

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS OBJETIVOS DEL SECTOR

De acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 2/2020, de 12 de enero, por el que se reestructuran los departamentos ministeriales, corresponde 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 2023 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 está siendo también tras los efectos de la crisis sanitaria del COVID-19. El sector turístico representaba, aproximadamente, el 12,4% del Producto Interior Bruto (PIB) de España en el último dato disponible de la Cuenta Satélite del Turismo, anteriores a la pandemia (2019), con un inigualable desarrollo y excelencia en hostelería y transporte. En 2020 (último dato disponible), esa participación había caído temporalmente hasta el 5,5%. Sin embargo, embarcado en una senda de recuperación desde principios de años, este sector empleaba a finales de mayo de 2022 al 12,9% del total de los afiliados a la Seguridad Social en nuestro país. Aunque 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, el impacto de la pandemia fue especialmente duro en este sector.

- España ostenta desde 2015 la posición de liderazgo en el Índice de Competitividad Turística elaborado cada dos años por el World Economic Forum, aunque el último ranking data de 2019.
- Ocupaba el segundo puesto mundial en gasto realizado por turistas, con 89.856 millones de euros en 2019. Los datos de 2020 presentan una caída hasta los 19.763 millones de euros. Aún no está publicado el ranking de 2020 por la OMT.
- También, era el segundo país del mundo en número de turistas extranjeros, con más de 83 millones de turistas internacionales recibidos en 2019. En 2020 el número se redujo a 18,9 millones y la posición en el ranking cayó a número 5 (con

datos provisionales aún para varios países). No está disponible aún el ranking completo de llegadas de turistas de la OMT para 2021, pero a falta de los datos de Francia, España ocupa la 3ª plaza, con 31,2 millones de turistas (en datos aún provisionales), por detrás de México (31,9 millones), pero por delante, otra vez, de Italia y EEUU.

- España se situaba 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. Desde marzo de 2020 esta industria está sumida en una fuerte crisis, al resultar uno de los sectores económicos más castigados por las restricciones derivadas de la pandemia.
- 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 ha tenido un impacto muy directo y nefasto sobre el turismo mundial. En su barómetro del pasado 3 de mayo, la Organización Mundial del Turismo registró en 2020 una caída del 72,3% en las llegadas internacionales de turismo y del 63,3% en los ingresos por turismo internacional en moneda local, respecto de 2019; una pérdida de unos 937.000 millones de dólares en ingresos mundiales por exportaciones del turismo. En 2021 (datos provisionales) la caída en las llegadas, respecto de 2019, fue del 70,9% y la de los ingresos en moneda local, del 61,5%. En España, en todo 2020 se perdieron 65 millones de turistas internacionales y un gasto asociado de 72.125 millones de euros. En 2021, la caída respecto del 19 fue de 52 millones de turistas y 57.000 millones de euros de gasto asociado. Entre los meses de enero- abril de 2022 se han perdido 5,5 millones de turistas extranjeros y 3.700 millones de euros en gasto turístico

internacional, con el consiguiente efecto negativo que estas caídas han provocado sobre la actividad turística, su cadena de proveedores y el empleo, aunque la tendencia a la recuperación se ha iniciado este año, sobre todo a partir del mes de marzo.

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, entre las que cabría destacar la flexibilización de la norma de slots para las aerolíneas (80/20), la flexibilización en la interpretación de la normativa de viajes combinados y servicios de viaje vinculados respecto de la preferencia por el reembolso a través de bonos o la creación del certificado COVID digital de la Unión Europea.

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, es importante que, a medida que la actividad se ha ido reanudando, el sector sea capaz de salir reforzado, de ganar competitividad y preparación 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 de los sucesivos brotes 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, por las restricciones a los viajes, tanto en el mercado emisor como en el receptor.

La disrupción que se produjo en los últimos dos años ha conducido a una crisis inédita en este mercado que ha requerido 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.

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 2023.

