

COMERCIO, TURISMO Y PYME

Esta política comprende áreas de gran importancia estratégica para nuestro país, ya que las actividades desarrolladas mediante la misma se orientan a la ayuda a la internacionalización de nuestras empresas; a mejorar su participación en los mercados internacionales mediante la planificación y desarrollo de la política comercial, tanto bilateral como multilateral; y al control de las transacciones exteriores. Para su ejecución se han dotado en el presupuesto de 2004 créditos no financieros por importe de 546,45 millones de euros. Esta cifra representa un crecimiento del 4,1 por ciento con relación al ejercicio anterior.

El área de promoción comercial e internacionalización de la empresa cuenta con 285,48 millones de euros (representa un 52,5 por ciento del total asignado a la política) y su objetivo fundamental es mejorar la participación de las empresas españolas en los mercados internacionales, mediante la planificación y desarrollo de la política comercial, tanto bilateral como multilateral, y el control de las transacciones exteriores.

Dentro de las herramientas de las que se dispone para promover las inversiones de carácter productivo y potenciar la red comercial de las empresas españolas en el exterior, juegan un papel fundamental los programas que se llevan a cabo con cargo al Fondo de Ayuda al Desarrollo (FAD), al Fondo para Inversiones en el Exterior (FIEEX), y al Fondo de Operaciones de Inversión en el Exterior de la Pequeña y Mediana Empresa (FONPYME).

Con la promoción de las inversiones españolas en el exterior, se trata de favorecer una mayor presencia de nuestras empresas fuera de nuestras fronteras, realizando actividades de producción y/o distribución en la idea de que ello mejorará su competitividad y su capacidad de adaptación a coyunturas económicas cambiantes en el mercado español y en los mercados exteriores.

El fomento de la exportación española se complementa con actividades de índole informativa, promocionales, de divulgación de servicios de la red, de apoyo directo a los exportadores españoles, así como de información y captación de la inversión extranjera a través de las Oficinas Comerciales situadas en los países de mayor potencial inversor.

Otra línea de actuación estratégica de gran importancia, es la mejora de la imagen económico-comercial, industrial y tecnológica de España como medio para generar conocimiento y confianza en la empresa y en el producto español y, consecuentemente, facilitar el acceso y consolidación en los mercados exteriores de nuestras empresas y

productos frente a la competencia. La escasa imagen de nuestro país sigue siendo uno de los puntos débiles para el acceso y la consolidación de los mercados exteriores.

En este área, también se incluyen, tanto las medidas de índole general que faciliten la salida al exterior de las empresas (fiscales, financieras, seguros, etc.), identificando los principales obstáculos con los que se encuentran las empresas españolas para superar la tradicional concentración en el mercado doméstico, como las de promoción de inversiones extranjeras en España, que persiguen atraer inversiones con el fin de conseguir la incorporación de nuevas tecnologías y fomentar la creación de empleo en la economía española.

Para la promoción del sector turístico español se destinan 140,45 millones de euros en 2004, un 5,17 por ciento más que en 2003, al constituir este sector una pieza clave de la actividad económica por su influencia en la creación de empleo, su aportación al PIB y a la balanza de pagos, su atracción de capital inversor extranjero, y su capacidad para generar una fuerte demanda interna de productos

En relación con el Turismo, la política contempla un conjunto de actuaciones impulsadas por la Administración Central en cooperación con las Administraciones Autonómicas y Locales y el sector empresarial, tendentes a asegurar la calidad del sector turístico español.

Los cambios constantes de la demanda turística y la evolución de sus gustos hacia exigencias cada vez mayores de calidad, junto con la tendencia al crecimiento de nuevos destinos turísticos competidores capaces de ofrecer mejores precios, hacen necesario impulsar el concepto de la “calidad turística española” como signo diferenciador de nuestra oferta en los mercados internacionales, así como la incorporación de criterios de sostenibilidad medioambiental en los destinos turísticos españoles para mantener las actuales cuotas de mercado.

Continúan siendo válidos los objetivos establecidos en el Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICHTE 2000-2006), aprobado por el Consejo de Ministros el 3 de diciembre de 1999, entre ellos, la mejora de la calidad de los destinos y las empresas turísticas, la sostenibilidad del sector turístico o la desestacionalización. En los últimos ejercicios, se está profundizando, además, en dos líneas de futuro esenciales, como son la introducción de nuevas tecnologías en el turismo, en coordinación con las CC.AA. y las empresas del sector, y la reorientación hacia el turismo cultural.

En relación con las PYME cabe reseñar que este tipo de empresas viene cobrando una importancia creciente en la Unión Europea, donde se lleva a cabo una serie de actuaciones para crear un entorno favorable a su creación y desarrollo. Dichas actuaciones tienen un triple objetivo: mejorar la competitividad de estas empresas, favorecer la creación de empleo y propiciar un aumento de la riqueza nacional.

