



**AGENCIA EMPRESARIAL PARA LA TRANSFORMACIÓN Y EL
DESARROLLO ECONÓMICO (TRADE)**



1. COMPETENCIAS DE LA SECCIÓN

1.1 Competencias de la sección

De acuerdo con lo establecido en la Ley 9/2021, de 23 de diciembre, por la que se crean la Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico (TRADE) y la Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía (ACCUA) y en el Decreto por el que se aprueban sus Estatutos, a la Agencia TRADE le corresponden las competencias para la realización de actividades de promoción pública, prestacionales y de gestión de servicios que favorezcan el desarrollo económico y del tejido productivo de Andalucía.

Las actividades de la Agencia TRADE estarán orientadas al desarrollo empresarial, industrial y minero, el fomento de la innovación empresarial, la internacionalización, la transferencia del conocimiento y el emprendimiento, y en particular al ejercicio de las siguientes funciones en el ámbito del tejido productivo andaluz:

- a. El apoyo a la creación, crecimiento y consolidación de empresas.
- b. El asesoramiento y la gestión de proyectos de inversión de interés estratégico. La planificación, coordinación y seguimiento de los sectores económicos y empresariales estratégicos, sin perjuicio de la colaboración o participación de las Consejerías o entidades con competencias en dichos sectores.
- c. La realización de las evaluaciones ex ante para detectar las deficiencias de mercado en Andalucía desde el punto de vista de la financiación, identificando los productos, la estrategia de inversión, condiciones para la selección de los intermediarios financieros y las características específicas de los instrumentos financieros, con especial referencia a lo relativo al cumplimiento de las normas del mercado interior, y de manera concreta a la normativa comunitaria.
- d. La gestión de incentivos e instrumentos de apoyo al desarrollo económico y del tejido productivo andaluz.
- e. La promoción de la transferencia del conocimiento.
- f. El favorecimiento de la cooperación entre empresas y entidades públicas y privadas.
- g. El impulso a las actividades de exportación y promoción exterior.
- h. La atracción de inversión exterior.
- i. La promoción e impulso de programas de sensibilización, capacitación, tutorización, acompañamiento y formación en el ámbito de sus competencias.
- j. La habilitación y gestión de infraestructuras y espacios para el desarrollo del tejido productivo andaluz, el emprendimiento y la innovación.
- k. La recogida, análisis y difusión de información de interés para la economía andaluza que favorezca la toma de decisiones.
- l. Las relaciones con los sectores económicos y empresariales de la Comunidad Autónoma de Andalucía y la promoción de la comunicación y la colaboración entre éstos y las distintas Administraciones Públicas, y en especial con la Unión Europea.
- m. La promoción y el fomento de la innovación, la digitalización y la sostenibilidad en las empresas y autónomos y la mejora de su competitividad.
- n. La prestación de servicios avanzados a empresas, autónomos, emprendedores y agentes del Sistema Andaluz del Conocimiento.
- o. La creación o participación en sociedades que tengan relación directa con la actividad productiva y económica de Andalucía, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 7.1 d) de la Ley 9/2021, de 23 de diciembre, y en el artículo 29 de los estatutos.
- p. La dirección y control de empresas de la Administración de la Junta de Andalucía cuya finalidad sea el fomento económico.
- q. La colaboración en funciones de difusión, promoción y representación de la Comunidad Autónoma de Andalucía fuera de su territorio.

1.2 Estructura de la sección

La estructura de la Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico (TRADE), mediante la cual se lleva a cabo la ejecución y desarrollo de sus competencias, viene definida en sus Estatutos. En dicha estructura destacan, como órganos superiores de gobierno, la Presidencia y las Vicepresidencias, así como su Consejo Rector. La gestión ordinaria de la Agencia y de sus servicios corporativos corresponden a la Dirección



General y a la Gerencia conforme a las facultades, competencias y potestades administrativas atribuidas en los Estatutos.

