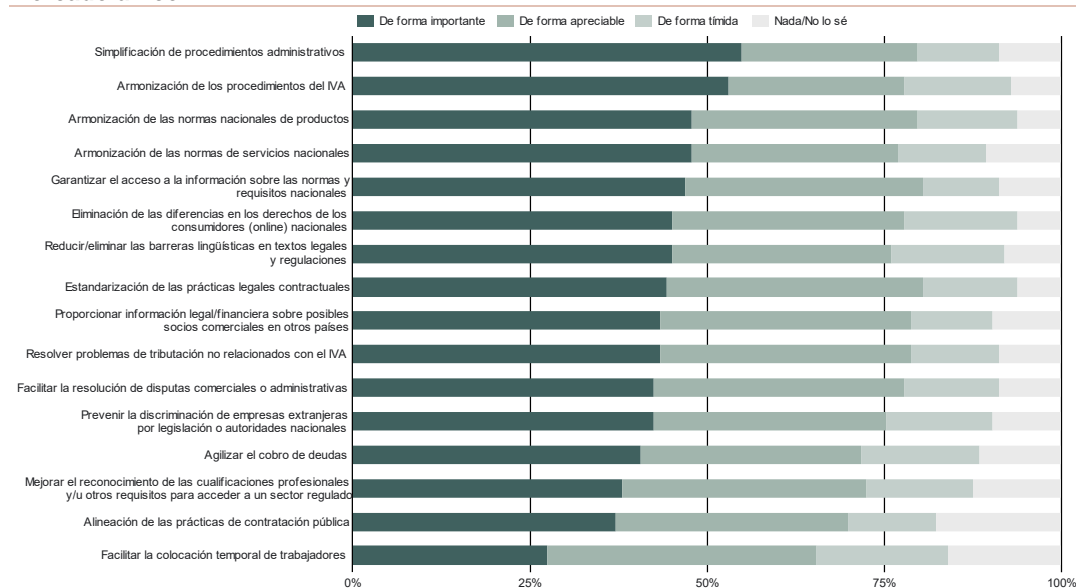
Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas (para más detalles, véase el apéndice 1).

Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida los obstáculos regulatorios impiden que su empresa haga más negocios en el mercado único?, n=116.

Las pymes identifican varias iniciativas políticas que pueden ayudar a reducir los obstáculos regulatorios.<sup>37</sup> Por ejemplo, el 91 % de las pymes señala la simplificación de los procedimientos administrativos, de las cuales el 55 % afirma que esta iniciativa les ayudaría en gran medida a hacer más negocios a través del mercado único. El llamamiento a la simplificación se ajusta a varias recomendaciones presentadas en este informe, tales como la adopción de una estrategia ambiciosa para el mercado único (recomendación n.º 1), una prueba de flujo de datos (recomendación n.º 3), un diseño del pasaporte digital europeo de productos que se oriente a las empresas (recomendación n.º 7) y el reconocimiento del etiquetado digital (recomendación n.º 10). Más concretamente, las pymes españolas acogerían con satisfacción las siguientes iniciativas:

- **Armonizar los procedimientos del IVA** | Esta medida se encuentra directamente relacionada con nuestra recomendación de crear un único número de identificación a efectos del IVA y ampliar la ventanilla única del IVA (recomendación n.º 9).
- **Armonizar las normas nacionales sobre productos y servicios** | La actualización del Semestre Europeo (recomendación n.º 4) y la eliminación de obstáculos al comercio de bienes y servicios climáticos (recomendación n.º 6) tienen por objeto armonizar la aplicación de las normas de la UE y reducir la fragmentación normativa entre los miembros del mercado único. Asimismo, nuestra recomendación de reforzar el uso del conjunto de instrumentos de la Política de Mejora Regulatoria (Better Regulation) (recomendación n.º 5) pretende facilitar la aplicación de las normas nuevas y, por tanto, evitar que surjan nuevas fragmentaciones normativas en el futuro.
- **Garantizar el acceso a la información sobre las normas y requisitos nacionales** | Nuestras recomendaciones de reforzar SOLVIT (recomendación n.º 2) y crear una ventanilla única para los sistemas de responsabilidad ampliada del productor (RAP) de los Estados miembros (recomendación n.º 8) harán que la información sea más accesible para las pymes españolas.
- **Agilizar el cobro de deudas** | Nuestra recomendación de crear las condiciones que favorezcan el desarrollo de pagos transfronterizos fáciles, rápidos, fiables y de bajo coste (recomendación n.º 11) también pretende agilizar el cobro de deudas.

**Gráfico 8 Las iniciativas políticas pueden ayudar a las empresas a hacer más negocios en el mercado único**



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas (para más detalles, véase el apéndice 1).

Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida las siguientes iniciativas políticas ayudarían a su empresa a hacer más negocios dentro del mercado único?, n=113.

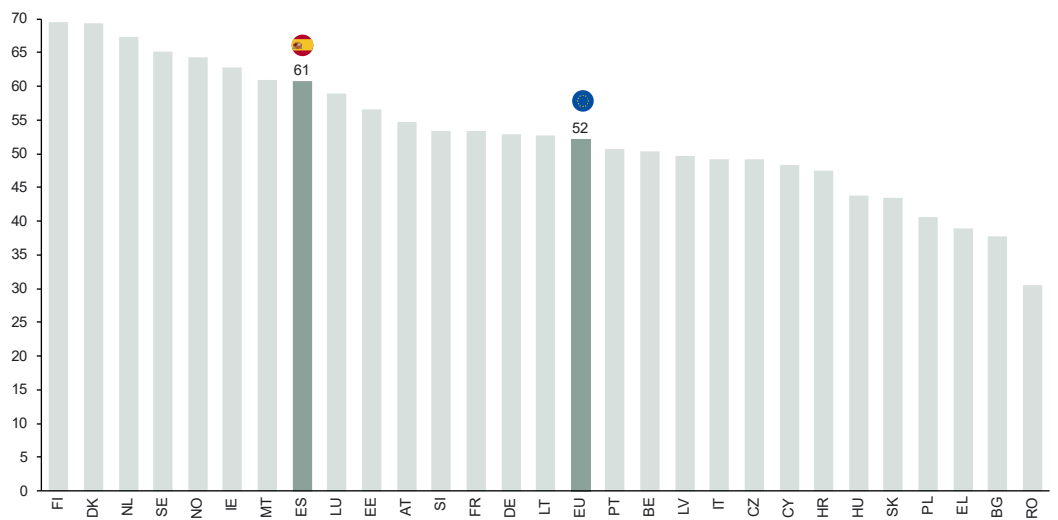
## Una mayor digitalización puede ayudar a las pymes a mejorar sus exportaciones

En un contexto mundial en rápida evolución, la digitalización desempeña un papel vital para impulsar el crecimiento, generar oportunidades de empleo y contribuir a un futuro

sostenible mediante su impacto positivo en los objetivos medioambientales.<sup>38</sup> Al adoptar las tecnologías digitales, las pymes están en mejores condiciones de moverse por los mercados internacionales, racionalizar sus operaciones y mejorar sus capacidades de exportación.

En el Índice Internacional de la Economía y la Sociedad Digitales (I-DESI) de 2020, España se situaba por debajo de la media de la UE (47 frente a 52) y muy por detrás de los países más avanzados digitalmente a nivel mundial. Ahora bien, los pasos dados en este ámbito se han plasmado en una importante mejora de la situación digital española. Según las cifras actualizadas de la UE, España ha mejorado su posición. El Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI) de 2022 otorga a España una puntuación de 61, frente a una media comunitaria de 52, véase gráfico 9.<sup>39</sup>

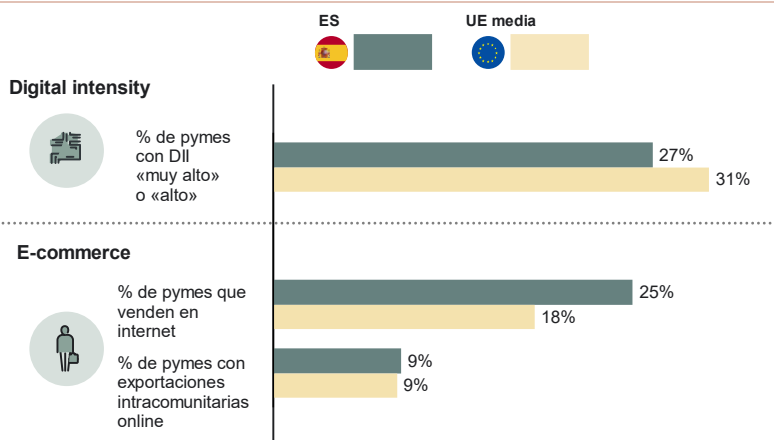
### 3 Gráfico 9 La situación digital de España mejora la media de la UE



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de datos de 2022 de la Comisión Europea.  
 Nota: La puntuación DESI se calcula como media ponderada de cuatro dimensiones diferentes: Servicios públicos digitales, Integración de la tecnología digital, Conectividad y Capital humano. Las dimensiones tienen la misma importancia y, por tanto, se les da el mismo peso en el cálculo. Los indicadores de cada dimensión se ponderan en función de su importancia.

Según el Índice de intensidad digital (DII, por sus siglas en inglés), las pymes españolas están por debajo de la media de la UE, véase el gráfico 10. Ahora bien, en comparación con otras pymes europeas, las españolas presentan mejores cifras en cuanto a su participación en las ventas de comercio electrónico, con un 25 % de pymes españolas que venden en internet (la media de la UE es del 18 %), y están a la par de la UE en cuanto a exportaciones intracomunitarias *online* (la media española y de la UE es del 9 %).

#### 4 Gráfico 10 Situación de las pymes españolas en cuanto a integración de herramientas digitales<sup>40</sup>



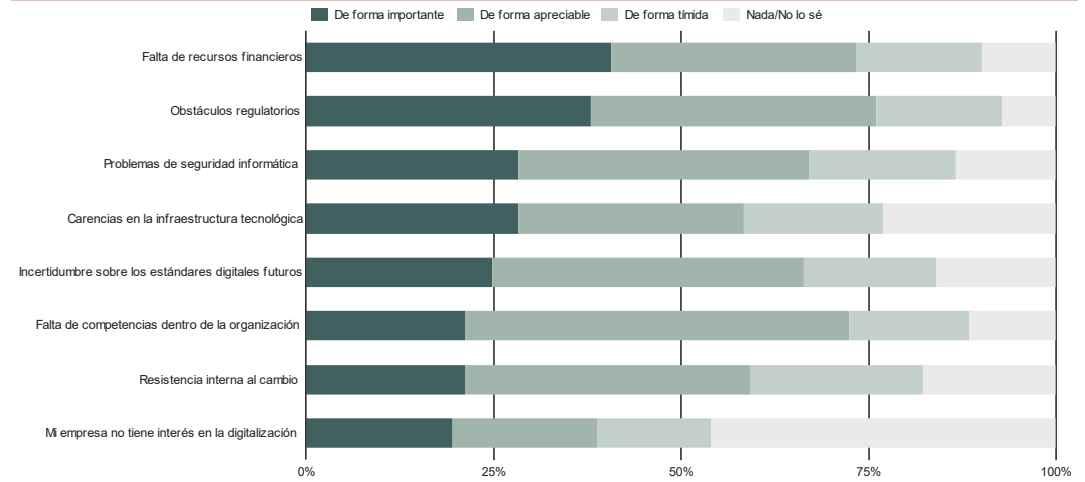
Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de datos de la Comisión Europea sobre la aplicación de herramientas digitales.

Nota: El Índice de intensidad digital mide el uso de diferentes tecnologías por parte de las empresas y refleja el grado de digitalización de estas. Los datos corresponden únicamente a las pymes, definidas como empresas de 10 a 249 empleados.

El 96 % de las pymes españolas que participaron en la encuesta cree que un mayor uso de las herramientas digitales puede ayudar a su empresa a vender más a través del mercado único, mientras que el 44 % cree incluso que puede ayudar en gran medida a sus exportaciones, véase gráfico 22 en el Apéndice 1.

Los factores que dificultan que las pymes españolas adopten más herramientas digitales son múltiples, véase gráfico 11. Las pymes señalan la falta de recursos financieros (41 %), lo que subraya la importancia de reforzar y mejorar el Kit Digital<sup>41</sup>, y los obstáculos regulatorios (38 %) como los dos principales factores que en gran medida les impiden adoptar más herramientas digitales. Además, la falta de competencias dentro de la organización, los problemas de seguridad informática y la incertidumbre sobre las normas futuras obstaculizan en menor medida la adopción de herramientas digitales.