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 fue un motor de la recuperación tras la recesión de 2009 y debe volver a serlo ahora, tras el impacto de la pandemia. La economía española mantuvo una tendencia hacia una creciente internacionalización hasta 2019, alcanzando las exportaciones de bienes y servicios el 34,9% de PIB en ese año, 12 puntos por encima de su nivel de 2009. A partir de marzo de 2020, la COVID-19 interrumpió de forma brusca esta evolución positiva, provocando caídas del comercio de bienes a tasas que llegaron a superar el 30% interanual. Tras este fuerte impacto inicial, las exportaciones de bienes iniciaron una recuperación progresiva en la segunda mitad de 2020 que permitió, ya en 2021, superar los niveles de comercio previos a la pandemia, consolidando ese dinamismo durante la primera mitad de 2022.

El sector exportador ha demostrado ser resiliente durante los momentos de dificultad y ahora debe abordar los retos de seguir incrementando la diversificación geográfica de las exportaciones, su diferenciación y valor añadido, así como el crecimiento de la base exportadora. Además, es preciso adaptarse a tendencias globales como son la digitalización acelerada y la creciente importancia de la sostenibilidad. 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, el segundo plan de acción fue aprobado en marzo de 2019 para el bienio 2019-2020 y, en mayo de 2021, se aprobó el plan de acción para 2021-2022, que marca las prioridades y actuaciones para este periodo.

Los efectos de la pandemia sobre el sector exterior derivados de las restricciones de la movilidad, la incertidumbre, las tensiones proteccionistas y los cuellos de botella en el transporte y otros sectores han sido muy importantes. La Secretaría de Estado de Comercio adaptó 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.

En 2022, la invasión de Ucrania por parte de Rusia ha supuesto un nuevo foco de incertidumbre e inestabilidad para el sector exterior. Muchas empresas que comerciaban con estos países han tenido que buscar con urgencia mercados y proveedores alternativos. Además, el conflicto y las restricciones en el suministro de algunos productos estratégicos, como el gas natural, por parte de Rusia han tenido un fuerte impacto en los precios internacionales de diversas materias primas. La Secretaría de Estado de Comercio está realizando un seguimiento continuado de esta situación, en contacto permanente con las empresas españolas más afectadas.

Para 2023, la prioridad de la Secretaría de Estado de Comercio se centra en impulsar la transformación del sector exportador, para que se adapte a las nuevas tendencias y sea más competitivo y resiliente mediante la consecución de los objetivos señalados en los ejes de actuación definidos por la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027, que seguirán vigentes en este año:

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

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:

Eje 1. 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.

Eje 2. 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.

Eje 3. 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.

Eje 4. Aprovechar mejor las oportunidades de negocio derivadas de la política comercial común y de las instituciones financieras y organismos multilaterales.

Los efectos derivados de la pandemia del COVID-19, del actual contexto geopolítico a nivel mundial y en el caso de la UE los efectos de la invasión injustificada de Ucrania por parte de Rusia, han provocado una profunda perturbación en las cadenas de suministro mundiales de productos estratégicos clave. Esto ha puesto de manifiesto la importancia de garantizar el suministro en determinados sectores estratégicos que son claves para nuestro desarrollo económico.

En este contexto y para contribuir a garantizar dicho suministro, resulta necesario trabajar por aumentar la diversificación de las cadenas de suministro de la UE y por fomentar unas relaciones comerciales predecibles y transparentes, evitando restricciones injustificadas al comercio. Ello a través, por un lado, de una agenda de acuerdos comerciales ambiciosa en la que nos podamos apoyar para reforzar alianzas estratégicas que contribuyan al abastecimiento de la UE y, por otro, de una agenda de política comercial multilateral revitalizada para que el orden comercial multilateral, con la Organización Mundial del Comercio en su centro, se modernice en su set de normas y mejore su funcionamiento para responder a los retos del comercio internacional del siglo XXI.

