DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS OBJETIVOS DEL SECTOR

De acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 139/2020, de 28 de enero, por el que se establece la estructura orgánica básica de los departamentos ministeriales, se atribuye al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo la propuesta y ejecución de la política del Gobierno en materia de industria, comercio y turismo.

1. OBJETIVOS

Los objetivos que se pretenden conseguir a lo largo del ejercicio 2021 son los siguientes:

1.1. En materia de turismo

El turismo es un sector estratégico para nuestro país y también para la agenda del Gobierno. Es estratégico por su especial peso en el PIB y en el empleo, pero también, por su papel clave en la vertebración social y territorial del país y de sus Comunidades Autónomas. Fue clave para la recuperación de la economía española después de la crisis de 2008 y lo volverá a ser tras los efectos de la crisis sanitaria del COVID-19. El sector turístico representa, aproximadamente, el 12% del Producto Interior Bruto (PIB) de España, con un inigualable desarrollo y excelencia en hostelería y transporte. Además, este sector empleaba a principios de 2020 al 13,6% del total de los afiliados a la Seguridad Social en nuestro país. En materia de creación de empleo, el turismo ha sido durante los últimos años motor y un sector especialmente integrador de colectivos con mayores problemas de inclusión laboral.

- España ostenta desde 2015 la posición de liderazgo en el Índice de Competitividad Turística elaborado cada dos años por el World Economic Forum.
- Ocupa el segundo puesto mundial en gasto realizado por turistas, con 89.856 millones de euros en 2019.
- También, es el segundo país del mundo en número de turistas extranjeros, con más de 83 millones de turistas internacionales recibidos en 2019.
- España se sitúa en tercera posición en el ranking de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones- ICCA 2019 (International Congress and Convention Association) con 595 eventos internacionales.
- La cultura es una herramienta fundamental para potenciar un turismo de calidad. El sector cultural es un elemento dinamizador del sector turístico, que permite diversificar y desestacionalizar la oferta y extenderlo también a la España interior.

España dispone de una oferta cultural amplísima que debe consolidarse como elemento potenciador de un turismo de calidad.

La cadena de valor del turismo es, sin duda, una de las actividades económicas más afectadas por la actual crisis sanitaria del coronavirus. En efecto, esta crisis ha puesto a prueba nuestro sistema sanitario y alterado gravemente la vida de toda la ciudadanía, así como la marcha de nuestra economía, con un impacto muy relevante sobre la movilidad y los servicios. El sector turístico desarrolla su actividad en un entorno económico globalizado, muy cambiante, en el que una epidemia como la actual ha provocado un cambio en el comportamiento de la demanda debido a la percepción de riesgo y a la incertidumbre que genera su expansión y contagio.

Más allá de los efectos que pueda tener en muchos sectores económicos y en su cadena de producción, el brote de COVID-19 está teniendo un impacto muy directo y nefasto sobre el turismo mundial. El pasado 7 de mayo de 2020, la Organización Mundial del Turismo revisó sus perspectivas para 2020, estimando una caída en las llegadas de turistas internacionales entre el 60 y el 80% en relación con 2019, lo que supondría una pérdida de entre 910.000 millones y 1,2 billones de dólares mundiales en ingresos por exportaciones del turismo. En España, solo en el mes de abril se han perdido más de 7 millones de turistas internacionales y un gasto asociado de 7.000 millones de euros (datos de FRONTUR correspondientes a abril de 2020, INE).

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, con la colaboración de otros departamentos ministeriales, viene desplegando una importante labor en el ámbito europeo para impulsar medidas de estímulo y ayudas a empresas y trabajadores.

En el camino hacia la “nueva normalidad”, recuperar la movilidad tanto nacional como internacional, es uno de los grandes desafíos. Las distintas administraciones públicas se encuentran ante el reto de garantizar una movilidad segura, y para ello se han elaborado protocolos y guías higiénico-sanitarias para los distintos modos de transporte colectivo. También es imprescindible garantizar que el destino sea seguro, y para ello, las administraciones cuentan con protocolos de seguridad en los espacios públicos, y las empresas del sector han desarrollado guías en cada una de las actividades que conforman la cadena de valor del turismo. El objetivo es común: necesitamos seguridad tanto en origen como en destino.