### 5Gráfico 11 Múltiples factores dificultan a las pymes españolas adoptar más herramientas digitales

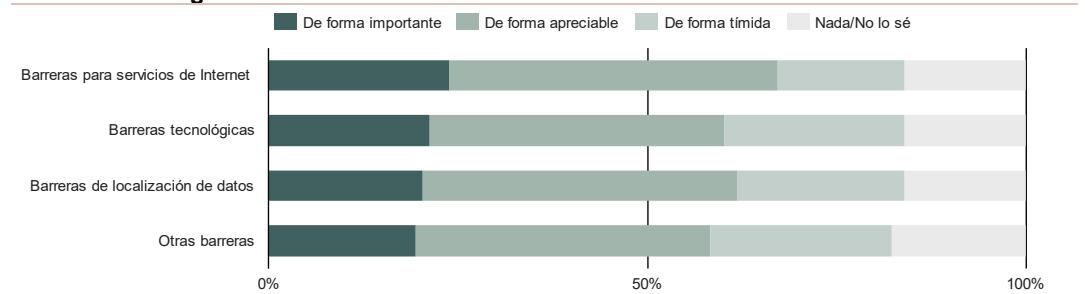


Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas (para más detalles, véase el apéndice 1).

Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida considera que los siguientes factores son barreras para que su empresa adopte más herramientas digitales?, n=113. Las carencias en la infraestructura tecnológica incluyen, por ejemplo, el acceso a internet de alta velocidad en el municipio en el que se encuentra la empresa.

Las pymes españolas consideran que existen determinados obstáculos regulatorios que les impiden adoptar más herramientas digitales. Los más restrictivos son las barreras para servicios de internet (incluidos los regímenes regulatorios que limitan el uso de nuevos modelos de negocio y las responsabilidades no relacionadas con la propiedad intelectual), las barreras de localización de datos (incluidos los requisitos de almacenamiento de datos y las prohibiciones de flujo transfronterizo de datos) y las barreras tecnológicas (incluidos los estándares restrictivos de seguridad y los requisitos de divulgación de códigos fuente propiedad de la empresa), véase gráfico 12.

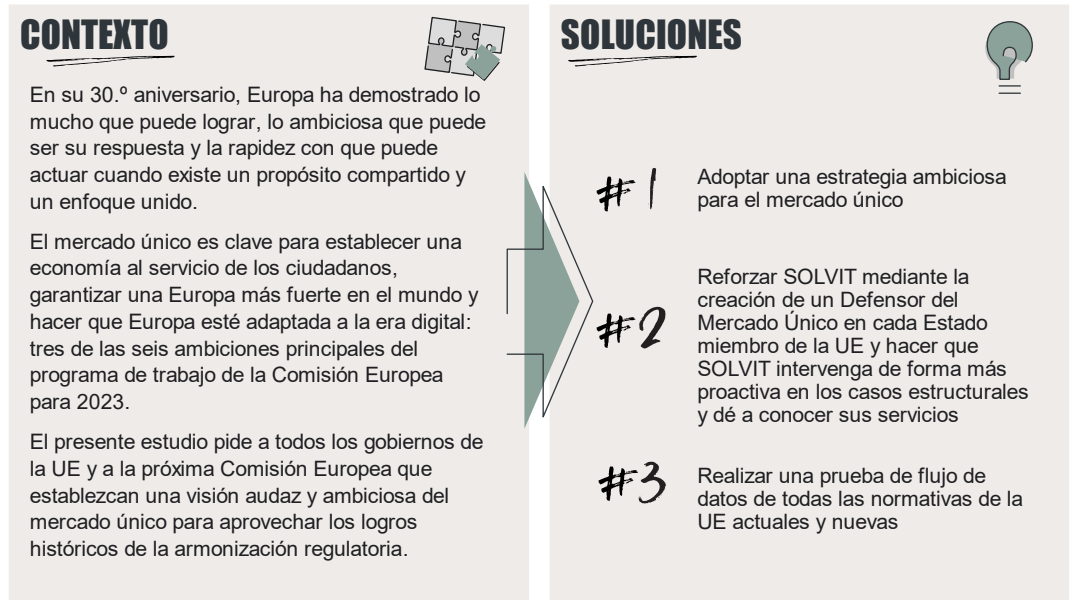
### 6Gráfico 12 Los obstáculos regulatorios impiden a las pymes españolas adoptar herramientas digitales



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas (para más detalles, véase el apéndice 1).

Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida crean las siguientes barreras obstáculos regulatorios que limitan la adopción de herramientas digitales por parte de su empresa?, n=113. Entre las barreras para servicios de internet figuran los regímenes regulatorios que limitan los nuevos modelos de negocio y las responsabilidades no relacionadas con la propiedad intelectual; entre las barreras de localización de datos cabe citar los requisitos de almacenamiento de datos y las prohibiciones de flujo transfronterizo de datos; y las barreras tecnológicas pueden referirse, por ejemplo, a estándares restrictivos de seguridad y requisitos de divulgación de códigos propiedad de la empresa.

### 3 Establecer una visión audaz y ambiciosa del mercado único



#### #1. Adoptar una estrategia ambiciosa para el mercado único

Garantizar las cuatro libertades del mercado único requiere una revisión y actualización continuas de la normativa de la UE. El mercado único nunca será un producto acabado, sino que tendrá que ir adaptándose a los avances tecnológicos, al contexto geopolítico y a los principales retos sociales. Instamos a la próxima Comisión Europea a que sea ambiciosa y visionaria a la hora de garantizar la competitividad a largo plazo de la Unión.

*La visión a largo plazo de la competitividad esboza cómo la UE puede aprovechar sus puntos fuertes y lograr algo más que simplemente colmar la brecha de crecimiento e innovación. Un marco de la UE orientado al futuro, bien definido y coordinado fomentará empresas prósperas, capaces de competir en el mercado mundial, con puestos de trabajo atractivos y que establezcan normas mundiales.<sup>42</sup>*

Para lograrlo, la Comisión Europea debe adoptar una estrategia para el mercado único que vuelva a situarlo claramente al frente del proyecto de integración de la UE. La estrategia debe adoptar un enfoque holístico de todo el itinerario de las empresas y los consumidores para garantizar que la normativa no limite innecesariamente el comercio en el mercado único. Además, debe estar respaldada por un fuerte liderazgo político y reducir el impacto de la regulación en todos los pilares del mercado único y modos de hacer negocios.

La adopción de una estrategia ambiciosa para el mercado único puede reducir los complejos y desiguales requisitos regulatorios que elevan los costes de pymes como Café Saula, tal como se describe a continuación en el caso empresarial.

## LOS COMPLEJOS Y DESIGUALES REQUISITOS REGULATORIOS ELEVAN LOS COSTES

Café Saula comenzó como un pequeño tostadero en Barcelona en 1950, enfocándose inicialmente en el sector de la hostelería. Con el tiempo, Café Saula se ha especializado en la producción de café Premium y, en 2016, comenzó a vender sus productos a través de plataformas en línea. Café Saula tiene una presencia significativa en España y aspira a seguir expandiendo sus ventas a otros países, como Francia, Alemania, Suecia e Italia. La empresa espera alcanzar una facturación de 11 millones de euros en 2023.



### Llamada a la acción

La industria alimentaria a menudo está expuesta a requisitos nacionales que añaden capas de complejidad encima de la regulación de la UE y requieren una documentación excesiva. Las barreras más restrictivas experimentadas por la empresa están relacionadas con los impuestos y tasas, ya que ocasionan una carga administrativa considerable e incertidumbre regulatoria. Café Saula sugiere simplificar o unificar estos requisitos y considera que el sistema de ventanilla única es útil para mejorar la transparencia y la claridad en las operaciones con otros consumidores y empresas de la UE.

**«Los exportadores de productos alimenticios necesitan varios certificados que deben obtenerse manualmente de las Cámaras de Comercio locales. Se debería desarrollar una opción en línea para garantizar un funcionamiento efectivo del mercado único».**

Octavi García, director de Digital y Marketing en Café Saula



### Potencial

El actual mosaico de directivas, reglamentos y leyes nacionales incrementa los costes de transacción en la industria alimentaria y de bebidas, con diferentes derechos y acuerdos para los distintos Estados miembros.

La defensa de las cuatro libertades del mercado único facilitará que una pyme como Café Saula venda en todo el mercado único sin incurrir en costes regulatorios innecesarios. Actualmente, el 15 % de la facturación de la empresa proviene de las ventas en internet, y la empresa espera que esta proporción aumente al 20 % si se eliminan los obstáculos regulatorios, lo que repercutirá positivamente en la creación de empleo en España.

## #2. Reforzar SOLVIT y hacer que intervenga de forma más proactiva y dé a conocer sus servicios

SOLVIT es una red de resolución de problemas creada en 2002 para ayudar (gratuitamente) a personas o empresas cuando las administraciones públicas no respetan sus derechos transfronterizos en el mercado único, ya sea a nivel local, regional o nacional.

SOLVIT se basa en la cooperación entre los Estados miembros bajo los auspicios de la Comisión Europea y pretende ofrecer una alternativa más rápida e informal a acudir a los tribunales, presentar una queja formal a la Comisión o iniciar una petición. Hay centros



SOLVIT en todos los Estados miembros de la UE, así como en Islandia, Liechtenstein y Noruega.

Un examen de las instituciones SOLVIT en los distintos países muestra que las empresas europeas desconocen las oportunidades que ofrece SOLVIT e, incluso cuando las conocen, rara vez recurren a esta red y, a menudo, no confían en ella como interlocutor pertinente para encontrar una solución.<sup>43</sup> Estas conclusiones también se ven confirmadas por las entrevistas realizadas a pymes españolas en el marco del presente estudio. Además, hay margen para mejorar la funcionalidad de SOLVIT en varios países:

- **Asegurar la dotación de personal y garantizar su adecuada cualificación** | En varios centros SOLVIT faltan gestores capaces de afrontar casos complejos y la tasa de rotación de personal es excesiva.<sup>44</sup>
- **Abordar los problemas estructurales** | SOLVIT es, en muchos casos, una valiosa fuente de información infrutilizada en relación con problemas más estructurales.
- **Identificar incertidumbres regulatorias** | SOLVIT se utiliza principalmente para informar de casos de aplicación incorrecta de las normas del mercado único, pero las pymes españolas (como AirRail, descrita en el caso empresarial que figura a continuación) reclaman iniciativas más proactivas para que también sirva de instrumento para eliminar la incertidumbre regulatoria que se deriva de contradicciones o solapamientos entre normas.<sup>45</sup>

## LA APLICACIÓN DESIGUAL DE LA REGULACIÓN DE LA UE INCREMENTA LOS COSTES Y OBSTACULIZA EL ACCESO AL MERCADO COMÚN

Air Rail fue fundada en 1992 como importadora de maquinaria para los sectores aeroportuario y ferroviario, se expandió en 2015 para también alquilar su maquinaria y, en 2019, comenzó a fabricar sus propias máquinas en Madrid. Air Rail alquila a clientes en España y varios mercados de la UE (Portugal, Países Bajos, Italia, Francia y Alemania). Air Rail también exporta su maquinaria a nivel mundial, incluyendo Israel, Angola, Bélgica, Italia y Francia. Air Rail tiene como objetivo alcanzar una facturación de 40 millones de euros en 2023.



### Llamada a la acción

Air Rail considera que es extremadamente difícil expandirse a través del mercado único, como por ejemplo crear filiales en Italia o Francia. La empresa encuentra dificultades para obtener información clara y precisa sobre las normas locales para establecerse, contratar personal y cumplir las obligaciones fiscales. Además, la complejidad regulatoria y la aplicación desigual de las regulaciones de la UE incrementan los costes y la incertidumbre para Air Rail. Muchas pymes no conocen sus derechos cuando las regulaciones de la UE se aplican de manera diferente en los Estados miembros. Una red SOLVIT fuerte y proactiva puede ayudar a las pymes a ser más conscientes de sus derechos y oportunidades.



### Potencial

Air Rail invierte una cantidad considerable de tiempo y recursos en buscar información sobre los requisitos locales, adaptar su maquinaria a las normas nacionales y obtener las autorizaciones formales. Si las regulaciones fueran las mismas en todos los Estados miembros, o si el acceso a la información estuviera garantizado en los casos en que las regulaciones son diferentes, el CEO de Air Rail dice que la compañía habría establecido filiales en muchos más países de la UE.