Los Órganos de Gestión de la Agencia están compuestos, en primer lugar, por la Secretaría General y su estructura territorial, así como por el resto de la estructura directiva profesional definida en los Estatutos.

2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA SECCIÓN

Las orientaciones de la política económica de la Junta de Andalucía para los próximos años -en un horizonte de medio plazo- se basarán en la Estrategia para la Transformación Económica de Andalucía (ETEA), Horizonte 2027, aprobada por Acuerdo de 10 de mayo de 2022, del Consejo de Gobierno. Los contenidos del presente ejercicio de planificación regional con horizonte 2027 -y prácticamente hasta el final de esta década- son coherentes con las prioridades que se definen en la Política de Cohesión en el nuevo marco financiero plurianual de la UE para el período 2021-2027. A su vez, dicho contexto de presupuestación a largo plazo se encuentra marcado por el Next-GenerationEU, el instrumento temporal concebido para impulsar la recuperación tras la pandemia, que pretende reconducir a los países y regiones europeas (entre ellas, Andalucía) haciéndolos más ecológicos, digitales y resilientes en la deseada etapa post-COVID-19.

Al mismo tiempo, la estrategia atiende a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, así como incorpora los grandes retos y objetivos que fijan los principales instrumentos de planificación de la Administración de la Junta de Andalucía, con carácter sectorial, que están vigentes para este horizonte temporal o que se encuentran en trámite de aprobación. Este carácter integrador, que sirve de referencia o guía para el conjunto de planes y actuaciones sectoriales que la Administración regional desarrollará durante el horizonte temporal señalado, convierte a esta Estrategia en una especie de "plan de planes".

El Presupuesto de la Junta de Andalucía, y el de la Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico (TRADE), concreta los objetivos estratégicos de dicha planificación, en términos tanto cuantitativos como cualitativos, en coherencia con dicho documento de planificación estratégica.

Por otra parte, debe tenerse en cuenta la Estrategia de Internacionalización de la Economía Andaluza 2021-2027, la cual integra en un único instrumento de planificación estratégica todas las políticas, programas y acciones de la Junta de Andalucía en materia de promoción de la internacionalización del tejido empresarial y de la atracción de inversión directa exterior a Andalucía, para lograr un nuevo salto adelante en comercio exterior y atracción de inversiones, incrementando el peso de las exportaciones en el PIB regional y contribuyendo con ello a la creación de riqueza y empleo para Andalucía.

Finalmente, las actuaciones llevadas a cabo por la Agencia en materia de transferencia del conocimiento se enmarcan dentro de la Estrategia de I+D+I de Andalucía (EIDIA), Horizonte 2027.

Todos estos documentos de planificación estratégica incluyen en su diseño la perspectiva de género tanto en el diseño de objetivos como de actuaciones, a fin de reflejar la transversalidad de la misma en el presupuesto andaluz

3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA SECCIÓN

OE.1 Transformar el tejido productivo andaluz para la mejora de su competitividad

La fortaleza de la economía de una región está basada en la competitividad de sus empresas ya que éstas son las principales generadoras de riqueza y empleo. En este sentido, la productividad y la capacidad innovadora son



dos elementos cruciales para mantener su actividad en una economía cada vez más compleja y en permanente cambio. Para ello las empresas deben estar en alerta permanente, abiertas al mercado y ser flexibles y audaces a la hora de plantear nuevas soluciones y proyectos que les permitan crecer y consolidarse o, al menos, mantener su posición y ser sostenibles en el tiempo.

La gran mayoría de empresas andaluzas son pequeñas y adolecen de falta de fortalezas en esos aspectos de la productividad y la innovación, por lo que un apoyo público que propicie la consolidación de su actividad, una vez superada la primera fase del emprendimiento, se considera imprescindible para conseguir un salto disruptivo en la dimensión y el alcance de las empresas andaluzas con el que se consiga contar con empresas grandes, fuertes y competitivas que se codeen de igual a igual con otras empresas dominantes a escala nacional o europeo. Para conseguirlo se hace necesario contar con instrumentos de apoyo específicos y personalizados que respondan a las necesidades concretas de cada una de las empresas en función de su situación y de sus potencialidades, así como promover la cooperación y la innovación abiertas como vía de aumento sostenido de la competitividad empresarial a escala nacional e internacional.