En este escenario de incertidumbre, el sector turístico tiene que seguir trabajando y estar preparado para el momento en que sea posible reiniciar su actividad plenamente. Para ello, es importante que, en primer lugar, pueda sobrevivir al impacto que ha tenido su

paralización, y, a continuación, cuando la actividad se reanude, y se recupere la confianza en el viaje, ha de ser capaz de salir reforzado y más preparado para afrontar los retos futuros.

A pesar de que nuestro país ha vivido anteriormente otras crisis y situaciones de incertidumbre en la movilidad internacional, lo cierto es que, en el caso del brote de coronavirus y su expansión mundial, hemos asistido a un incremento extraordinario en las cancelaciones de viajes y a un descenso muy acusado en la demanda de los servicios turísticos a corto y medio plazo, tanto en el mercado emisor como en el receptor.

La disrupción que en estos momentos se está produciendo por la expansión del virus ha conducido a una crisis inédita en este mercado que requiere de una actuación extraordinaria por parte de los todos poderes públicos. Es fundamental que la recuperación se alinee con los principios de sostenibilidad socioeconómica y medioambiental. Se debe apostar por el uso eficiente de los recursos mediante el paso a una economía limpia y circular, tal y como recoge el Pacto Verde Europeo. Además, se debe seguir trabajando en la digitalización de nuestros destinos turísticos. Se trata de un esfuerzo en el que debemos trabajar juntos: empresas, trabajadores y sector público. Desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo se va a trabajar, igualmente, por una recuperación de los destinos maduros, y por una puesta en valor de los destinos de interior. Además, se va a trabajar en una promoción activa de nuestra oferta turística, una oferta que se completará con una apuesta decidida por la generación de producto a nivel nacional y por una diferenciación de España como destino de calidad. El turista internacional, cada vez más, apuesta por un turismo experiencial, algo que se incentivará con el apoyo a clubes de producto y asociaciones de turismo que desarrollan esas experiencias.

Se desea abordar un cambio de modelo turístico basado en la sostenibilidad, la transformación digital del sector y la diferenciación y desestacionalización que contribuya al reto poblacional.

Dichos principios informadores y las medidas que se deberán implantar para el refuerzo del sector turístico y del destino España en el exterior, deberán orientar los proyectos de gasto que se recogen en los presentes Presupuestos Generales para 2021.

1.2. En materia de comercio

1.2.1. Comercio exterior

El impulso continuado a una mayor y mejor presencia internacional de las empresas españolas va a continuar siendo una prioridad para el Gobierno. El sector exterior ha sido en estos años un motor clave de nuestro crecimiento económico, alcanzando las

exportaciones de bienes y servicios el 34,9% de PIB en 2019; 12 puntos por encima de su nivel de 2009. Sobre la base de una competitividad reforzada, como muestra la cuota de España en las exportaciones mundiales de bienes y servicios que en 2019 fue del 1,97%, superior al 1,61% que España representa en el PIB mundial, se abordan los retos de seguir incrementando la diversificación geográfica de las exportaciones, su diferenciación y valor añadido así como la consolidación de la base exportadora. Para ello se aprobó, en septiembre de 2017, la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027 junto con el primer plan de acción bienal 2017-2018, así como el segundo plan de acción en marzo de 2019 para el bienio 2019-2020, que marcan las prioridades y actuaciones para los años correspondientes.

Los efectos de la pandemia sobre el sector exterior derivados de los confinamientos y la restricción de la movilidad, la incertidumbre y las crecientes tensiones proteccionistas están siendo muy significativos. La Secretaría de Estado de Comercio está adaptando sus instrumentos para estar lo más cerca posible del exportador e intentar mitigar lo más posible las consecuencias de la crisis de la COVID-19.