**«Si las regulaciones se armonizaran completamente, o si se garantizara el acceso a la información cuando las regulaciones son diferentes, nuestra empresa podría expandirse y emprender proyectos comerciales que duplicarían nuestra facturación en los próximos tres años.»**

Cristian González Fresneda, CEO de Air Rail

Proponemos crear un Defensor del Mercado Único en cada Estado miembro de la UE (al frente de SOLVIT o en colaboración con esta) para garantizar la correcta aplicación de las normas europeas. También proponemos hacer que SOLVIT intervenga de forma más proactiva en los casos estructurales y se dé a conocer, por ejemplo, mediante mesas redondas estructuradas o encuentros con las asociaciones empresariales nacionales. Por último, SOLVIT debería ser una plataforma digital para informar sobre normativas contradictorias o que se solapan y abordar las incertidumbres regulatorias.<sup>46</sup>

### #3. Realizar una prueba de flujo de datos de todas las normativas de la UE actuales y nuevas

Como se describe en el capítulo 2, la digitalización es un factor clave de la productividad y del futuro crecimiento económico.<sup>47</sup> El flujo de datos, es decir, la posibilidad de que las empresas tengan acceso a los datos, los utilicen y los transfieran es un requisito previo

para la digitalización. Las tecnologías y las soluciones digitales también permiten y aceleran la transición ecológica en el conjunto de la economía y la sociedad.<sup>48</sup>

Por estos motivos, es importante eliminar los obstáculos injustificados a los flujos de datos en el mercado único, como ha intentado hacer la Comisión Europea, por ejemplo, mediante el Reglamento relativo a la libre circulación de datos.<sup>49</sup> Persisten varios obstáculos al flujo de datos que a menudo tienen su origen en normas destinadas a proteger la intimidad personal (protección de datos).<sup>50</sup> Se trata de un interés legítimo de protección regulado en la Carta de los Derechos Fundamentales de la UE y, por tanto, puede decirse que tiene un valor constitucional en la Unión.

Dado que existe un interés superior en la protección de la intimidad personal, recomendamos a la Comisión Europea que presente una propuesta para fomentar al máximo los flujos de datos. La propuesta consiste en introducir una «prueba de flujo de datos» con la finalidad de eliminar obstáculos injustificados. El punto de partida es que los obstáculos destinados a proteger la intimidad personal deben diseñarse de forma que sean lo menos restrictivos posible para los flujos de datos.

Una prueba de este tipo obligaría al legislador y al regulador (tanto a nivel nacional como de la UE) a tener en cuenta sistemáticamente la libre circulación de datos a la hora de aplicar las normas de protección de datos (por ejemplo, estableciendo nuevos requisitos, adoptando directrices o decisiones en casos concretos). De este modo también se brindaría a las empresas la posibilidad de impugnar legalmente las decisiones sobre protección de datos que se consideren desproporcionadas. Por consiguiente, la prueba reconocería la primacía del principio de protección de datos en la UE, pero limitaría el riesgo de abusos perjudiciales para los flujos de datos, la innovación y la transición ecológica. La eliminación de obstáculos injustificados a la circulación de datos reducirá los costes administrativos de las empresas europeas, uno de los principales obstáculos para hacer negocios en el mercado único según las pymes españolas.

## **LAS DIFERENCIAS EN LOS REQUISITOS DE PROTECCIÓN DE DATOS CREAN INCERTIDUMBRE Y AUMENTAN LOS COSTES**

Agropal opera en varias áreas dentro del sector ganadero, centrándose principalmente en el diseño y equipamiento de instalaciones ganaderas y, en particular, de porcino. Agropal emplea entre 35 y 40 trabajadores y opera en 10 edificios que ocupan 6.000 metros cuadrados. Los principales mercados de la empresa son España, Italia y Francia.



### **Llamada a la acción**

Agropal se ha enfrentado a numerosas barreras al hacer negocios en el mercado único, incluidos obstáculos burocráticos y regulaciones y requisitos de productos divergentes. Una de estas barreras está relacionada con las leyes nacionales de protección de datos, que están destinadas a proteger a los consumidores en línea, pero difieren ampliamente en toda Europa. Esto le exige a la empresa un tiempo y unos recursos financieros considerables no solo para obtener información sobre las leyes nacionales, sino también para cumplirlas.

*Belén Almodévar, adjunta a la dirección de Agropal*

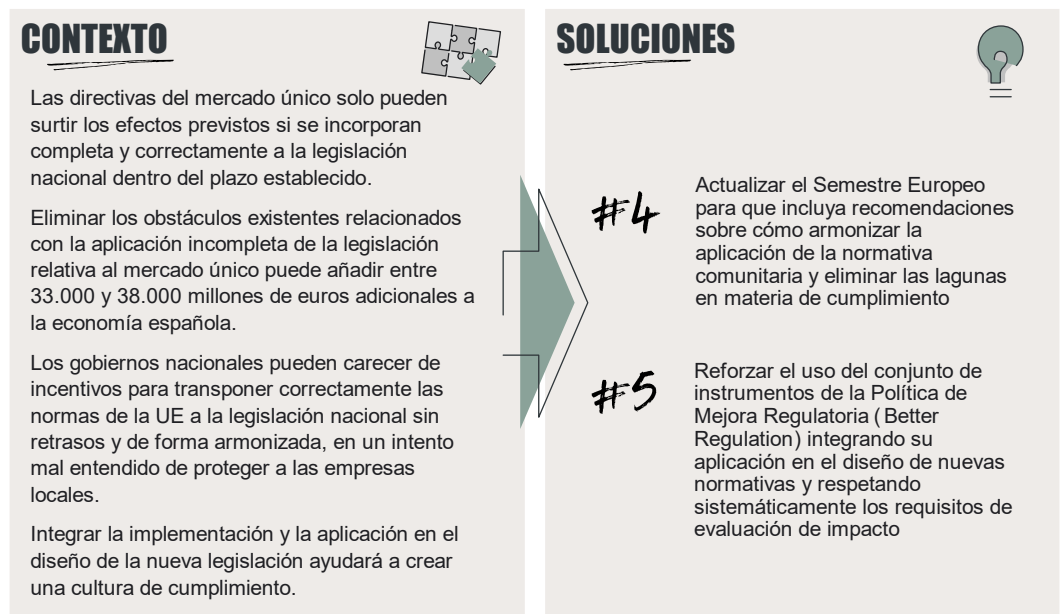


### **Potencial**

Los obstáculos a la circulación de datos, incluidas las diferencias en los requisitos de protección de datos en toda la UE, impiden que las empresas, en particular las pequeñas empresas como Agropal, establezcan una presencia en línea en el mercado único. A menudo se considera que las incertidumbres y los costes son demasiado altos, dada la etapa temprana del negocio y los ingresos esperados.

Una «prueba de flujo de datos» que obligue a los legisladores y reguladores nacionales y de la UE a evaluar sistemáticamente la posible desproporción de sus requisitos de protección de datos sería un primer paso positivo, junto con una mayor armonización y puntos de acceso a la información mejorados y más proactivos.

## 4 Crear una cultura de confianza y cumplimiento



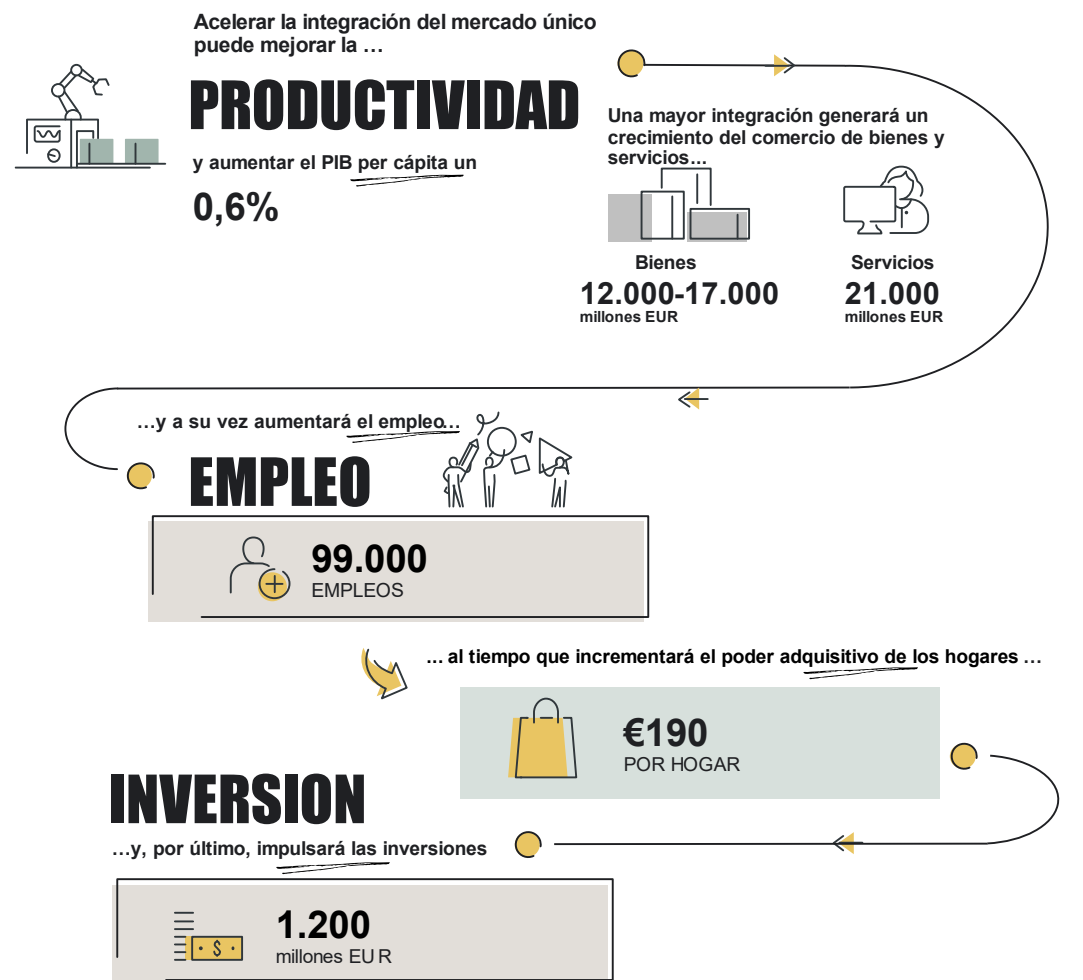
### #4. Actualizar el Semestre Europeo para que incluya recomendaciones sobre cómo armonizar la aplicación de la normativa comunitaria y eliminar las lagunas en materia de cumplimiento

Se estima que la eliminación de los obstáculos derivados de la aplicación incompleta de las normas de la UE generará grandes beneficios económicos a escala comunitaria.<sup>51</sup> La Comisión Europea calcula que eliminar los obstáculos existentes relacionados con la aplicación incompleta de las normas de la UE sobre el mercado único añadiría anualmente entre 520.000 y 600.000 millones de euros adicionales al PIB de la Unión (un aumento permanente del nivel de renta de la UE).<sup>52</sup>

En España cabe esperar efectos similares. Si los beneficios para España corresponden a su contribución al comercio intracomunitario total, el PIB per cápita podría aumentar un 0,6 % y los sectores de bienes y servicios añadirían de forma permanente 33.000-38.000 millones de euros al PIB español cada año (12.000-17.000 millones EUR en el caso de los bienes y 21.000 millones EUR en los servicios<sup>53</sup>). Además, se espera que el aumento de la producción de bienes y servicios genere 99.000 empleos. Los beneficios se extenderían a los hogares españoles, donde se espera que la renta familiar (poder adquisitivo) aumentase de manera permanente en 190 euros. Por último, se espera que las inversiones aumenten en 1.200 millones de euros (véase el gráfico 173).<sup>54</sup>

Sobre la base de la actual contribución de España al comercio en el mercado único y el potencial comercial identificado por las pymes que participaron en la encuesta, es probable que las empresas españolas se beneficiasen considerablemente de un mejor acceso al mercado.

**7Gráfico 13 Beneficios potenciales en España al eliminar las barreras existentes en el mercado único**



Las persistentes lagunas en materia de cumplimiento socavan la confianza de las empresas y los ciudadanos en el funcionamiento eficaz del mercado único. Además, envían una señal clara a los gobiernos de que la falta de cumplimiento tiene pocas consecuencias. Por ello, proponemos que las recomendaciones para eliminar las lagunas existentes respecto al cumplimiento y para armonizar la aplicación de la normativa comunitaria formen parte del Semestre Europeo. La ventaja consiste en que el Semestre Europeo se rige por una combinación de instrumentos vinculantes y no vinculantes e incluye mecanismos de vigilancia y posibles sanciones que pueden emplearse para incentivar a los gobiernos a eliminar las lagunas en materia de cumplimiento.

La solución propuesta abordará varios de los obstáculos regulatorios que actualmente impiden a las pymes españolas hacer más negocios a través del mercado único.