OE.2 Impulsar la internacionalización del tejido empresarial de Andalucía y de la innovación de la economía andaluza.

El tejido empresarial es el protagonista de la internacionalización de la economía andaluza, contando con múltiples sectores de actividad de potencial competitivo en mercados exteriores, siendo su impulso un reto inexcusable. El planteamiento estratégico en esta materia viene definida por la Estrategia de Internacionalización de la Economía Andaluza 2021-27, que se encuentra en su primer año de ejecución, y que tiene por objeto contribuir al desarrollo y consolidación del tejido productivo andaluz, la creación de empleo, fortalecer el posicionamiento de Andalucía en un contexto global, así como afrontar los efectos del Brexit, la crisis sanitaria o las tendencias proteccionistas.

De esta forma, se ofrecerá a la empresa andaluza un completo catálogo de servicios fundamentales para apoyar toda la hoja de ruta de la internacionalización de una empresa, en los distintos ámbitos de necesidad: información, formación, promoción y consultoría, junto al apoyo estratégico en el exterior, a través de su Red Exterior, que da servicios en más de 60 mercados a través de 38 sedes entre oficinas y antenas. Igualmente, se desarrollará la promoción de la atracción de inversión extranjera hacia Andalucía, a través del programa 'Invest in Andalucía'.

OE.3 Impulsar la transferencia del conocimiento

Aumentar la transferencia de conocimiento en Andalucía a través de iniciativas dirigidas a la aplicación del conocimiento y valorización de los resultados de la I+D+I generados por los agentes del Sistema Andaluz del Conocimiento (SAC), así como incrementar la participación de las entidades andaluzas y de los agentes del SAC en programas internacionales de I+D+I, principalmente en el Programa Marco de Investigación e Innovación europeo (Horizon Europe).

Igualmente, la dinamización de la Compra Pública de Innovación como herramienta, facilitará la colaboración público-privada con el fin de impulsar nuevos proyectos de innovación en la Administración Pública. Este objetivo contribuirá a fortalecer las entidades interfaz, generando un sistema eficiente y eficaz de agentes intermedios de conexión entre los actores del sistema de innovación que impulse las actuaciones en transferencia de conocimiento, así como la generación de ecosistemas de innovación abierta.

Este objetivo contribuirá a fortalecer las entidades interfaz, generando un sistema eficiente y eficaz de agentes intermedios de conexión entre los actores del sistema de innovación que impulse las actuaciones en transferencia de conocimiento, así como la generación de ecosistemas de innovación abierta.

OE.4 Impulsar la participación de las mujeres en los órganos directivos empresariales

Las mujeres representan el 60% de los licenciados en España y el 45% del mercado laboral pero al llegar a la alta dirección de las principales empresas españolas (representadas en aquellas agrupadas en el IBEX 35), este porcentaje desciende en torno al 10%. La presencia de mujeres en Consejos de Administración está lejos de



alcanzar los objetivos establecidos por la Ley de Igualdad para el año 2015.

Más del 60% de los actuales licenciados son mujeres, tienen excelentes resultados académicos y finalizan los programas oficiales de postgrado en número superior a los hombres. El 45% del mercado laboral español es femenino y en un porcentaje similar el denominado de alta cualificación, ocupado por licenciados e ingenieros. Pero cuando avanzamos en la carrera hacia la alta dirección, los porcentajes bajan estrepitosamente.