Para 2021, la prioridad de la Secretaría de Estado de Comercio se centra en proteger al tejido productivo del sector exportador, intentar mantener los mercados abiertos y hacer que sea más resiliente ante eventuales rebrotes o nuevas pandemias, mediante la consecución de los siguientes objetivos:

Desarrollo de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027.

Los ejes de actuación definidos por la estrategia siguen plenamente vigentes. Las actuaciones que conforman los planes de acción (el próximo, para el bienio 21-22, en proceso de elaboración) buscan adaptarse a la coyuntura actual, marcada por la pandemia.

El concepto de internacionalización queda claramente definido en la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, que establece que “constituyen las políticas de fomento de la internacionalización de la economía y la empresa españolas el conjunto de actuaciones que desarrolla el sector público, junto con el sector privado, para facilitar y reforzar la dimensión internacional de la economía española y fomentar la presencia exterior de las empresas y de los emprendedores como factores de estabilidad, crecimiento y generación de empleo”. La ambición del Gobierno en materia de internacionalización se refleja en la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027, que incluye un análisis de la

situación actual de la economía española en materia de internacionalización en el que se identifican una serie de **fortalezas y debilidades** y se exponen cuatro grandes **retos**: alcanzar un valor de exportaciones nominales de bienes de 400.000 millones de euros en 2027; conseguir que ese año existan 60.000 empresas que exporten regularmente; conseguir en los diez años de vigencia de la estrategia que las empresas españolas sean adjudicatarias de 650.000 millones de euros en licitaciones internacionales y alcanzar, en 2027, un stock de inversiones directas extranjeras de 500.000 millones de euros.

El **objetivo general** de la Estrategia es el impulso de la internacionalización de nuestra economía a través de la mejora en la competitividad y de la mayor presencia de nuestras empresas en el exterior, afianzando así una contribución positiva del sector exterior al crecimiento económico de nuestro país de carácter estructural, que revierta en una mayor creación de empleo.

La Estrategia se articula en seis **ejes o líneas de acción prioritarias** en los que consideramos que deben centrarse los esfuerzos del sector público en apoyo de la internacionalización. Son los siguientes:

a. Ofrecer un apoyo a la internacionalización cada vez más adaptado a las necesidades y al perfil de nuestras empresas.

Para conseguir incrementar la base de empresas que exportan regularmente es necesario un mejor conocimiento de las empresas, sobre todo de aquéllas que no mantienen su actividad internacional de forma constante. Se hace necesario por tanto diagnosticar mejor sus necesidades, realizar una mayor segmentación del tejido empresarial - para conseguir una mayor adaptación de los programas y los servicios de promoción de exportaciones e inversiones-, y elaborar programas que les permitan abordar la actividad internacional de forma más regular.

b. Incorporar la innovación, la tecnología, la marca y la digitalización a la internacionalización.

El nivel tecnológico tiene efecto directo en la competitividad del país, por lo que es crucial que instituciones, empresas y entidades financieras trabajen conjuntamente para apoyar proyectos innovadores que contribuyan a crear empleo de calidad y a renovar estructuras productivas para dar paso a otras más modernas e innovadoras. La marca responde a la necesidad de diferenciarse en los mercados y tiene un valor creciente para la empresa. Asimismo, hoy en día para afrontar con éxito la internacionalización es también imprescindible que las empresas se incorporen al mundo digital, algo que sin duda redundará en mayores beneficios y más presencia internacional de nuestras empresas. La

crisis de la COVID-19 ha acelerado este cambio, de forma que la necesidad de incorporar la tecnología y digitalizarse es crucial y se ha de abordar rápidamente por parte de nuestras empresas.

c. Desarrollar el capital humano para la internacionalización.