## #5. Reforzar el uso del conjunto de instrumentos de la Política de Mejora Regulatoria (Better Regulation) integrando su aplicación en el diseño de nuevas normativas y respetando sistemáticamente los requisitos de evaluación de impacto

Una legislación de alta calidad es un requisito previo para cumplir los objetivos de las políticas de la UE de la manera más sencilla, eficiente y eficaz posible. Además, es un medio para evitar la sobrerregulación y las cargas administrativas innecesarias para los ciudadanos, las administraciones y las empresas (especialmente las pymes). Por último, y más importante, una legislación de alta calidad está concebida para facilitar su transposición y aplicación práctica.

Las persistentes lagunas en materia de cumplimiento y los elevados costes administrativos señalados por las empresas que realizan actividades transfronterizas en el mercado único indican que se puede hacer más para diseñar una legislación europea que reduzca eficazmente la complejidad y los costes administrativos de hacer negocios en el mercado único. El conjunto de instrumentos de la Política de Mejora Regulatoria (Better Regulation), con las evaluaciones de impacto como elemento clave, es una forma de que la Comisión diseñe, cumpla y apoye la implementación de políticas de alta calidad.<sup>55</sup>

Recomendamos a la Comisión Europea que refuerce el uso del conjunto de instrumentos de la Política de Mejora Regulatoria haciendo que se cumpla el requisito de la evaluación de impacto y que el diseño de nuevas normas tenga muy presente su fase de implementación. La solución propuesta contribuirá a reducir varios de los obstáculos regulatorios existentes señalados por Nortem BioGroup que se presentan a continuación. Además, un diseño de alta calidad de la normativa reducirá el riesgo de que surjan nuevas trabas administrativas y consecuencias negativas no deseadas en el futuro.

## LOS REQUISITOS REGULATORIOS COMPLEJOS Y HETEROGÉNEOS AUMENTAN LOS COSTES

Nortem BioGroup fue fundada en 2015 y actualmente cuenta con 34 empleados. La empresa se centra principalmente en vender productos alimenticios, de limpieza, cosméticos y complementos alimenticios naturales y ecológicos en los mercados digitales de España, Alemania, Francia, Italia y Reino Unido.



### Llamada a la acción

Al expandir su negocio a través de varios miembros del mercado único, la pyme ha superado obstáculos relacionados con diferentes regulaciones de calidad y seguridad para los productos en cada nuevo país en el que han empezado a operar. La empresa ha superado estos obstáculos al tener profesionales especializados listos para resolver los problemas, incluidos departamentos dedicados a la administración y la contabilidad, así como la calidad y seguridad del producto. Para garantizar continuamente el cumplimiento, Nortem BioGroup invierte en capacitación adicional, asiste a eventos y busca el asesoramiento de profesionales externos cuando es necesario.

**«La simplificación de los procedimientos administrativos es esencial para agilizar la burocracia y facilitar el comercio en el mercado único».**

José Luis Vázquez, gerente en Nortem Biogroup

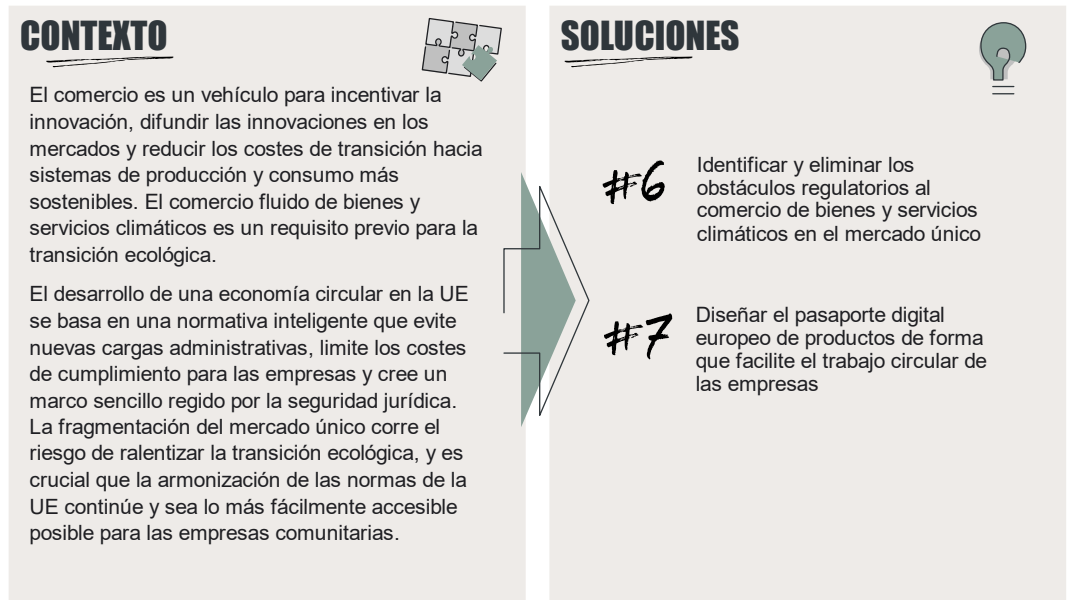


### Potencial

La reducción de procedimientos y requisitos de productos innecesarios, la estandarización de formularios y documentos, y la implementación de sistemas electrónicos para acelerar los procesos reducirían significativamente los costes administrativos para Nortem BioGroup. Actualmente, la empresa tiene 9 empleados en departamentos especializados. En concreto, estima que se tarda alrededor de 3 a 12 meses en empezar a operar/vender en un nuevo país porque, dependiendo del país, se necesita tiempo para asegurar el cumplimiento de la regulación nacional y de la UE. Un punto único de información sobre los requisitos nacionales y la presentación de informes sería de gran ayuda.



## 5 Eliminar los obstáculos regulatorios al comercio para crear un mercado único de productos ecológicos y circulares



### #6. Identificar y eliminar los obstáculos regulatorios al comercio de bienes y servicios climáticos en el mercado único

La transición a un nuevo sistema de producción y consumo descarbonizado requiere que las tecnologías y los servicios relacionados con el clima estén disponibles y se desplieguen plenamente. Abordar y eliminar los obstáculos regulatorios al comercio de bienes y servicios climáticos en el mercado único puede acelerar la descarbonización en Europa estructurando las señales del mercado, incentivando la innovación y reduciendo el coste de adoptar nuevas tecnologías. Un mercado único plenamente integrado de bienes y servicios climáticos reforzará asimismo la competitividad internacional de los productores europeos.

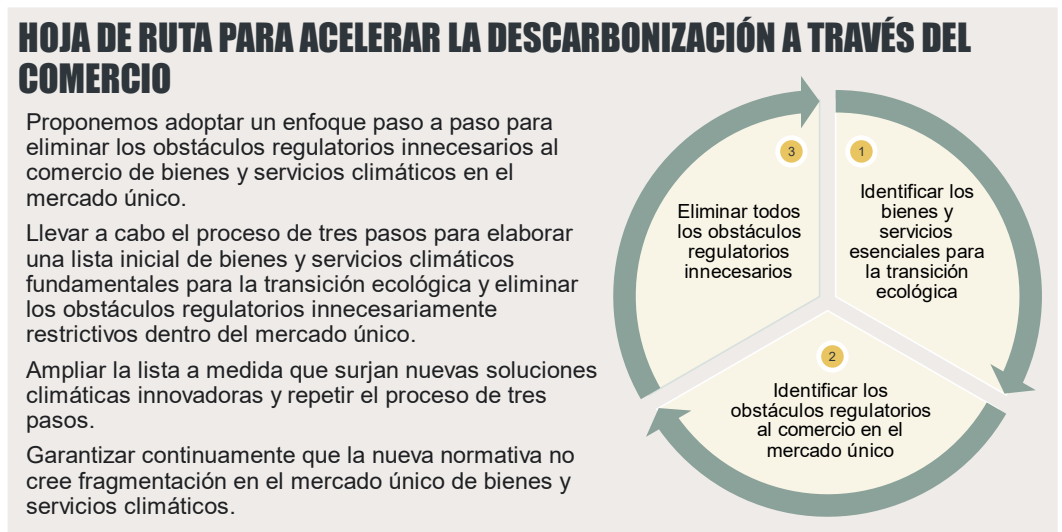
La actualización del Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) de España ha fijado como objetivo una potencia total instalada en el sector eléctrico de 214 GW para 2030, de los cuales 160 GW se prevé que procedan de generación renovable. Las estimaciones iniciales indican que 62 GW procederán de la energía eólica, 76 GW de la solar fotovoltaica, 14,5 GW de la hidroeléctrica y 4,8 GW de la solar termoeléctrica.<sup>56</sup> El PNIEC prevé inversiones por valor de 294.000 millones de euros durante el periodo 2021-2030 (de las cuales el 40 % se destinará a energías renovables).<sup>57</sup>

Los obstáculos regulatorios constituyen importantes frenos al comercio mundial de bienes climáticos (hasta 10 veces más que los aranceles<sup>58</sup>), y los tres principales son: los obstáculos técnicos al comercio (principalmente normas, reglamentos técnicos y requisitos de etiquetado, así como procedimientos de evaluación de la conformidad, ensayo y certificación de productos), los requisitos de contenido local y los desafíos relativos a la contratación pública.

Los obstáculos regulatorios también dificultan la libre circulación de bienes y servicios climáticos en el mercado único. La industria eólica, por ejemplo, experimenta una regulación compleja, contradictoria y fragmentada que erosiona su competitividad global.<sup>59</sup> Dado que se espera que la energía eólica cubra el 43 % de la demanda de electricidad en Europa en 2030, los obstáculos regulatorios hacen que la transición ecológica sea excesivamente costosa y ejercen presión adicional sobre los presupuestos públicos.<sup>60</sup>

- **Paso 1** | Definir una lista inicial de bienes y servicios climáticos. En el análisis en profundidad de los obstáculos del mercado único al comercio de bienes y servicios climáticos se ofrece una lista preliminar que podría servir de punto de partida para el trabajo.<sup>61</sup> Podría tratarse de una lista mínima de bienes y servicios climáticos generalmente aceptados como fundamentales para la transición ecológica.
- **Paso 2** | Identificar los obstáculos regulatorios que dificultan el libre comercio transfronterizo de los bienes y servicios climáticos definidos dentro del mercado único. Esta identificación debe ser exhaustiva y abarcar todo el itinerario de la empresa y el consumidor. Asimismo, debe tratar de abarcar todas las fuentes de obstáculos regulatorios, tales como la falta de cumplimiento de la normativa de la UE, la fragmentación en la aplicación nacional de la normativa comunitaria, los derechos de propiedad intelectual, el acceso desigual a las licitaciones públicas, etc.
- **Paso 3** | Tomar medidas audaces para eliminar los obstáculos regulatorios innecesarios o injustificados al comercio de bienes y servicios climáticos que están entorpeciendo la transición verde a nivel tanto de la UE como nacional.

El proceso iterativo se ilustra en la siguiente figura.



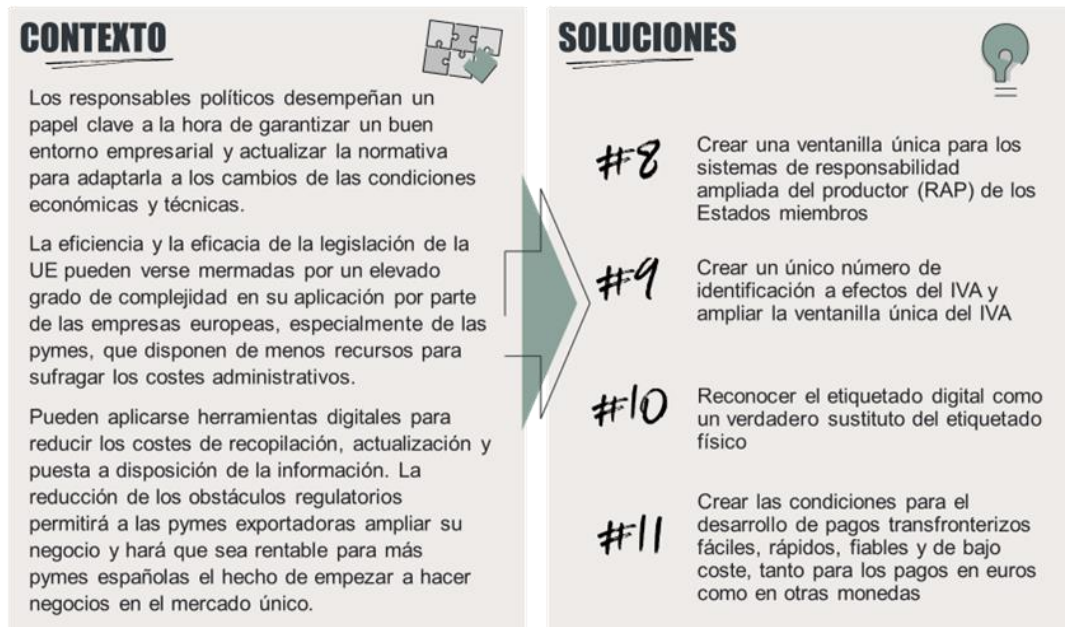
## #7. Diseñar el pasaporte digital europeo de productos de forma que facilite el trabajo circular de las empresas

El Pasaporte Digital de Productos (PDP) es una propuesta clave del Reglamento sobre el diseño ecológico de productos sostenibles (ESPR, por sus siglas en inglés) que pretende recopilar información sobre un producto a lo largo de toda la cadena de valor para ofrecer un conocimiento exhaustivo de los materiales que lo conforman, así como de su impacto medioambiental.