En este marco, resulta prioritaria la agilización de la firma y ratificación de los acuerdos de libre comercio con México, Mercosur y Chile para su pronta entrada en vigor definitiva.

Igualmente se deberá continuar reforzando el seguimiento de la plena implementación de los compromisos de los acuerdos ya en vigor, así como seguir trabajando en la detección y eliminación de barreras al comercio de mercancías, comercio de servicios y a la inversión. Como complemento de lo anterior, se va a continuar reforzando las acciones de comunicación sobre los beneficios y oportunidades de los acuerdos comerciales para que éstos sean aprovechados en mayor medida por las empresas españolas, en especial por las pequeñas y medianas empresas.

Asimismo, para que la política comercial comunitaria sea más justa, sostenible e inclusiva, y coadyuve a la promoción de los valores europeos, se continuará prestando especial atención a los aspectos de sostenibilidad y de condiciones de competencia leal (estándares medioambientales, sociales y laborales), ello sin menoscabo de su objetivo último que es la mejora del bienestar social a partir de los intercambios económicos con

socios terceros. Finalmente, es preciso seguir apoyando a nuestras empresas a aprovechar al máximo el potencial de los proyectos con financiación multilateral.

Eje 5. 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.

Eje 6. 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.

Los ejes de actuación definidos por la estrategia siguen plenamente vigentes.

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. **Las actuaciones que conforman el plan de acción para el bienio 21-22 buscan adaptarse a una coyuntura compleja, marcada por la pandemia a la que más tarde se ha unido la guerra en Ucrania, como nueva fuente de incertidumbre.**

El **Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2021-2022**, aprobado en Consejo de Ministros el 11 de mayo de 2021 seguirá en vigor en el año 2023, pues este año está previsto llevar a cabo la revisión a medio camino (a los cinco años) en profundidad que contempla el sistema de evaluación de la estrategia a diez años. El resultado de dicha revisión permitirá impulsar los cambios o medidas que se consideren necesarios para mejorar la aplicación de las actuaciones en materia de internacionalización y contribuir a la mejora del diseño de planes futuros. Este Plan de Acción 2021-2022 incorpora actuaciones en cada uno de los ejes descritos, identificando a su vez los instrumentos más adecuados para su ejecución. Este plan de acción está alineado con el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Las medidas de este Plan de Acción bienal se han elaborado conforme a las siguientes líneas orientativas:

- Conseguir que el sector exterior se configure como pilar de crecimiento y empleo:
 - Para ello se continuará favoreciendo la diversificación de las exportaciones y la implantación de nuestras empresas en sectores y destinos estratégicos, con atención a las oportunidades que puedan derivarse de la crisis.
 - Se buscará atraer la inversión extranjera directa en sectores estratégicos, asegurando la coherencia con la política industrial y los planes sectoriales, así como las oportunidades que surjan en la reorganización de las cadenas globales de valor.
 - Se ha llevado a cabo una revisión de la Estrategia PASE (Países con Actuación Sectorial Estratégica) manteniéndose los doce países PASE inicialmente seleccionados y se añade Reino Unido. Además, se prevé un refuerzo del papel de ICEX-Invest in Spain, clave en la atracción de IED y detección de barreras.
- Mayor resiliencia:
 - Potenciar la capacidad de resiliencia de nuestro sector exterior mediante instrumentos de internacionalización suficientes y adecuados a sus necesidades, con especial atención a las PYMES. Todos los instrumentos públicos al alcance de las empresas están siendo revisados para conseguir que nuestras empresas exportadoras sean más fuertes.
 - Acompañar a las empresas internacionalizadas en el cambio estructural necesario - y acelerado por las circunstancias - hacia la digitalización y el uso masivo de tecnologías.
 - Refuerzo de la seguridad en las cadenas globales de valor en las que España está integrada, mediante la creación de un marco estable, basado en reglas, diversificando las fuentes de oferta, abriendo nuevos mercados y desarrollando marcos cooperativos para un acceso a productos críticos, en línea con lo establecido en la Comunicación de la Comisión Europea sobre la Revisión de la Política Comercial de febrero de 2021.
 - Consolidar la sostenibilidad como herramienta de internacionalización en una estrategia empresarial vinculada a potenciar el impacto social y medioambiental en los mercados de destino y a reducir el riesgo ante marcos regulatorios potencialmente inciertos o cambiantes.