El progreso de la industria 4.0 y la consolidación de las nuevas tecnologías en las formas de establecer y desarrollar todos los procesos del negocio internacional afectarán también a la gestión del talento en las organizaciones. Es necesario, por tanto, que desde la Administración se sigan poniendo en práctica medidas que permitan la captación de talento y estimulen la cultura de la internacionalización y la formación de capital humano especializado.

d. Aprovechar mejor las oportunidades de negocio derivadas de la política comercial común y de las instituciones financieras y organismos multilaterales.

Para que las empresas puedan contar con mercados terceros cada vez más abiertos, la política comercial común debe continuar desarrollándose a través de la firma de acuerdos comerciales de la Unión Europea con terceros países y de la detección y eliminación de barreras al comercio de mercancías, comercio de servicios y a la inversión., tendencias proteccionistas que se han acrecentado con la crisis. Se va a reforzar las acciones de comunicación de los acuerdos comerciales para que los beneficios de los mismos sean aprovechados en mayor medida por las empresas españolas, en especial por las pequeñas y medianas empresas. Asimismo, se va a prestar especial atención a los aspectos de sostenibilidad (estándares medioambientales y laborales) con el fin de que la política comercial comunitaria sea más justa, sostenible e inclusiva. Asimismo, es preciso seguir apoyando a nuestras empresas a aprovechar al máximo el potencial de los proyectos con financiación multilateral.

e. Potenciar la captación y consolidación de la inversión extranjera de alto valor añadido.

En un contexto de creciente competencia entre los países de nuestro entorno por la captación de inversiones, es necesario continuar trabajando para atraer inversión extranjera a nuestro país. Para ello, se pondrá en marcha un programa de acciones de promoción en países-objetivo encaminadas a posicionar España como plataforma de inversiones ante entidades financieras y fondos, ante empresas facilitadoras/prescriptoras y ante inversores industriales, tecnológicos y de servicios.

f. Reforzar la coordinación y complementariedad de las acciones de todos los actores relevantes en materia de internacionalización.

Desde la Secretaría de Estado de Comercio se centrarán los esfuerzos para que todos los departamentos y organismos con actuaciones en materia de fomento de la internacionalización trabajen de forma coordinada y eficiente, junto al sector privado, con el fin de ofrecer el mejor servicio posible a las empresas españolas.

Como se ha señalado anteriormente, los **planes de acción bienales** incorporan actuaciones concretas encuadradas en los ejes de actuación descritos con las que se busca incidir en los objetivos seleccionados. El **Plan de Acción 2021-2022**, incorporará actuaciones en cada uno de los ejes descritos, identificando a su vez los instrumentos más adecuados para su ejecución. La ejecución del Plan se apoya, entre otros, en el Grupo de Trabajo Interministerial sobre Apoyo a la Internacionalización de la Empresa Española y en el Consejo Interterritorial de Internacionalización, así como en el sector privado, representado principalmente a través de las Asociaciones de Exportadores, Organizaciones Empresariales y Cámaras de Comercio.

Asimismo, la Estrategia incorpora un ejercicio de **evaluación** que permita medir los resultados de los sucesivos planes de actuación bienales, que permita realizar un **seguimiento** pormenorizado del cumplimiento de las metas fijadas en la Estrategia y en los planes que la desarrollen, así como de su grado de eficiencia y efectividad. Sobre esa base, se realizarán procesos de **evaluación** de impacto y resultados, que serán cada cinco años en el caso de la Estrategia y con periodicidad bienal en el caso de los planes.

Tanto la Estrategia como los planes se rigen por los principios de **coherencia y coordinación** en la actuación del Estado y su **complementariedad con el sector privado**, y son el resultado de un esfuerzo notable de **colaboración** entre todos los actores implicados en la internacionalización, siendo el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad el competente para realizar su coordinación.

1.2.2. Comercio interior

A lo largo de 2021, se va a promover la competitividad, la innovación y el uso de las nuevas tecnologías por parte del sector comercial, favoreciendo su adaptación a los nuevos hábitos de consumo y mejorando la gestión de su modelo de negocio, prestando especial atención a las pymes y micropymes del comercio minorista, teniendo en cuenta que estas constituyen el 98,5 % de las empresas del sector.