Un PDP bien diseñado puede proporcionar información importante referida al producto concreto, haciéndola más accesible para los agentes de la cadena de valor. Además, puede servir como una poderosa herramienta para las empresas en su contribución a la descarbonización de la economía. Sin embargo, si no se diseña cuidadosamente y teniendo en cuenta las opiniones de las partes interesadas, en especial las de las pymes, existe el riesgo de que el PDP introduzca cargas administrativas y costes elevados para las empresas, lo cual limitaría su potencial y alimentaría la fragmentación del mercado único. Por lo tanto, recomendamos que el PDP se diseñe con las siguientes características:

- Que solo se requieran los datos pertinentes, comprendiendo la complejidad y el tiempo necesarios para recopilar información detallada a lo largo de toda la cadena de valor.
- Los datos exigidos deben ajustarse a las bases de datos y los sistemas existentes, a fin de no crear nichos de información ni duplicar esfuerzos.
- Que se protejan los derechos de propiedad intelectual, lo que exige una vez más un minucioso examen de los datos que son totalmente pertinentes para alcanzar los objetivos (pidiendo solo los datos necesarios y no los que serían deseables).

## 6 Utilizar herramientas digitales para reducir costes y crear condiciones que favorezcan el crecimiento



## #8. Crear una ventanilla única para los sistemas de responsabilidad ampliada del productor (RAP) de los Estados miembros

La responsabilidad ampliada del productor (RAP) es un instrumento de política medioambiental de la UE que asigna a los productores la responsabilidad de la recogida, clasificación y tratamiento de los productos en la fase posterior al consumo. Los sistemas de RAP varían mucho dentro de la UE, tanto entre Estados miembros como entre distintas categorías de productos. Armonizar estos sistemas puede contribuir a reforzar la economía circular en el mercado único, al tiempo que se reducen los costes innecesarios para que las empresas actúen de forma responsable con el medio ambiente.

Recomendamos el establecimiento de un enfoque verdaderamente armonizado de la RAP: una solución de ventanilla única digital que facilite el registro y la notificación únicos de la RAP en todos los Estados miembros. Supervisada por la Comisión Europea, esta ventanilla única también serviría como portal de información centralizada y actualizada sobre los requisitos de la RAP en todos los Estados miembros, funcionando a nivel de producto. Lo ideal sería realizar un trabajo global y ambicioso para mejorar y acelerar la normalización de los sistemas de RAP en todos los Estados miembros y, en la medida de lo posible, en todas las categorías de productos. Una labor que debería realizarse antes o, en cualquier caso, después de la puesta en marcha de la ventanilla única de la RAP.

Una solución de este tipo haría más fácil y menos costoso para los productores españoles el cumplimiento de la normativa RAP relativa a todos los productos vendidos en cualquier Estado miembro, a la vez que reduciría los obstáculos regulatorios al comercio (y, por lo tanto, haría que este aumentase) dentro del mercado único y fortalecería la circularidad.

## #9. Crear un único número de identificación a efectos del IVA y ampliar la ventanilla única del IVA

En la actualidad, una pyme necesita de media 13 documentos para completar un proceso de registro del IVA, 100 días para obtener un número de IVA, unos 8.000 euros anuales por país en costes de cumplimiento y hasta 60 declaraciones de IVA anuales por país.<sup>62</sup> En 2022, la Comisión Europea propuso una serie de medidas para modernizar y hacer que el sistema del IVA de la UE funcione mejor para las empresas y sea más resistente al fraude, adoptando y promoviendo la digitalización (la propuesta sobre el IVA en la era digital, ViDA por sus siglas en inglés).

Pedimos a la Comisión Europea que adopte sin demora la propuesta sobre el IVA en la era digital y cree así un único número de identificación a efectos del IVA en la UE y amplíe el actual concepto de ventanilla única del IVA para que abarque todas las transacciones de bienes (incluida la ubicación de existencias y las ventas posteriores en toda la UE). Esta simplificación permitiría a las pymes cumplir sus obligaciones en materia de IVA utilizando un único número de registro de IVA, lo que reduciría los costes y la complejidad y contribuiría a impulsar el crecimiento. Contar con unos procedimientos del IVA menos gravosos es una de las iniciativas políticas que las pymes españolas consideraran más beneficiosas para aumentar su actividad en el mercado único.

Además de reducir las cargas administrativas de las pymes y garantizarles un mayor acceso al mercado único europeo, las autoridades fiscales también se beneficiarían de un único número de identificación a efectos del IVA, ya que reducir la complejidad aumenta el cumplimiento de las normas.<sup>63</sup> Desde la perspectiva de las finanzas públicas de los gobiernos nacionales, es probable que la simplificación se traduzca en un aumento del

comercio que genere ingresos adicionales procedentes del IVA y un mercado más competitivo en la UE. Por último, los clientes se beneficiarían de una mayor variedad de bienes y servicios, precios más competitivos y una mejor experiencia de compra cuando adquieran productos en internet.

## LOS REQUISITOS DE REGISTRO DEL IVA IMPIDEN LA EXPANSIÓN EN LA UNIÓN EUROPEA

Segeda es una empresa española con sede en Badajoz, especializada en la fabricación de maquinaria y en mecanizados. La empresa lleva 41 años desarrollando su actividad y, en la actualidad, exporta a países dentro y fuera de la Unión Europea. Aproximadamente el 35-40 % de los ingresos de la empresa provienen de las exportaciones a la UE, principalmente a Italia, Portugal y Francia.



### Llamada a la acción

A pesar de las numerosas simplificaciones de los procedimientos europeos del IVA gracias a la introducción del sistema de ventanilla única (OSS), Segeda sigue enfrentándose a dificultades significativas relacionadas con los procedimientos del IVA. En particular, la empresa destina una cantidad considerable de tiempo y recursos financieros a obtener información sobre los diferentes requisitos nacionales de registro del IVA y las tasas impositivas.

**«Las diferencias en las tasas impositivas en diferentes países afectan a la capacidad de deducción y la cantidad que se puede deducir, generando incertidumbre y costes administrativos».**

Javier Barrena, CEO de Segeda



### Potencial

Crear un único número de identificación a efectos del IVA en la UE y ampliar la OSS del IVA para que abarque todas las transacciones de bienes permitiría a las pequeñas y medianas empresas, como Segeda, cumplir las obligaciones del IVA utilizando un único número de registro. Esto ayudaría a reducir la complejidad y disminuir los costes asociados con el registro del IVA.

## #10. Reconocer el etiquetado digital como un verdadero sustituto del etiquetado físico

Para comercializar sus productos en la UE, los fabricantes deben indicar en ellos toda una serie de datos sobre su conformidad y cumplimiento, tanto en la UE como en los Estados miembros. Los distintos requisitos de etiquetado suponen un elevado coste administrativo y de recursos para los productores, especialmente para las pymes que venden cantidades menores. Además, la UE sigue basándose exclusivamente en el mercado físico de los productos y/o sus envases, mientras que la comunicación digital en las etiquetas de los productos solo se hace de forma voluntaria.

El etiquetado digital puede responder a la creciente demanda de transparencia en los productos adquiridos. Puede transmitir más información a los consumidores, más allá de lo que es posible en las etiquetas físicas. Por ejemplo, en los reglamentos sobre productos sanitarios de la UE ya existen normas que prescriben cómo debe etiquetarse un producto para que el usuario entienda que puede encontrar las instrucciones y más información en internet.

Las etiquetas digitales también tienen la ventaja de ser fácilmente actualizables y localizables, y de poder proporcionarse en todas las lenguas oficiales para un producto concreto, con un coste mucho menor y una mayor comodidad para los fabricantes que las etiquetas físicas.<sup>64</sup> Dado que, una vez impresa, la información sobre los productos puede perder vigencia rápidamente a medida que avanza la tecnología y cambia la legislación, el etiquetado digital ofrece una opción más flexible, eficiente y escalable para afrontar este reto. El etiquetado digital, como alternativa al físico, puede facilitar el comercio transfronterizo dentro del mercado único.

Por lo tanto, recomendamos que la Comisión Europea adapte los requisitos de etiquetado de la UE a la era digital ofreciendo a los fabricantes la opción de comercializar sus productos digital o físicamente, es decir, reconociendo las etiquetas digitales como verdaderos sustitutos de las etiquetas físicas en todos los grupos de productos y Estados miembros. Esto debería aprovechar el impulso y los aprendizajes que ya se están produciendo en el marco de las propuestas de etiquetado digital de los reglamentos sobre productos químicos.<sup>65</sup> Asimismo, pedimos que el etiquetado físico solo contenga la información mínima esencial.

## EL ETIQUETADO DIGITAL PODRÍA PERMITIR LA EXPANSIÓN A NUEVOS PAÍSES EUROPEOS

GloriaPets es una empresa de 50 personas especializada en accesorios para mascotas, como collares, correas, juguetes y artículos de higiene y cuidado. A lo largo de los años, GloriaPets ha cambiado su enfoque de distribuir artículos para mascotas de varios productores a desarrollar sus propias marcas, que hoy representan en torno al 25-30 % de su negocio. GloriaPets tiene alrededor de 4.000 clientes, principalmente en el mercado profesional, de los cuales aproximadamente el 70 % están en España, mientras que el resto se encuentra en otros países, sobre todo en Europa.

### Llamada a la acción

A GloriaPets le resulta difícil cumplir los requisitos de etiquetado nacionales en los diferentes mercados europeos a los que vende. Este problema es especialmente pronunciado en el caso de las etiquetas físicas, que deben aumentarse e imprimirse por separado para los diferentes países europeos. Una etiqueta digital, que idealmente solo requiriese un código QR en el embalaje físico, facilitaría mucho la inclusión y actualización de la información del producto en todos los idiomas requeridos.

**«Es un gran desafío y coste para nosotros cambiar el embalaje de todos nuestros productos para entrar en un país en particular. Esta información sería más fácil y menos costosa de actualizar en un formato digital».**

Daniel Lizarraga Rivas, socio gerente de GloriaPets

### Potencial

GloriaPets ha estado en situaciones en las que no ha podido vender sus productos en ciertos países por no haber sido etiquetados de acuerdo con los requisitos nacionales. Como resultado, han tenido que cambiar el etiquetado físico de sus productos, lo cual es un desperdicio desde una perspectiva ambiental y costoso para el negocio. La empresa estima que, al implementar el etiquetado digital, GloriaPets podría aumentar sus ventas en 3-4 millones, al poder acceder a más países europeos a menores costes.

## #11. Crear las condiciones para el desarrollo de pagos transfronterizos fáciles, rápidos, fiables y de bajo coste, tanto para los pagos en euros como en otras monedas

Tal como muestra claramente la encuesta, las pymes españolas consideran fundamental para el funcionamiento del mercado único que los métodos de pago transfronterizos sean asequibles y no supongan un esfuerzo para las empresas y los consumidores. La Comisión Europea ya ha presentado una Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por el que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.

Alentamos a la UE a diseñar un marco legislativo propicio, abierto y competitivo para facilitar pagos transfronterizos de bajo coste, fáciles, seguros y fiables. Los reguladores deben evitar bloquear el acceso a la prestación fluida de soluciones transfronterizas. En

su lugar, unos incentivos adecuados deberían fomentar un ecosistema competitivo que permita a los consumidores tomar decisiones informadas, al tiempo que se reduce el coste de los pagos para los comerciantes.