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, y poder de ese modo 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.

Como ya se ha señalado, la Estrategia contempla ser objeto de una revisión a medio camino. Por tanto, en 2023 se procederá a revisar en profundidad la Estrategia, a la vista de los resultados obtenidos hasta ahora y teniendo en cuenta la necesidad de adaptación a los notables cambios producidos en el escenario económico internacional.

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 Industria, Comercio y Turismo el competente para realizar su coordinación.

1.2.2. Comercio interior

A lo largo de 2023, 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, Plataforma comercio conectado, medio de interacción y conexión, desarrollado con el objetivo de aumentar las capacidades digitales en el sector y promover la transformación digital en la gestión de las empresas principalmente minoristas, ofreciendo una herramienta útil de información y formación para impulsar la innovación del comercio en tecnologías digitales.
- 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 las actuaciones que se van a desarrollar para impulsar el Sector del Comercio.

Estas actuaciones tendrán el objetivo de lograr un comercio que sea seguro, digital, competitivo y sostenible.

Responden 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, 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 se desarrollarán convocatorias de subvenciones a entidades locales para el desarrollo comercial de centros urbanos, de manera general, una convocatoria con especial dedicación a los pequeños municipios de zonas rurales y otra convocatoria específica para el fortalecimiento del binomio comercio-turismo; a ello se suma una línea de subvenciones destinadas a la modernización, competitividad y digitalización del sector, a través de las pymes o de sus asociaciones; gestionado desde las CCAA; además 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 se mantiene el reconocimiento a la labor del sector y sus buenas prácticas a través de los premios Nacionales de Comercio interior y la difusión y búsqueda de ideas tecnológica con aplicación en el comercio que permita su digitalización y mejoras en su gestión mediante el Concurso de Ideas tecnológicas para el comercio minorista.

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 participación de la industria en nuestra economía, en el convencimiento de que constituye, tal y como se ha comprobado con ocasión de las últimas crisis sufridas, 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.

Los indicadores coyunturales del sector industrial muestran cómo en los seis primeros meses de 2022 la producción industrial (IPI) ha crecido, en términos desestacionalizados, un 3,1% con respecto al mismo periodo de 2021 y un 2,3% respecto al valor con el que el índice cerró dicho año pasado. La actividad industrial ha sido más resistente al impacto de la pandemia debido, entre otros factores, a la rápida recuperación del comercio exterior.

Estos datos van, a pesar de la crisis derivada de la pandemia, 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

sectores 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 puesto en marcha el Fondo de Apoyo a la Inversión Industrial Productiva (FAIIP), instrumento financiero de una mayor capacidad de adaptación y análisis de la realidad industrial, que incorpora 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.

En estos primeros años, el Fondo se nutre 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)

La llamada cuarta revolución industrial (Industria 4.0) que desarrolla y mejora nuevas tecnologías en torno a la robótica, los nuevos materiales, el *big data*, el internet de las cosas, supone la aparición en escena de nuevos factores de competitividad para la industria.

Asumir este paradigma industrial supondrá una ventaja competitiva para los Estados que les permitirá abordar el futuro desde una mejor posición. Partiendo de esta convicción, la transformación digital de la industria española se 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 de las prioridades más determinantes de la actuación del Ministerio en el ámbito industrial.

Por ello, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo lidera desde hace unos años 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, desde el año 2021, se ha incorporado al presupuesto un programa de compensación a los consumidores electrointensivos de los costes repercutidos 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.

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 2023 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.