Se desarrollarán las líneas estratégicas de las medidas de reactivación del comercio español que tendrán encaje en las reformas estructurales que España va a emprender dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Los grandes objetivos serán:

- Poner en marcha un programa de reformas estructurales e inversiones en el sector del comercio para impulsar la transformación digital, avanzar en la transición ecológica hacia una economía verde, asegurar un mercado de trabajo eficiente e inclusivo y hacer frente al reto demográfico, todo ello en un marco de estabilidad y sostenibilidad.
- Fomentar la competitividad, la innovación y la transformación digital del sector comercial, apostando por la sostenibilidad medioambiental y social y concentrando más esfuerzos en el apoyo a la pequeña y mediana empresa.
- Consolidar el crecimiento exponencial del comercio digital que se ha duplicado durante la crisis del covid-19. Se trata de aprovechar esta tendencia para que se pueda convertir en una nueva forma de negocio que permita al sector comercial ampliar su base de clientes, dándoles un servicio omnicanal e hiperpersonalizado, para llegar a ser más eficaz y resiliente.
- Poner a disposición del sector y las administraciones una plataforma on line con el objetivo de aumentar las capacidades digitales en el sector, promover la transformación digital en la gestión de las empresas, ofrecer información de utilidad e impulsar la innovación en el comercio.
- Favorecer la unidad de mercado, trabajando en colaboración con las administraciones competentes de cualquier nivel, ya sea comunitario, autonómico, local o de la propia administración general del Estado, para hacer efectivo el principio de libertad de establecimiento y la supresión de barreras y trabas a la actividad comercial

En lo que concierne a promocionar políticas que incentiven la modernización del sector comercial, hay que resaltar el Plan de Impulso del Sector del Comercio.

Este Plan de Impulso para el Sector del Comercio está previsto implementarlo con el objetivo de lograr un comercio pos-covid-19 que sea seguro, digital, competitivo y sostenible.

Las medidas del Plan se articulan en torno a cinco grandes pilares:

- Digitalización del sector.

- Sostenibilidad social y medioambiental. Reto demográfico.
- Competitividad y competencia leal en el comercio.
- Capacitación, Formación e Información.
- Recuperar la confianza y la sensibilización del consumidor.

Este Plan responde a las necesidades de un sector estratégico como es el comercio, con fuertes debilidades estructurales y que debe adaptarse al actual escenario tecnológico y nuevos hábitos de compra, así como enfrentarse a la situación coyuntural derivada de la crisis del covid-19, buscando el objetivo de un sector reforzado, moderno y adaptado a la nueva realidad del consumo. Se pondrá en marcha una plataforma online como pieza clave del plan, necesaria para potenciar la modernización, la digitalización y el relevo generacional en el sector, de tal manera que se convertirá en la herramienta de divulgación de los recursos previstos y derivados del plan. La plataforma tiene también el cometido de contribuir al reto del relevo generacional y ser un elemento de dinamización del comercio tradicional. Se surtirá de contenidos formativos diferenciados en función del grado de madurez digital de su destinatario, a través de píldoras formativas y buenas prácticas en los aspectos de interés para la digitalización del comercio.

Entre las actuaciones concretas que conformarán el plan se desarrollarán convocatorias de subvenciones para el desarrollo comercial de centros urbanos y rurales y para inversión en innovación; se continuará trabajando a través de las Cámaras de Comercio en el marco de un convenio de colaboración con la Cámara de comercio de España; y a través de la Federación Española de Municipios y Provincias y de las comunidades autónomas promoviendo la inversión en digitalización y sostenibilidad de la actividad comercial.

1.3. En materia de industria y pequeña y mediana empresa

El objetivo de la Secretaría General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa es incrementar la presencia de la industria en nuestra economía en el convencimiento de que constituye un elemento clave para la mejora de nuestro modelo productivo y para la adaptación al cambio tecnológico, contribuyendo decisivamente a un crecimiento económico más sostenible e inclusivo.