El objetivo estratégico de la política de PYME se resume como la mejora de la competitividad de las PYME en el entorno de una economía globalizada que, a su vez se concreta, entre otras, en las siguientes actuaciones:

- * Conocimiento de los déficit de productividad. Las acciones contenidas en este epígrafe, que se desarrollarían en los próximos años, tienen por objeto profundizar en el conocimiento de la situación, evolución y problemática de las pequeñas y medianas empresas para fundamentar las políticas relacionadas con ellas.

- * Promoción de los servicios de información. Tiene por objeto poner a disposición de las PYME un conjunto de productos y servicios de información electrónica, que integren el portal PYME con contenidos que faciliten su gestión y las ayudas a mejorar su competitividad.

- * Financiación. La financiación a las PYME se aborda desde distintos ángulos. El Plan de consolidación y competitividad de las PYME 2000-2006 considera subvencionables las actuaciones relacionadas con la Sociedad de la Información, dirigidas a promover proyectos tendentes a integrar en ella a las PYMES. Considera también subvencionables los proyectos que tengan como fin la incorporación de una cultura de la innovación, la potenciación de redes ínterempresariales de cooperación, la implantación de sistemas de calidad o la innovación de procesos. Se trabaja en los fondos de titulización de activos para potenciar la financiación de las PYMES mediante la concesión de garantías a los bonos emitidos por los Fondos de conversión de la deuda en valores; se ha creado un Grupo de Trabajo Interministerial de Financiación; se efectúa el seguimiento de los convenios suscritos por las sociedades instrumentales con los distintos Departamentos y Organismos a través de las Comisiones de seguimiento, que contemplan actuaciones en materia de concesión de préstamos o reafianzamiento de avales; y se participa en comités de inversión en el exterior como el FIEEX y el FONPYME.

- * Internacionalización. Se ha emprendido una política de apoyo, concienciación y asesoramiento para mejorar el grado de internacionalización de las PYME. La Dirección General de Política de la PYME es el órgano de acogida del Centro Europeo de Información Empresarial (EIC).

* Sociedad Limitada Nueva Empresa. Tiene por objeto estimular la creación de nuevas empresas de pequeña y mediana dimensión a través, principalmente, del Centro de Información y Red de Creación de empresas (CIRCE).

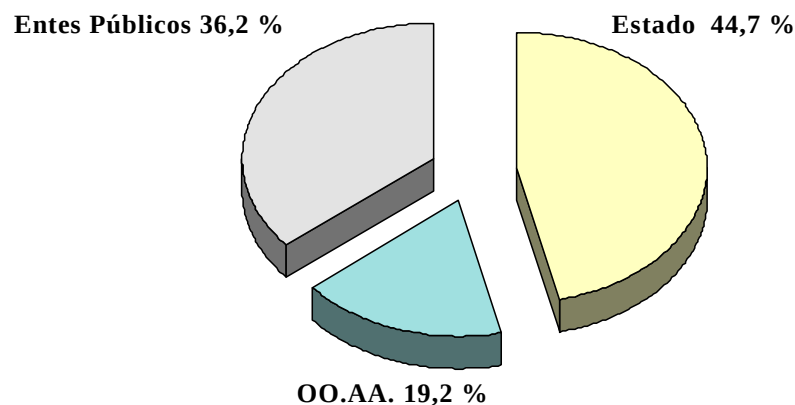
Los créditos presupuestarios consignados en 2004 para acciones en materia de fomento a la pequeña y mediana empresa se cifran en 80,10 millones de euros.

Por último, para la modernización de las estructuras comerciales se dotan 13,93 millones de euros en 2004, siendo los objetivos del programa facilitar la evolución del sector de la distribución comercial, dotándolo de la máxima transparencia y productividad, y señalar las reglas de competencia precisas para el ejercicio coordinado del conjunto de la actividad comercial. Todo ello en sintonía con el Mercado Único Europeo, teniendo en cuenta y ajustándose al reparto de competencias entre la Administración Central del Estado y las distintas Comunidades Autónomas, establecidas por los Estatutos de Autonomía.

Para 2004 se trabajará, básicamente, en las siguientes líneas de actuación:

- En el ámbito del comercio exterior, seguimiento del sector exterior de la economía española y realización de un análisis estratégico del sector comercial a nivel internacional.
- En el ámbito del comercio interior, estudio y seguimiento del mercado interior y ordenación del sector de la distribución comercial, promoviendo políticas directas de incentivo a la modernización, de incremento de la transferencia del mercado y de fomento de la competitividad empresarial en el sector.
- Dentro del objetivo de modernización del comercio interior destaca la ejecución del nuevo Plan de Adecuación y Calidad del Comercio que se pretende aplicar a partir de 2004 y que contempla ayudas a las Comunidades Autónomas y a las Corporaciones Locales mediante un sistema de cofinanciación con el Ministerio de Economía.

