



## Boletín 5. Actividades económicas en Europa

### Noticia. 1. Más Europa, más industria.

#### **La Cámara de Comercio de España pide a los ministros europeos una política fortalecida y ambiciosa, 15 de diciembre de 2018, Es País, Economía.**

El año 2019 será crucial para el futuro de Europa y de su industria. Las elecciones europeas, el Brexit y el incremento de disputas comerciales son los principales desafíos y oportunidades que nos recuerdan la necesidad de garantizar una base industrial europea sólida, competitiva y sostenible como una cuestión de soberanía para Europa.

Instamos a los ministros de la UE de *Amigos de la Industria* que se reunirán en París el 18 de diciembre a adoptar unas conclusiones firmes en favor de una estrategia de política industrial europea fortalecida y ambiciosa. La industria europea se encuentra en una encrucijada. Por un lado, sigue siendo el eje de la economía europea: está estrechamente ligada a la expansión internacional, la innovación, la digitalización, la transición energética y la economía circular, y proporciona empleo a aproximadamente 32 millones de personas. Por otro lado, su contribución al PIB europeo ha caído en 20 años del 23% al 19%. Además, afronta una intensa competencia internacional y a menudo se ve afectada por las medidas comerciales cada vez más proteccionistas de terceros países.

Para actuar frente a esos desafíos la UE necesita una política industrial más ambiciosa, con el apoyo activo de la Comisión y de todos los Estados miembros, que incluya lo siguiente:

1. Aumentar el presupuesto de la UE para Investigación e Innovación. La UE sigue estando por detrás de sus principales competidores (Corea, China, Japón, Estados Unidos) en materia de inversiones en Investigación e Innovación. Debe aumentar hasta 120.000 millones de euros el presupuesto de su programa de Investigación e Innovación 2021-2027, con un especial enfoque en innovación disruptiva.

2. Identificar rápidamente y priorizar las cadenas de valor industriales “estratégicas” a nivel europeo. Las sólidas cadenas de valor creadas por la interrelación de compañías de diferentes tamaños son cada vez más importantes para la economía europea y deben beneficiarse de Planes de Acción europeos que impulsen todas las políticas de la UE con repercusión en la competitividad de la industria.

3. Tener en cuenta las cuestiones industriales en las políticas comerciales y de competitividad de la UE. La creciente competencia internacional y las tendencias proteccionistas ponen en peligro el sistema multilateral y tienen un impacto negativo en la industria europea. Así, la UE necesita garantizar que sus compañías compitan en igualdad de condiciones con terceros países mediante el desarrollo de acuerdos de libre comercio que garanticen inversiones europeas; reciprocidad real en cuanto al acceso a programas de contratación pública en I+D+I; y un proceso de evaluación apropiado en el que se identifique la Inversión Extranjera Directa para proteger la seguridad nacional.



## Área de Ciencias Sociales Geografía e Historia

Prof. D. Carlos San Millán y Gallarín

4. Acelerar la transición digital de las pymes y apoyar el desarrollo de las competencias adecuadas. La UE necesita promover las capacidades digitales de las compañías (especialmente las empresas de capitalización media y *start-up* innovadoras). Necesitamos el compromiso político para garantizar que Europa pueda ponerse a la cabeza en el ámbito digital, donde los estadounidenses y chinos están compitiendo a un alto nivel. En ese sentido, para retener el talento en Europa y mantener un nivel de capacitación acorde a la evolución de la industria es necesario que la UE apoye las iniciativas de los Estados miembros para invertir de forma más eficaz en educación, aprendizaje y Formación Profesional.

5. Orientar la política de cohesión de la UE hacia los objetivos de política industrial. Las actividades industriales deben implicarse plenamente en los territorios donde tengan ubicadas sus operaciones, lo que contribuye a la cohesión económica. La política de cohesión debería fijar objetivos concretos para la competitividad y el atractivo del sector manufacturero. En definitiva, la industria necesita más Europa, del mismo modo que Europa necesita más industria. Las próximas elecciones europeas deben ser una oportunidad para situar en el centro del debate el tema de la competitividad industrial.

### **Definición de *Start-up*.**

---

Una *start up* es una empresa emergente de nueva creación que comercializa productos y/o servicios a través del uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's), con un modelo de negocio escalable el cual le permite un crecimiento rápido y sostenido en el tiempo. Este fuerte componente tecnológico les permite poder escalar su negocio de forma ágil y rápida, y con una necesidad de capital inferior a las empresas tradicionales.

### Características.

- Desarrollan, por norma general, modelos de negocio innovadores.
- Opera con costes mínimos, inferiores a las empresas tradicionales.
- Su principal objetivo es crecer rápidamente.
- Obtienen financiación principalmente a través de inversores privados o *business angels*.
- No requieren, generalmente, de grandes inversiones de capital para su desarrollo. Sin embargo, el uso intensivo de la tecnología les permite generar economías de escala que se traducen en sustanciales ingresos.
- Su principal herramienta para darse a conocer en el mercado es internet. Invierten importantes recursos económicos en contratar profesionales capacitados para implementar estrategias de marketing online exitosas.
- El departamento de Customer Service suele ser un área donde hacen mucho hincapié.
- Buscan simplificar los procesos de comercialización o de prestación de servicios.
- Operan generalmente con un organigrama horizontal y en constante evolución. Buscan adaptarse en todo momento a su continuo crecimiento.
- Los trabajadores de este tipo de empresas deben estar altamente calificado.
- Asumen de forma natural los riesgos como camino hacia el éxito, probando nuevas formas de trabajar y comunicarse con el consumidor. El fracaso siempre supone un aprendizaje.
- Siempre están en constante evolución.

\*\*\*\*\*