

La UE reforzará el mercado común y la competitividad empresarial

Bruselas potenciará construcción, correos y telecomunicaciones ante la competencia exterior

BRUSELAS – La Comisión Europea presentó ayer su nueva estrategia para eliminar las barreras del mercado de la Unión Europea que impiden crecer a las empresas, que pone el foco en la necesidad de potenciar el sector servicios, empezando por los de construcción, correos y telecomunicaciones. El Ejecutivo comunitario propone además simplificar la regulación y burocracia para las pequeñas empresas, facilitar el reconocimiento de las profesiones reguladas entre los Estados, agilizar la adopción de estándares comunes para productos, o digitalizar la información y el etiquetado que los vendedores proporcionan al consumidor.

La intención es acabar con las barreras que persisten en la UE para que las empresas puedan realmente vender bienes o prestar servicios en los Veintisiete, que generan una carga equivalente a aranceles de entre el 50% y el 110%, según el Fondo Monetario Internacional, explicó el vicepresidente de la Comisión Europea para Industria, Stéphane Séjourné.

“El objetivo es reducir estos aranceles y hacer ganar competitividad a nuestra industria porque el mercado interior es lo único que nosotros controlamos, mientras que las negociaciones comerciales con EEUU dependen de su buena voluntad, y los nuevos mercados que abrimos, India, Corea del Sur, Japón (...) dependen de la negociación y, por tanto, de otros”, argumentó.

“UN VALOR REFUGIO” La estrategia, cuyas medidas se irán concretando entre 2025 y 2026, está lejos de ser la primera elaborada para mejorar el mercado interior, pero la Comisión considera que ahora hay “ímpetu” por parte de industria y Gobiernos para potenciar este mercado como “valor refugio”, en buena medida por la política arancelaria de EEUU.

Bruselas ha optado en esta ocasión por centrarse en el mercado de servicios y en aquellos sectores de alto



El vicepresidente de la Comisión Europea para Industria, Stéphane Séjourné. Foto: Efe

valor económico. Séjourné explicó que se busca “reforzar” en particular los mercados de construcción, servicios postales y telecomunicaciones puesto que “tienen mucho impacto económico, hay competidores internacionales y es absolutamente necesario que las empresas operen en varios Estados”.

La estrategia prevé, en concreto, presentar una Ley de Entrega europea para armonizar las normas de servicios postales en la UE, empezando por las relativas a la obligación de servicio universal, así como una Ley de Construcción, para modernizar ese sector en vista de la necesidad de una vivienda más asequible. Aunque la estrategia no contempla medidas concretas para el sector de las telecomu-

ENCORTO

Medianas

EMPRESAS DE ENTRE 250 Y 750 TRABAJADORES. Como parte de esta estrategia, la Comisión Europea también propone crear una nueva categoría de empresas de mediana capitalización “pequeña” para las firmas con entre 250 y 750 empleados que puedan beneficiarse de las mismas exenciones en materia de requisitos regulatorios que las pymes (las que tienen menos de 250 trabajadores) en ciertas áreas con el fin de incentivar que las firmas sigan creciendo y ahorrarles 400 millones en costas anuales.

nicaciones, Séjourné insistió en que en este caso la Comisión trabajará para acabar con la fragmentación actual en mercados nacionales de infraestructuras y permitir que las grandes *telecos* puedan operar en varios países, ganando así capacidad para invertir en innovación o el despliegue del 6G, por ejemplo.

INTERVENIR La CE quiere agilizar la creación de estándares comunes para permitir que ciertos productos se vendan en toda la UE, para lo que se da el poder de intervenir cuando la industria no logre fijar un estándar, como ocurre ahora con las baterías, bombas de calor o dispositivos médicos, cuyos fabricantes llevan años esperando un estándar común. – Efe