En los meses transcurridos desde el inicio de la crisis sanitaria provocada por el coronavirus no es posible realizar una valoración de la evolución más reciente de la actividad industrial, después de varios años en que su peso en nuestra economía en términos de Valor Añadido Bruto se había estancado en torno al 16% del PIB a precios de

mercado. En términos de empleo esta actividad se traduce en 2,6 millones de trabajadores con datos del segundo trimestre de 2020. Se trata de empleo cualificado y con contratos indefinidos en su mayoría. La productividad del sector es un 25% superior a la del conjunto de la economía.

Estos datos van en la senda fijada por el Gobierno que, en el medio plazo, se articula en torno a las metas definidas en la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, y, a más largo, en la consecución de la neutralidad climática en 2050, mediante un proceso justo e integrador que, en el plano industrial combine de forma coherente actuaciones de reindustrialización, digitalización y descarbonización. La crisis Covid-19 ha venido a acelerar y a poner en primer plano estos vectores estratégicos como factores de apalancamiento de la recuperación de nuestra economía sobre una base industrial competitiva y sostenible.

Con estos grandes objetivos estratégicos se hará uso de los principales programas desarrollados por la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa promoviendo la competitividad empresarial y potenciando los sectores tradicionales, pero también favoreciendo la transformación de nuestro tejido empresarial para su adaptación a un nuevo entorno tecnológico en un marco de desarrollo sostenible.

Consciente de que los emprendedores y la PYME son actores clave en el tejido económico, la Secretaría General considera fundamental trabajar por mejorar el entorno en el que se desenvuelve su actividad eliminando trabas administrativas y normativas; mejorando el acceso a la financiación y buscando aumentar su dimensión, propiciando, en particular, el paso de pequeñas a medianas empresas; apoyar la búsqueda de nuevos mercados en el exterior; y fomentar la innovación y el espíritu emprendedor.

1.3.1. En el Área de Industria

En lo que se refiere a las medidas competencia de la Secretaría General de Industria y de la PYME, se ofrecen al sector diversos instrumentos de apoyo financiero alternativos al canal bancario. Los apoyos continuarán siendo mayoritariamente a través de préstamos con una rentabilidad suficiente para que, por una parte, los proyectos empresariales resulten financieramente viables, y por otra, se salvaguarde la sostenibilidad del gasto público.

El Fondo de Apoyo a la Inversión Industrial Productiva (FAIIP)

Como producto del análisis de la aplicación del tradicional programa de apoyo financiero a la inversión industrial dentro de la política de reindustrialización y fomento de la competitividad industrial, la SGIPYME ha estimado necesario redefinir las actuaciones

en esta materia optando por un mecanismo que ofrezca una gestión unificada con los recursos necesarios para dotar de mayor eficiencia todas las funciones vinculadas a la concesión y seguimiento del programa y con una mayor especialización que permita adecuar mejor la oferta y la demanda de apoyo financiero.

Como resultado de ello se ha impulsado la creación de un Fondo carente de personalidad jurídica, el Fondo de Apoyo a la Inversión Industrial Productiva (FAIIP). El fondo permitirá dotar al instrumento financiero de una mayor capacidad de adaptación y análisis de la realidad industrial, incorporando un mejor seguimiento y control del riesgo de las operaciones de inversión. El horizonte temporal del Fondo es de veinte años, lo que permitirá dar cabida a proyectos plurianuales sin necesidad de que se requieran demandas de financiación por cada anualidad, como en el anterior esquema. Se concederán a través de él préstamos ordinarios, préstamos participativos, participaciones en capital de forma minoritaria y temporal o fórmulas mixtas a largo plazo.