Estudios como "La mujer directiva en España", realizado por PwC en 2012, estimaban que las direcciones funcionales estaban ocupadas en un 20% por mujeres. En las áreas de marketing, RRHH y asesoría jurídica se superaba el 30%, pero en las direcciones financieras, comerciales y de negocio, posiciones desde donde se accede a la dirección general con mayor frecuencia, los porcentajes bajaban hasta el 15%. En la alta dirección de las compañías, presidentes, consejeros delegados y dirección general, las mujeres no llegaban al 10%.

En el ámbito de los Consejos de Administración de compañías cotizadas, a pesar de que en 2007 se produjo un avance significativo, pasando del 6 % hasta cerca del 11%, en los últimos años dicho porcentaje se ha estancado en esta cifra. El avance de 2007 se explica por la entrada en vigor de la Ley Orgánica 3/2007 para la Igualdad Efectiva de Hombres y Mujeres, la cual establecía que las empresas debían procurar que en sus consejos tuviesen un 40% de presencia femenina en el año 2015. Por otra parte, el Código Unificado de Buen Gobierno de las Compañías Cotizadas recomienda a aquellas empresas que tengan un escaso número de consejeras que el consejo explique los motivos e iniciativas propuestas para corregirlo. Sin duda, estas regulaciones no han tenido efecto. En la actualidad, en más de la mitad de las compañías del IBEX 35 la presencia de mujeres en Consejos de Administración no llega al 10%.

A pesar de los avances indudables de la última década, las mujeres siguen estando poco representadas en los puestos de alta dirección de las empresas españolas, aunque más de la mitad de los licenciados de nuestras universidades son mujeres, obtienen mejores expedientes académicos y representan cerca de la mitad del mercado laboral de alta cualificación.

No es sólo un tema de equidad social. Sin duda, implica una pérdida de talento que en estos momentos cruciales de la economía del país no nos podemos permitir. Diversos estudios confirman que la diversidad en los equipos directivos configura una posición más enriquecedora en la toma de decisiones, se puede convertir en una ventaja competitiva para las compañías y también aporta la visión de quienes representan un porcentaje muy elevado en las decisiones de compra directas e indirectas de los productos y servicios que las empresas proveen. Cada vez más, las empresas y las administraciones públicas impulsan medidas para promocionar el avance de la mujer en los puestos de alta dirección. La Comisión Europea lo tiene como una de sus prioridades y estimula a los países para que tomen medidas y regulen en este sentido.

4. ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL GASTO

4.1 Breve explicación de la estructura del gasto

El Presupuesto para el año 2023 de la sección presupuestaria 10.51, correspondiente a la Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico (TRADE), donde se plasman las prioridades de gasto de la Agencia, se encuentra distribuido en dos programas presupuestarios, de los cuales el programa 72B es el de mayor importancia cuantitativa, seguido del programa 12S.

Por capítulos presupuestarios, el capítulo 2 es el de mayor peso, dado que en el mismo se incluyen las actuaciones de promoción exterior, tanto las cofinanciadas con cargo al programa operativo FEDER 14-20, como las financiadas con cargo a autofinanciada, y que se corresponden en su mayoría con gasto corriente. El siguiente capítulo en importancia es el de los gastos de personal.



Capítulos	2023	%
1 GASTOS DE PERSONAL	9.018.051	28,7
2 GTOS.CORRIENTES BIENES Y SERV.	20.395.399	64,8
3 GASTOS FINANCIEROS	248.602	0,8
4 TRANSFERENCIAS CORRIENTES	1.062.500	3,4
5 FONDO DE CONTINGENCIA Y OTROS FONDOS		
Operaciones Corrientes	30.724.552	97,7
6 INVERSIONES REALES	738.244	2,3
7 TRANSFERENCIAS DE CAPITAL		
Operaciones de Capital	738.244	2,3
OPERACIONES NO FINANCIERAS	31.462.796	100,0
8 ACTIVOS FINANCIEROS		
9 PASIVOS FINANCIEROS		
OPERACIONES FINANCIERAS		
TOTAL	31.462.796	100,0

4.2 Resumen de las partidas cuantitativamente más importantes

Las partidas más importantes cuantitativamente son las vinculadas a los trabajos de promoción exterior y al mantenimiento de la red exterior.