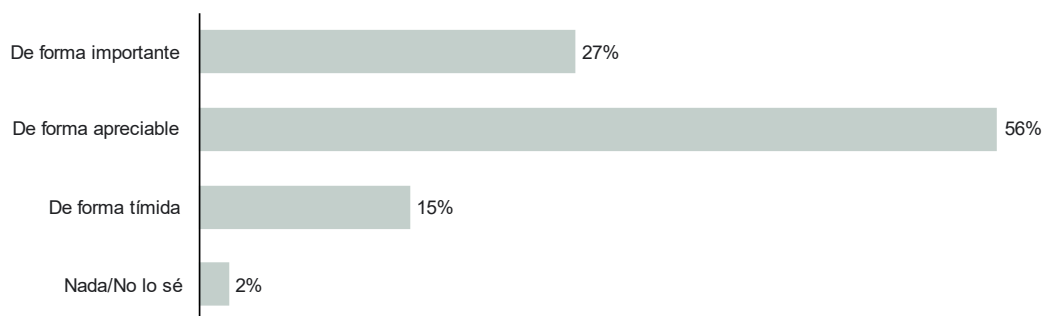
Un marco más competitivo para los pagos transfronterizos garantizaría que los ciudadanos de la Unión Europea tengan acceso a una gama diversa de proveedores, todos los cuales operen en un entorno abierto y competitivo, incluidos los proveedores financieros tradicionales, así como los bancos, los proveedores tecnofinancieros y los operadores de plataformas. La UE también debe liderar la elaboración de normativas en materia de pagos instantáneos y monedas digitales de los bancos centrales para seguir modernizando los servicios financieros transfronterizos, establecer normas exigentes a escala internacional y garantizar la competitividad de la Unión Europea.



## Apéndice 1 Descripción de la encuesta a las pymes

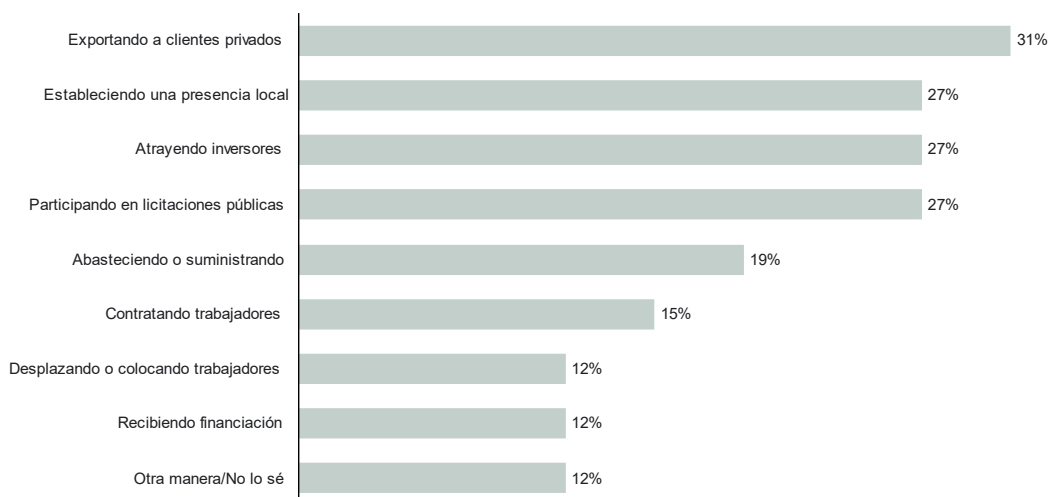
Con el fin de identificar los principales obstáculos para hacer negocios dentro del mercado único y las posibles soluciones, llevamos a cabo una encuesta en estrecha colaboración con CEPYME. El grupo objetivo de la encuesta eran las pymes que exportan o desearían exportar a través del mercado único. La encuesta contenía un total de 21 preguntas. En total, participaron 153 pymes, de las cuales el 81 % (124) son exportadoras y el 19 % (29) son pymes que actualmente no exportan pero desearían hacerlo (exportadores potenciales). La mayoría de las empresas encuestadas se dedican a la venta al por menor o al por mayor (18 %) y a la fabricación (13 %). Las respuestas a la encuesta incluyen una buena representación de pymes de distintos tamaños. Este apéndice contiene las respuestas detalladas.

### 8Gráfico 14 Beneficios de hacer negocios en el mercado único, exportadores



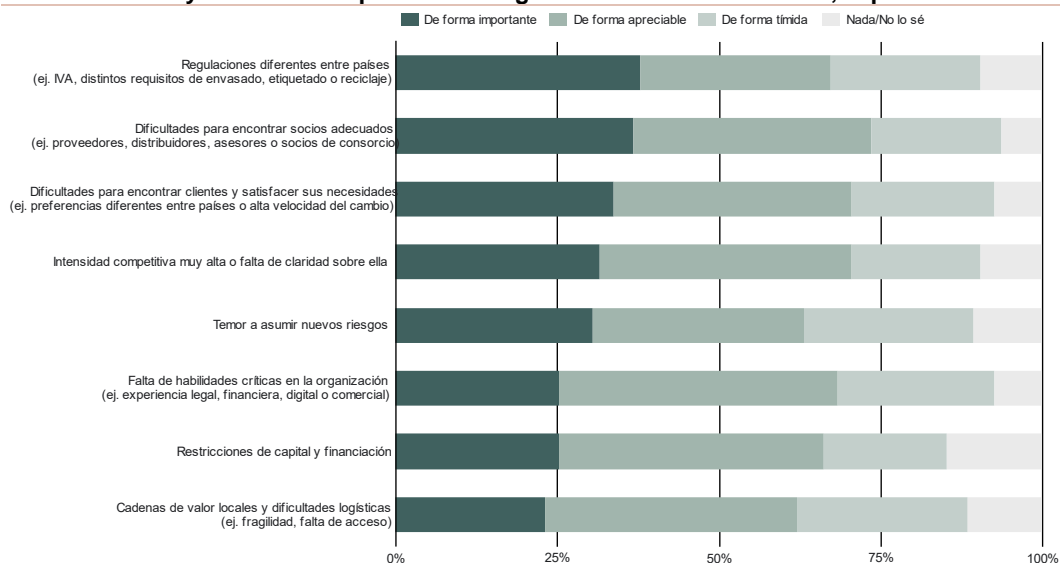
Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.  
Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida se beneficia su empresa del mercado único?, n=94.

### 9Gráfico 15 Posibilidades de hacer crecer el negocio en el mercado único, exportadores potenciales



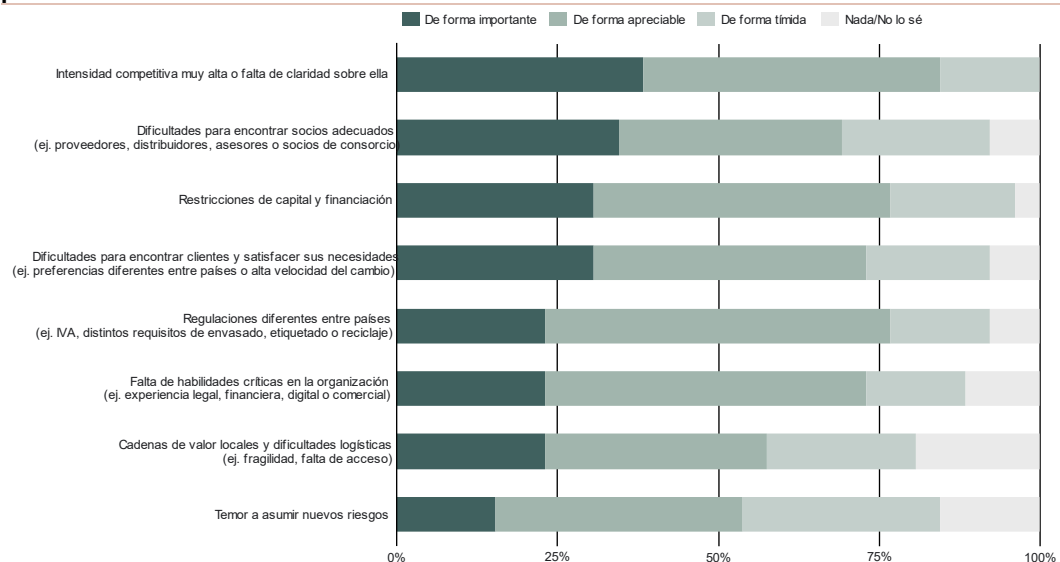
Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.  
Nota: Pregunta de la encuesta: ¿Dónde ve el mayor potencial dentro del mercado único para hacer crecer su negocio?, n=26.

**10 Gráfico 16 Mayores barreras para hacer negocios en el mercado único, exportadores**



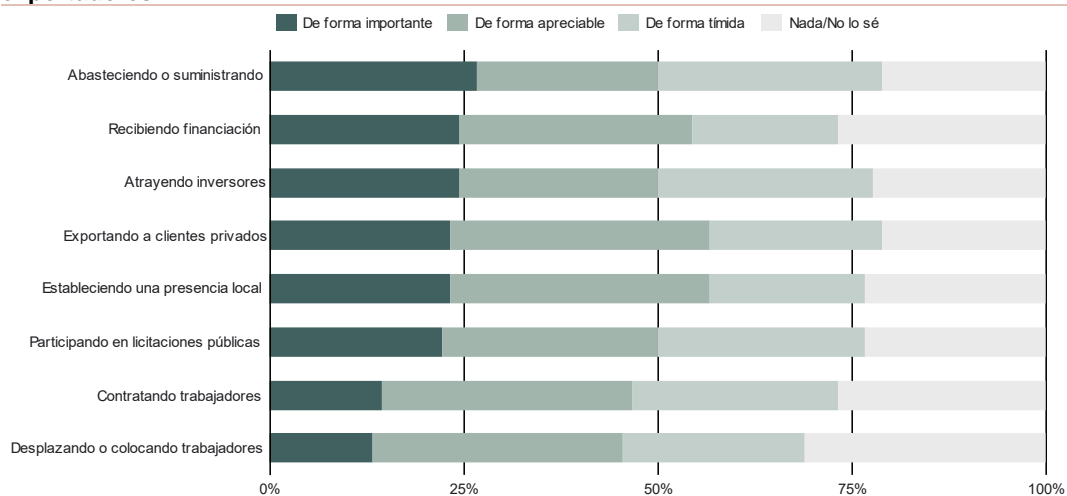
Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.  
 Nota: Pregunta de la encuesta: ¿Cuáles considera que son las mayores barreras para hacer negocios en el mercado único?, n=95.

**11 Gráfico 17 Mayores barreras para hacer negocios en el mercado único, exportadores potenciales**



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.  
 Nota: Pregunta de la encuesta: ¿Cuáles considera que son las mayores barreras para hacer negocios en el mercado único?, n=26.

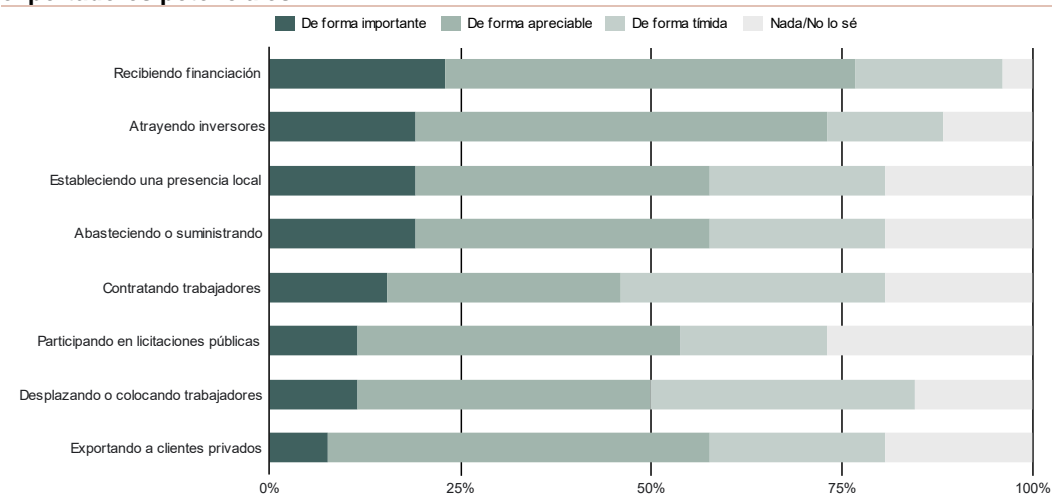
### 12Gráfico 18 Cómo dificultan los obstáculos regulatorios la actividad en el mercado único, exportadores



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.

Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida los obstáculos regulatorios impiden que su empresa haga más negocios en el mercado único?, n=90.