El Fondo se nutrirá en los primeros años mediante aportaciones desde la dotación de activos financieros del presupuesto de la SGIPYME, que serán decrecientes con el transcurso del tiempo a medida que los reembolsos en operaciones de financiación dentro del propio Fondo permitan disponer de tesorería para nuevas operaciones.

El Programa de apoyo a la transformación digital de la industria (Industria Conectada 4.0)

Desde los últimos años del s.XX se vienen desarrollando y mejorando nuevas tecnologías en torno a la robótica, los nuevos materiales, el *big data*, el internet de las cosas, ... cuya combinación está configurando una verdadera cuarta revolución industrial (Industria 4.0) que, en definitiva, supone la aparición en escena de nuevos factores de competitividad para la industria.

Aquellas empresas, sectores y países que asuman y enfrenten los retos que representa este nuevo paradigma industrial contarán con una ventaja competitiva que les permitirá abordar el futuro desde una mejor posición. Partiendo de esta convicción, la transformación digital de la industria españolase constituye como un eje transversal al resto de las actuaciones de política industrial que se están llevando a cabo o se acometerán a medio plazo, y se presenta como una las prioridades más determinantes de la actuación del Ministerio en el ámbito industrial.

Por ello, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo está liderando la iniciativa «Industria Conectada 4.0», que con el lema «la transformación digital de la industria española» tiene como objetivo articular las medidas que permitan que el tejido industrial

español se beneficie del uso intensivo de las tecnologías de la información y de las comunicaciones en sus procesos productivos y en todos los ámbitos de su actividad.

Con este objetivo, la Secretaría General de Industria y de la PYME, dentro de sus actuaciones de fomento de la innovación tecnológica, financiará inversiones empresariales en proyectos de I+D+i de digitalización industrial en áreas tales como soluciones de negocio y plataformas colaborativas, el tratamiento masivo de datos, la fabricación aditiva, la robótica avanzada.

Programas y actuaciones dirigidos a favorecer la sostenibilidad energética y medioambiental

En este ámbito tienen cabida actuaciones dirigidas a mantener, dentro del marco regulatorio fijado por el sistema de derechos de emisión, la competitividad de aquellos sectores de nuestra industria manufacturera con un uso más intensivo de la energía y, por tanto, más condicionados por su coste y, por otra parte, a favorecer el desarrollo de tecnologías alternativas más limpias, insertando los proyectos que en este sentido pueda generar nuestra industria en los grandes programas estratégicos europeos.

En el primer grupo se encuadra el programa de compensación de costes indirectos derivados de la aplicación de la Directiva de Régimen de Comercio de Derechos de Emisión de gases de efecto invernadero. Al amparo de lo dispuesto en la Ley 1/2005, de 9 de marzo, por la que se regula el régimen del comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero se mantiene el importante esfuerzo presupuestario de los tres últimos años para compensar de los costes indirectos imputables a las emisiones de gases de efecto invernadero repercutidos en los precios de la electricidad a aquellos sectores y centros productivos en los que el coste energético constituye un factor de competitividad de primer orden, y que, por tanto, están expuestos a un riesgo significativo de «fuga de carbono».

Asimismo, se incorpora al presupuesto un programa de compensación a los consumidores electrointensivos de los costes respercutidos en los cargos correspondientes a la financiación de renovables, cogeneración de alta eficiencia y costes extrapeninsulares. Como medida de desarrollo del Estatuto de Consumidores Electrointensivos se establecen mecanismos para reducir el coste de la energía eléctrica que estos soportan, mejorando de este modo su competitividad, entre los que se pondrán en marcha un programa de ayudas directas en forma de subvenciones.

En materia de desarrollo e innovación tecnológica, se presentan dos líneas de ayudas. Una destinada a fomentar la participación de las empresas españolas en el desarrollo de la cadena de valor estratégica del hidrógeno verde, dentro del marco de un

gran proyecto de interés común europeo (IPCEI) lanzado por la Comisión Europea; y otra dedicada al desarrollo de la tecnología de propulsión eléctrica en toda la cadena de valor, con especial relevancia en los eslabones del desarrollo de la tecnología de las baterías para automoción y soluciones en relación a la movilidad conectada, inteligente, autónoma y sostenible.