En primer lugar, los trabajos de promoción y consultoría exterior, cofinanciados por FEDER, se reflejan en las partidas de capítulo 1 (vinculadas al personal que desempeña sus funciones en la ejecución de estas acciones) y de capítulo 2 (reuniones, conferencias, y contratos de prestación de servicios de internacionalización de las empresas andaluzas de la Red Exterior). En segundo lugar, el mantenimiento de la red exterior tiene su reflejo cuantitativo en las partidas relativas a estudios y trabajos técnicos.

5. PRINCIPALES NOVEDADES RESPECTO AL PRESUPUESTO VIGENTE

Al tratarse de una Agencia Empresarial de nueva constitución, no pueden establecerse comparaciones con el ejercicio anterior.

6. COMENTARIOS A LA ESTRUCTURA FUNCIONAL DEL GASTO

El gasto presupuestado por la Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico (TRADE) en el año 2023 se articula en dos programas presupuestarios. Por una parte, el programa 12S (Dirección y Servicios Generales), en el que se contienen las partidas vinculadas más directamente al fomento empresarial, mientras que el programa 72B (Apoyo Económico al Sector Empresarial) contiene las partidas que financian las actuaciones en materia de internacionalización y de transferencia de tecnología al sector privado.

Programa	2023	%
12S DIRECCIÓN Y SERVICIOS GENERALES	4.872.332	15,5
72B APOYO ECONÓMICO AL SECTOR EMPRESARIAL	26.590.464	84,5
TOTAL	31.462.796	100,0

PROGRAMA 12S- DIRECCIÓN Y SERVICIOS GENERALES



6.1 Diagnóstico de la situación que justifica la intervención pública

El trienio 2019 - 2021 ha estado marcado por acontecimientos de enorme trascendencia para todo el mundo, que han determinado la marcha de las economías de todas las regiones y países: se inició con una guerra comercial Estados Unidos-China que supuso un repliegue hacia políticas proteccionistas; le siguió una pandemia mundial, que provocó una crisis económica de inmensa dimensión y, cuando en su epílogo el mundo esperaba la recuperación, sobrevino una guerra en Europa, con la invasión por parte de una superpotencia, como Rusia, de Ucrania, un país frontera con la Unión Europea y la OTAN, cuyas consecuencias se están viviendo en forma de crisis estimulada por una inflación descontrolada, con peligro de estanflación, e incluso amenaza de hambrunas en África.

El análisis de la economía revela que Andalucía había cerrado 2019 con la recuperación de un diferencial positivo de crecimiento con la media española (2,2% y 2,1%, respectivamente), lo que no sucedía desde antes de la crisis financiera internacional precedente (2008-2013).

En el año 2020 el crecimiento se interrumpe de forma brusca, debido a la crisis desatada a nivel mundial por la pandemia de la COVID-19. Con todo, la caída en Andalucía (-10,3% según IECA, -10% según INE), fue inferior a la media española (-10,8%), a diferencia de lo ocurrido en anteriores etapas recesivas en las que Andalucía había caído por encima del promedio nacional.

En este sentido, y según la última información disponible de la Contabilidad Regional de España del INE, el PIB por habitante de Andalucía se sitúa en el 74,9% de la media española en 2020, el más elevado en la última década (desde 2011) y con un avance en convergencia con España de 0,7 puntos porcentuales en los dos últimos años para los que se tiene información, comparado con la situación en 2018 (74,2%).