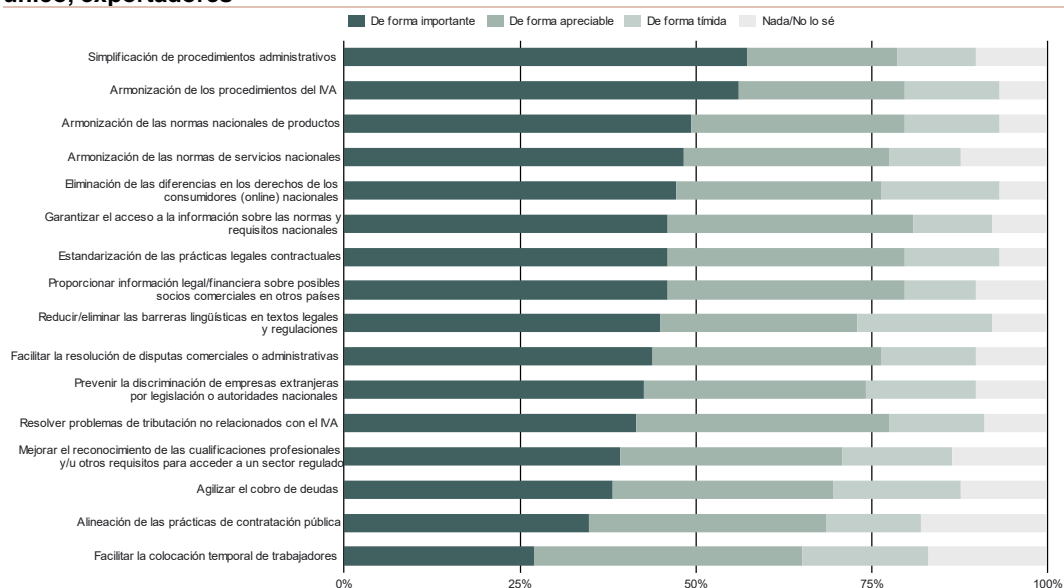
### 13Gráfico 19 Cómo dificultan los obstáculos regulatorios la actividad en el mercado único, exportadores potenciales



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.

Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida los obstáculos regulatorios impiden que su empresa haga negocios en el mercado único?, n=26.

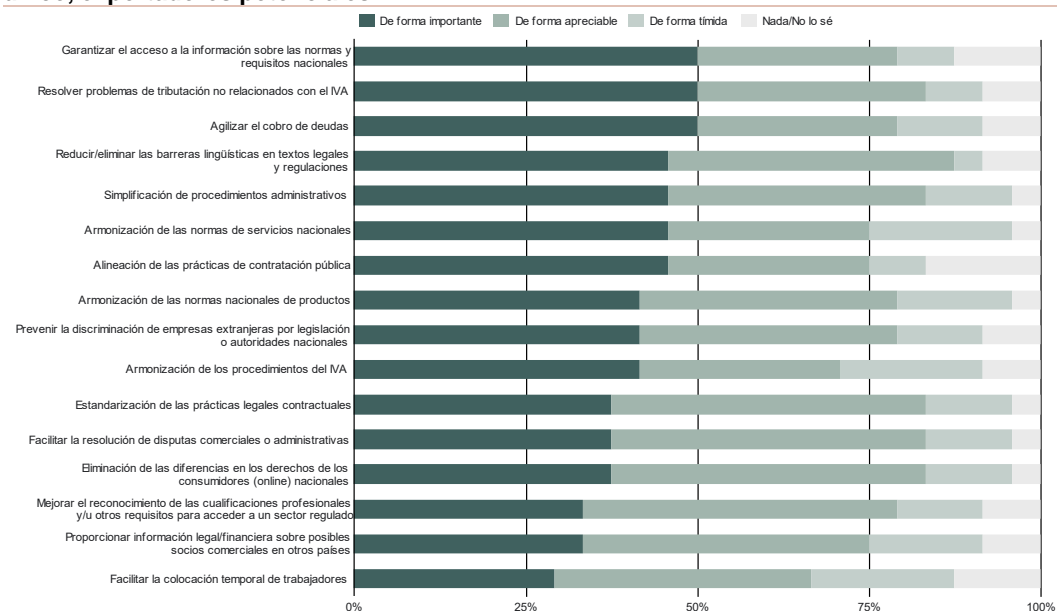
### 14 Gráfico 20 Las iniciativas políticas que pueden ayudar a tener más actividad en el mercado único, exportadores



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.

Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida las siguientes iniciativas políticas ayudarían a su empresa a hacer más negocios dentro del mercado único?, n=89.

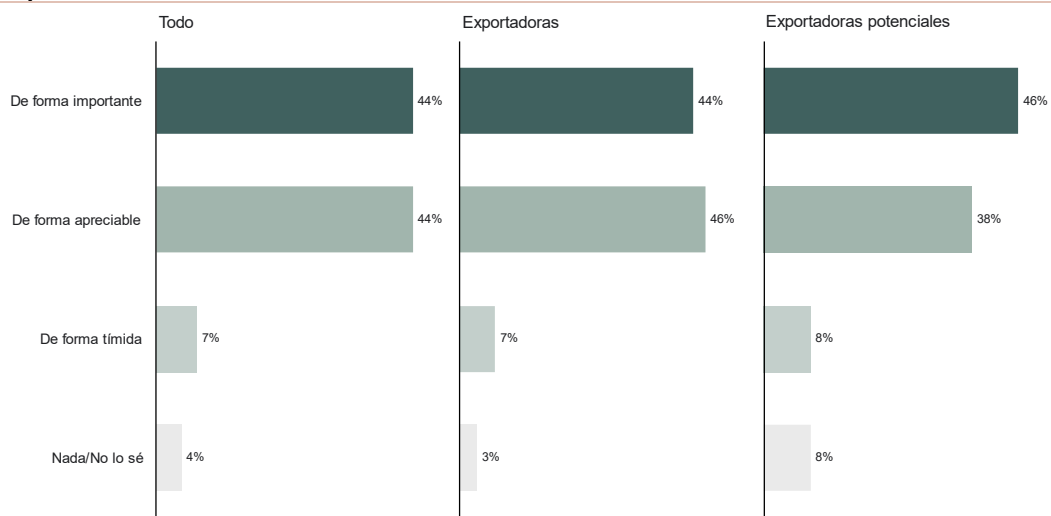
### 15 Gráfico 21 Las iniciativas políticas que pueden ayudar a hacer negocios en el mercado único, exportadores potenciales



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.

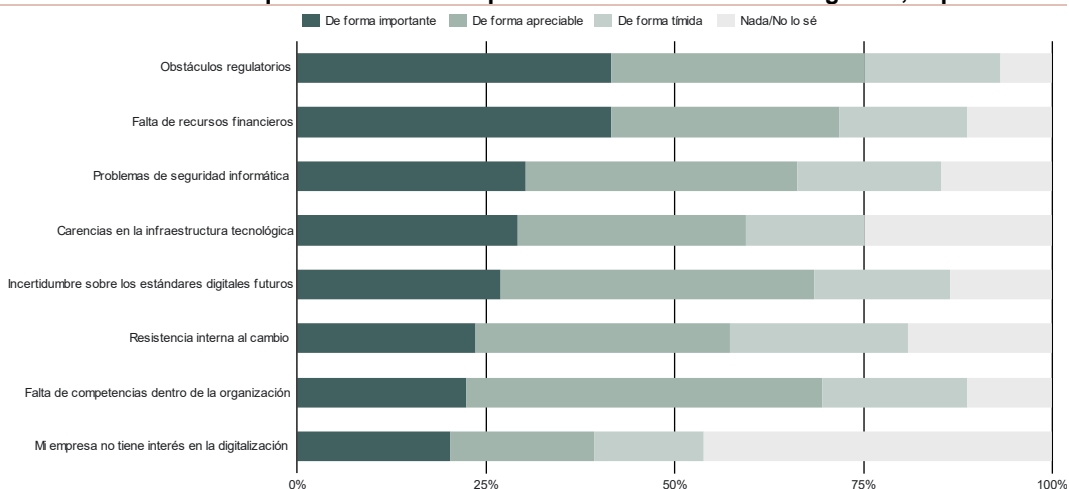
Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida las siguientes iniciativas políticas ayudarán a las pymes a hacer negocios dentro del mercado único?, n=24.

### 16Gráfico 22 Cómo un mayor uso de herramientas digitales puede aumentar las exportaciones a través del mercado único



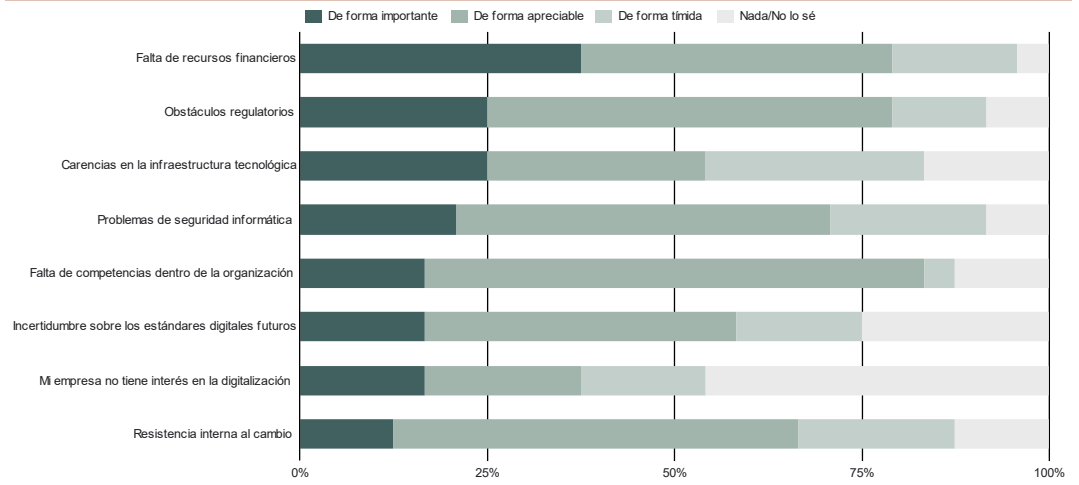
Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.  
 Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida considera que el aumento del uso de herramientas digitales ayudaría a su empresa a exportar más a través del mercado único?, n=113 (89 exportadoras y 24 exportadoras potenciales).

### 17Gráfico 23 Factores que dificultan la adopción de más herramientas digitales, exportadores



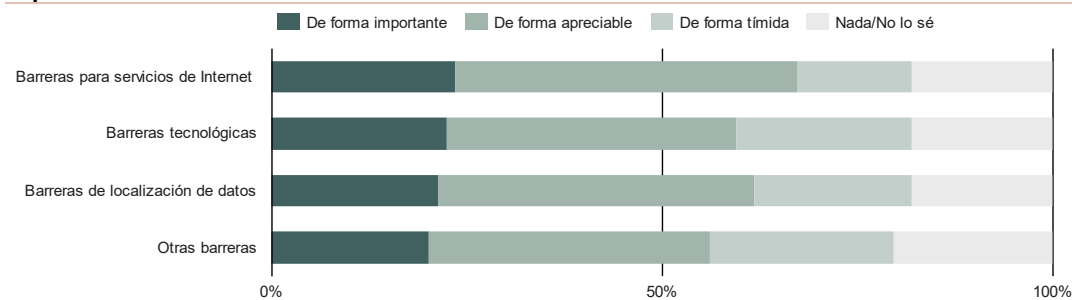
Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.  
 Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida considera que los siguientes factores son barreras para que su empresa adopte más herramientas digitales?, n=89.

**18Gráfico 24 Factores que dificultan la adopción de más herramientas digitales, exportadores potenciales**



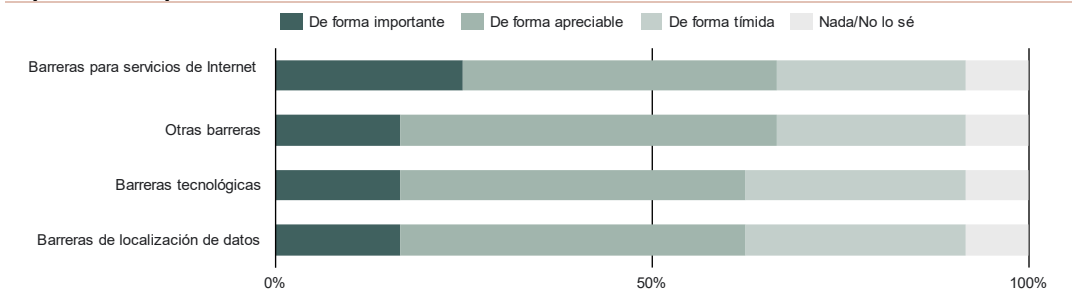
Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.  
 Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida considera que los siguientes factores son barreras para que su empresa adopte más herramientas digitales?, n=24.