PARTICIPACIÓN DE LOS SUBSECTORES EN LA POLÍTICA DE COMERCIO, TURISMO Y PYME



PRESUPUESTO GENERALES DEL ESTADO COMERCIO, TURISMO Y PYME Clasificación Funcional

(En millones de euros)

PROGRAMAS	Presupuesto 2003		Presupuesto 2004		% D 04/ 03
	Importe	% s/ total	Importe	% s/ total	
724B. Apoyo a la pequeña y mediana empresa industrial	77,44	14,8	80,10	14,7	3,4
751A. Coordinación y promoción del turismo	133,55	25,4	140,45	25,7	5,2
761A. Direc. y Serv. Grales. Comercio Turismo y PYME	7,26	1,4	7,64	1,4	5,2
762A. Ordenación del Comercio Exterior	18,23	3,5	18,85	3,4	3,4
762B. Promoc. comercial e internalización de la empresa	274,73	52,3	285,48	52,2	3,9
763A. Ordenac. y moderniz. de las estructuras comerciales	13,74	2,6	13,93	2,5	1,4
T O T A L	524,94	100,0	546,45	100,0	4,1

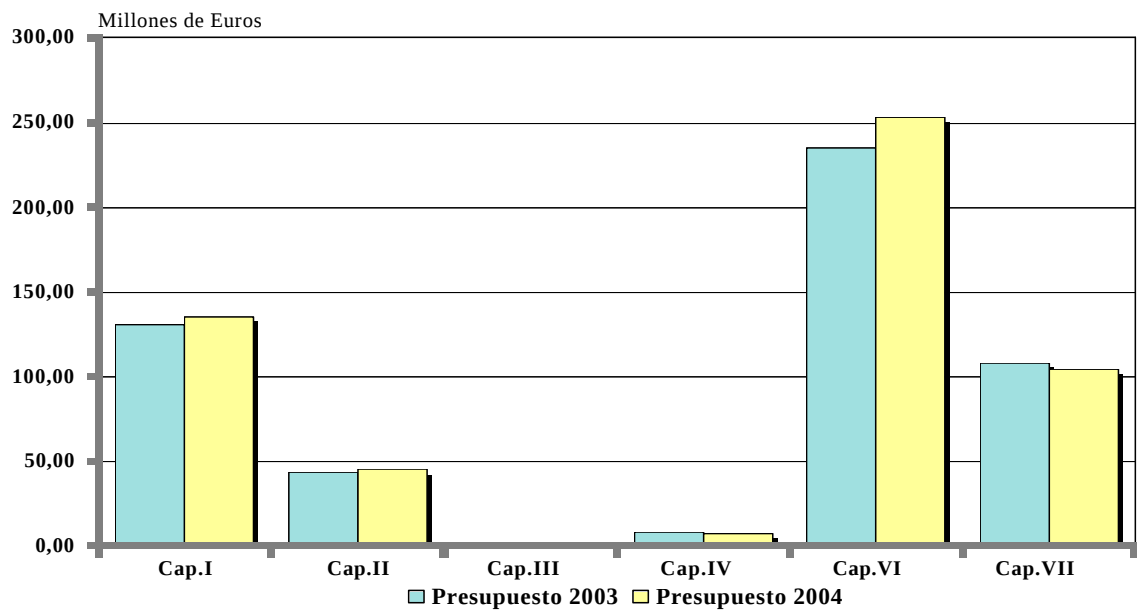
(2-3-16-1)

PRESUPUESTOS GENERALES DEL ESTADO
COMERCIO, TURISMO Y PYME
Clasificación Económica

(En millones de euros)

CAPITULOS	Presupuesto 2003		Presupuesto 2004		% D 04 / 03
	Importe	% s/ total	Importe	% s/ total	
I. Gastos de personal	130,63	24,9	135,67	24,8	3,9
II. Gastos corrientes en bienes y servicios	43,48	8,3	45,11	8,3	3,7
III. Gastos financieros	0,15	0,0	0,16	0,0	5,5
IV. Transferencias corrientes	8,22	1,6	7,48	1,4	-9,0
Operaciones corrientes	182,48	34,8	188,42	34,5	3,3
VI. Inversiones reales	234,69	44,7	253,72	46,4	8,1
VII. Transferencias de capital	107,76	20,5	104,32	19,1	-3,2
Operaciones de capital	342,46	65,2	358,04	65,5	4,5
OPERACIONES NO FINANCIERAS	524,94	100,0	546,45	100,0	4,1

(2-3-16-2)



(2-3-16-2)