Programas Tecnológico-Industriales de apoyo a la innovación industrial civil y militar.

En este ámbito se inserta una nueva actuación de apoyo financiero a proyectos de desarrollo experimental e innovación tecnológica en la industria manufacturera, favoreciendo la renovación y modernización del equipamiento necesario para la puesta en mercado en un corto plazo de nuevos procesos y productos.

Por otra parte, la línea de apoyo a los desarrollos industriales y tecnológicos en el marco de la colaboración con el Ministerio de Defensa se seguirá manteniendo con el fin de apoyar la participación de las empresas españolas en el desarrollo de proyectos tecnológicos industriales relacionados con la Defensa que tengan carácter estratégico e internacionales como el submarino S-80, la Fragata F110 o los vehículos blindados 8x8.

Las ayudas al sector de construcción naval.

El sector naval mantiene los apoyos regulados por el marco comunitario de ayudas estatales al sector, a través de subvenciones al tipo de interés de préstamos a armadores para la construcción de buques.

Otras actuaciones

Aparte de los programas reseñados, con un carácter horizontal, abarcando la totalidad de la actividad empresarial industrial, el Departamento asegura la potenciación y desarrollo de la infraestructura para la calidad y la seguridad industrial a través del control y seguimiento de las entidades que conforman dicha infraestructura y dará continuidad a las labores de promoción, coordinación y seguimiento de las actividades de normalización, acreditación y evaluación de la conformidad.

1.3.2. En el Área de la Pequeña y Mediana Empresa

Su particular dinamismo, adaptabilidad y capacidad de generación de empleo hacen a las PYME merecedoras de un interés que se traduce en diversas medidas que configuran una política específica.

Para ello, a la preocupación continua por mejorar el entorno regulatorio de las PYME, la SGIPYME suma la articulación de fórmulas para facilitarles el acceso a la

financiación; aumentar su tamaño medio, propiciando, en particular, su paso de pequeñas a medianas empresas; y fomentar la innovación y el espíritu emprendedor.

En el ámbito PYME la acción de Gobierno para 2020 se centra en la creación de empresas, en su crecimiento y en el acceso a la financiación, así como en mejorar los factores clave que inciden en su competitividad.

Para alcanzar estos objetivos la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa ha centrado el esfuerzo en los siguientes programas y actuaciones:

- La Promoción de la Iniciativa Emprendedora, elemento básico de competitividad y crecimiento económico a través de actuaciones en diversos ámbitos.
- Los servicios de información y la red de creación de empresas (CIRCE)
- Los planes de apoyo a la transmisión de empresas y a la segunda oportunidad
- La mejora de las condiciones de financiación:
- Apoyando el sistema nacional de garantías a través del reafianzamiento de las garantías concedidas por las Sociedades de Garantía Recíproca (SGR) a autónomos y PYME a través de la Compañía Española de Reafianzamiento S.A., (CERSA).
- Concediendo préstamos, tomas de participación en el capital de PYME y participación en fondos de capital semilla para emprendedores a través de la Empresa Nacional de Innovación, (ENISA).
- A través de la Fundación Escuela de Organización Industrial, los programas de crecimiento empresarial, Activa Industria 4.0. de asesoramiento en el abordaje de la digitalización, de apoyo a sectores creativos y de prospectiva y estrategia industrial.
- Para fomentar el crecimiento y mejorar la competitividad de las PYME se da continuidad el Programa de apoyo a las “Agrupaciones Empresariales Innovadoras” (clusters innovadores), dirigido a favorecer el desarrollo y consolidación de “clusters” con capacidad innovadora y proyección internacional. Los “clusters” juegan un papel decisivo como entorno colaborativo de PYME en el nuevo modelo industrial y, en general, con todos los agentes económicos que de una forma u otra están relacionados con la transformación digital.