**19Gráfico 25 Obstáculos regulatorios que impiden la adopción de herramientas digitales, exportadores**



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.  
 Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida crean las siguientes barreras obstáculos regulatorios que limitan la adopción de herramientas digitales por parte de su empresa?, n=89.

**20Gráfico 26 Obstáculos regulatorios que impiden la adopción de herramientas digitales, exportadores potenciales**



Fuente: Elaboración de Implement Economics a partir de una encuesta realizada a 153 pymes españolas.  
 Nota: Pregunta de la encuesta: ¿En qué medida crean las siguientes barreras obstáculos regulatorios que limitan la adopción de herramientas digitales por parte de su empresa?, n=24.

- <sup>1</sup> Comisión Europea (2023). *La competitividad de la UE después de 2030: mirando al futuro con ocasión del 30.º aniversario del mercado único*.
- <sup>2</sup> Consejo Europeo (2023). *Conclusiones de la reunión de Bruselas*, 30 de junio de 2023, EUCO 7/23, CO EUR 5, CONCL 3.
- <sup>3</sup> Véase <https://spanish-presidency.consilium.europa.eu/es/programa/prioridades/>.
- <sup>4</sup> Véase [https://www.consilium.europa.eu/es/press/press-releases/2023/10/06/granada-declaration/?utm\\_source=dsms-auto&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=The%20Granada%20declaration](https://www.consilium.europa.eu/es/press/press-releases/2023/10/06/granada-declaration/?utm_source=dsms-auto&utm_medium=email&utm_campaign=The%20Granada%20declaration).
- <sup>5</sup> LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States*. La estimación cuantifica en qué medida eran más elevados los niveles de las variables de resultado en 2015 de lo que habrían sido sin la mayor integración del mercado único.
- <sup>6</sup> Comisión Europea (2020). *Un mercado único que responde a las expectativas de las empresas y los consumidores*.
- <sup>7</sup> Comisión Europea. *Resumen de la evaluación de la Comisión del borrador del Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030*.
- <sup>8</sup> Véase <https://energia.gob.es/es-es/Participacion/Paginas/DetalleParticipacionPublica.aspx?k=607>.
- <sup>9</sup> OECD (2022). *Trade in goods and services*.
- <sup>10</sup> Véase <https://www.epcsummit2023.md/president-maia-sandus-message-regards-organisation-epc-summit>.
- <sup>11</sup> LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States*.
- <sup>12</sup> En España, el 11 % de los empleos depende de las exportaciones intracomunitarias (Comisión Europea [2018]. *EU exports to the EU: Effects on employment and income*) y otro 11 % depende de las exportaciones extracomunitarias (Comisión Europea [2021]. *EU exports to the world: effects on employment*), según las últimas publicaciones.
- <sup>13</sup> Comisión Europea (2018). *EU exports to the EU: Effects on employment and income*. Aquí se utiliza la proporción de empleos proporcionados por las exportaciones intracomunitarias, ya que no existe ninguna estimación para el mercado único.
- <sup>14</sup> OECD (2023). *X – TEC by partner countries and size-class [TEC3\_REV4]*.
- <sup>15</sup> OECD (2023). *FDI statistics by partner country and by industry – Summary [BMD4]*.
- <sup>16</sup> Eurostat (2023). *Population on 1 January by age group, sex and country of birth [MIGR\_POP3CTB]* y Eurostat (2023). *EU and EFTA citizens who are usual residents in another EU/EFTA country as of 1 January [MIGR\_POP9CTZ]*. No existen datos relativos a Malta, Chipre y Estonia en la última fuente, lo que significa que no están incluidos los españoles que viven en estos países.
- <sup>17</sup> Las fuentes de la infografía son las siguientes: Beneficios generales: LE Europe (2017). *The EU Single Market - Impact on Member States*; comercio: Eurostat [TEC3\_REV4], [LFSI\_EMP\_A] y WKO (2023). *30th Anniversary of the Single Market – An unfinished milestone of integration*; inversión: Eurostat [FATS\_OUT2\_R2], [FATS\_G1A\_08], OCDE [estadísticas de IED según Benchmark Definition 4th Edition (BMD4)]; y, por último, movilidad: Eurostat [MIGR\_POP3CTB], [MIGR\_POP9CTZ]. Nota: Los puestos de trabajo proporcionados por las exportaciones intracomunitarias se calculan utilizando los datos sobre exportaciones al mercado único de WKO (2023) y la hipótesis utilizada en WKO (2023) según la cual cada 1.000 millones exportados garantizan unos 10.000 puestos de trabajo.
- <sup>18</sup> Eurostat (2023). *Annual enterprise statistics by size class for special aggregates of activities (NACE Rev.2) [SBS\_SC\_SCA\_R2]*.
- <sup>19</sup> Eurostat (2023). *Persons employed in the non-financial business economy by size class of employment [TIN00148]*.
- <sup>20</sup> Comisión Europea (2022). *Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs*.
- <sup>21</sup> OMC (2016). *Igualdad de condiciones para el comercio de las pymes*.
- <sup>22</sup> USITC (2019). *U.S. SME Exports: Trade-related Barriers Affecting Exports of U.S Small and Medium-sized Enterprises to the United Kingdom*.
- <sup>23</sup> HBS (2018). *25 Years of the European Single Market*.
- <sup>24</sup> Eurostat (2023). *Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class [EXT\_TEC01]*. Nota: Solo están disponibles los datos relativos a las exportaciones intracomunitarias. Por lo tanto, el cálculo excluye las exportaciones a Noruega, Liechtenstein e Islandia.
- <sup>25</sup> BEUC (2022). *Making the most of EU Advance Purchases of Medicines*.
- <sup>26</sup> Comisión Europea (2022). *Preguntas y respuestas sobre las negociaciones relativas a las vacunas*.
- <sup>27</sup> Comisión Europea (2022). *Safe COVID-19 Vaccines for Europeans*.
- <sup>28</sup> Consejo Europeo (2022). *Cómo funcionan las sanciones de la UE contra Rusia*.
- <sup>29</sup> Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 71). Oxford Academic.
- <sup>30</sup> Comisión Europea (2022a). *Negotiations and Agreements*.
- <sup>31</sup> OMC (2022). *Base de Datos sobre los Acuerdos Comerciales Regionales*.
- <sup>32</sup> Comisión Europea (2022). *Acuerdos comerciales de la UE: beneficios para las empresas europeas*.

- 
- <sup>33</sup> Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 23). Oxford Academic.
- <sup>34</sup> Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 63). Oxford Academic.
- <sup>35</sup> Comisión Europea (2021). *Strategic Dependencies and Capacities*.
- <sup>36</sup> Las categorías de respuesta utilizadas en esta pregunta de la encuesta proceden de una encuesta encargada por Business Finland y realizada por Implement Consulting Group, véase Implement Consulting Group (2022). *Impact study on economic growth*.
- <sup>37</sup> Las categorías de respuesta utilizadas en esta pregunta de la encuesta se basan en la encuesta empresarial de Eurochambres (2020). *The State of the Single Market: Barriers and Solutions*.
- <sup>38</sup> Implement Consulting Group (2022). *Digital Decarbonisation – How the Digital Sector is Supporting Climate Action*.
- <sup>39</sup> Comisión Europea (2021). *Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI) 2020 – España* y Comisión Europea (2023). *Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI) 2022 – España*.
- <sup>40</sup> Comisión Europea (2022). *SME Performance Review 2021 – Graphs Spain*, Eurostat (2023). *Digital intensity by size class of enterprise [ISOC\_DII]*.
- <sup>41</sup> Véase <https://planderecuperacion.gob.es/noticias/gobierno-acuerda-ampliar-reforzar-red-oficinas-Acelera-Pyme-prtr>.
- <sup>42</sup> Comisión Europea (2023). *La competitividad de la UE después de 2030: mirando al futuro con ocasión del 30.º aniversario del mercado único*.
- <sup>43</sup> Eurochambres (2019). *The State of the Single Market: Barriers and Solutions*.
- <sup>44</sup> Comisión Europea (2020). *Cuadro de indicadores del mercado único*.
- <sup>45</sup> El principio del país de origen establece que, cuando una acción o un servicio se realiza en un país, pero se recibe en otro, la ley aplicable es la del país donde se realiza la acción o el servicio. Reforzar este principio garantiza un régimen regulatorio que, o bien proporciona una armonización total de la legislación, o bien aplica eficazmente los principios del país de origen basándose en una cultura de confianza entre los Estados miembros y sus administraciones. Esto es necesario para evitar la excesiva aplicación y la sobrerregulación. Las autoridades nacionales deben respetar plenamente el principio de reconocimiento mutuo y dejar de restringir el acceso al mercado basándose en normas nacionales. Respetar este principio es importante para la libre circulación de personas y allanará el camino para la plena aplicación de la Directiva de servicios.
- <sup>46</sup> De Streel et al. (2020). *The E-commerce Directive as the Cornerstone of the Internal Market, requested by the IMCO Committee*.
- <sup>47</sup> Comisión Europea (2020). *Shaping the digital transformation in Europe*.
- <sup>48</sup> Implement Consulting Group (2022). *Digital Decarbonisation – How the Digital Sector is Supporting Climate Action*, encargado por Google.
- <sup>49</sup> Véase EUR-Lex (2018). *Reglamento (UE) 2018/1807 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, relativo a un marco para la libre circulación de datos no personales en la Unión Europea*.
- <sup>50</sup> Kommerskollegium (2021). *Främja Dataöverföring och Datadelning genom ett Nytt Dataflödestest*.
- <sup>51</sup> Servicio de Estudios del Parlamento Europeo (2014). *The Cost of Non-Europe in the Single Market*.
- <sup>52</sup> Comisión Europea (2020). *Un mercado único que responde a las expectativas de las empresas y los consumidores*.
- <sup>53</sup> Los cálculos se basan en la Comisión Europea (2020). *Un mercado único que responde a las expectativas de las empresas y los consumidores*. Aplicamos la contribución española al comercio intracomunitario total para obtener una estimación a escala nacional del potencial de crecimiento del comercio de bienes y servicios en España a partir de Eurostat (2023). *Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class [EXT\_TEC01]*.
- <sup>54</sup> Cálculo de Implement Economics basado en LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States*, Comisión Europea (2020). *Un mercado único que responde a las expectativas de las empresas y los consumidores*, y Eurostat (2023). *Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class [EXT\_TEC01]*.
- <sup>55</sup> Comisión Europea (2021). *Better Regulation Toolbox 2021* (cap. 1).
- <sup>56</sup> Comisión Europea. *Resumen de la evaluación de la Comisión del borrador del Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030*.
- <sup>57</sup> Véase <https://energia.gob.es/es-es/Participacion/Paginas/DetalleParticipacionPublica.aspx?k=607>.
- <sup>58</sup> De Melo, J. and J-M Solleder (2019). *The Role of an Environmental Goods Agreement in the Quest to Improve the Regime Complex for Climate Change*.
- <sup>59</sup> Implement Consulting Group (2023). *A European Green Single Market*.
- <sup>60</sup> Wind Europe (2022). *WindEurope Panel at COP27: Permitting, Permitting, Permitting*.
- <sup>61</sup> Implement Consulting Group (2023). *A European Green Single Market*.
- <sup>62</sup> Comisión Europea (2017). *Modernising VAT for E-commerce: Question and Answer*.



---

<sup>63</sup> Comisión Europea (2022). *VAT in the Digital Age: Final Report, Volume 3: Single Place of VAT Registration and Import One-Stop Shop* (p. 41).

<sup>64</sup> VVA (2018). *Study for the Introduction of an E-labelling Scheme in Europe*. DigitalEurope.

<sup>65</sup> Comisión Europea (2021). *Sustancias químicas: simplificación y digitalización de los requisitos de etiquetado*.

# Quiénes somos

Implement Economics es la unidad de expertos en economía de Implement Consulting Group. Nuestros expertos asesoran a los responsables de la toma de decisiones en empresas y gobiernos en materia de regulación, comercio, digitalización, descarbonización y globalización.

El equipo ha realizado varios estudios sobre el mercado único y ha proporcionado una serie de estudios a la Comisión Europea y a gobiernos de Europa, Asia y América.

El equipo aplica modelos económicos, análisis de datos y econometría para ayudar a resolver problemas que merecen la pena.

Con sede en Copenhague y oficinas en Aarhus, Estocolmo, Malmö, Gotemburgo, Oslo, Zúrich, Múnich, Hamburgo y Raleigh (NC, EE. UU.), Implement Consulting Group emplea a más de 1.000 consultores que trabajan para clientes multinacionales en proyectos en todo el mundo.

## Contacto

Eva Rytter Sunesen  
+45 2333 1833  
evar@implement.dk