Tras la profunda caída de 2020, como consecuencia de la pandemia de la COVID-19, la economía andaluza inició en 2021 un proceso de recuperación, finalizando el año con un crecimiento medio anual del PIB del 5,2%, una décima superior a la media nacional (5,1%) y en línea con la UE (5,3%). De esta forma, y por tercer año consecutivo, la economía andaluza ha mostrado un mejor comportamiento relativo que la española. Este comportamiento continuado de diferencial positivo con España durante varios años (un trienio) no ocurría desde 2004. La información disponible de 2022 refleja que la economía andaluza sigue manteniendo un ritmo diferencial de crecimiento superior a la media española, a pesar del contexto marcado por las implicaciones socioeconómicas derivadas de la invasión de Ucrania por Rusia y las que aún deja la pandemia.

El crecimiento interanual del PIB en Andalucía ha alcanzado el 6,8% en el primer trimestre de 2022, cuatro décimas más que en el trimestre anterior y también que en el conjunto nacional (6,4%), y casi dos puntos más elevado que en la UE (5,2%) y la Zona Euro (5,1%). Con ello, comparado con el cuarto trimestre de 2019, el PIB de Andalucía está a 2,7 puntos de recuperar el nivel prepandemia, mientras el de la economía española se encuentra 3,4 puntos por debajo.

En el mercado laboral, según la Encuesta de Población Activa (EPA) del INE, el número de ocupados al cierre del año 2021 en Andalucía ha alcanzado la cifra de 3.249.800 personas (dato del cuarto trimestre), un máximo histórico al finalizar un año. De esta forma, se han superado ampliamente los niveles prepandemia (3.136.040 ocupados en el 4º trimestre de 2019), de forma que, comparado con la situación del mercado laboral a finales de 2018 (3.090.300 ocupados en el cuarto trimestre de 2018), en Andalucía hay 159.500 ocupados más, lo que supone un incremento del empleo del 5,2%. En España, en ese mismo período (cuarto trimestre de 2021 comparado con cuarto trimestre de 2018), el crecimiento del empleo ha sido de dos puntos inferior, el 3,2%.

Este superior dinamismo relativo se observa también en 2022: en el primer trimestre, según la EPA, Andalucía ha sido la comunidad autónoma con mayor aumento de la ocupación y mayor descenso del paro en términos absolutos respecto al mismo período del año anterior, situándose la tasa de paro por debajo del veinte por ciento (19,4%), por primera vez en los últimos once años, desde 2008.

De igual forma, es muy positivo el balance de los últimos tres años en Andalucía en el tejido empresarial: según la



última información publicada por el INE el pasado mes de diciembre, el número de empresas en Andalucía ha alcanzado un máximo histórico en 2021, contabilizando 531.160 (datos del Directorio Central de Empresas del INE que están referidos a principios de año). Con estos datos, en el trienio 2019-2021, el tejido empresarial en Andalucía ha aumentado en 12.628 empresas, lo que supone un crecimiento del 2,4%, en un contexto de práctico estancamiento en España (0,1%), aumentando con ello en medio punto el peso relativo del tejido empresarial andaluz en España, hasta alcanzar un máximo histórico del 15,8% del total.

De igual forma ha crecido la densidad empresarial, alcanzando una ratio de 62,7 empresas por cada 1.000 habitantes en 2021, un punto por encima de su nivel a principios de 2019, en un contexto de descenso en España (ha pasado de 71,5 a principios de 2019 a 71 en 2021), lo que ha permitido un acercamiento de Andalucía al nivel medio nacional. Y lo que es aún más relevante es que los mayores incrementos del tejido empresarial se han producido en los estratos de empresas de mayor dimensión, lo que favorece la configuración de un tejido empresarial más competitivo. De esta forma, las empresas de entre 200 y 1.000 asalariados se han incrementado un 7,4% en Andalucía entre 2019 y 2021, y un 10,1% las empresas de más de 1.000 asalariados. En 2022 se mantiene esta trayectoria de mayor crecimiento relativo del tejido empresarial de Andalucía, siendo el incremento de las empresas inscritas en la Seguridad Social del 4,3% interanual en abril, casi un punto más que a nivel nacional (3,5%).

Asimismo, el Índice de Producción Industrial de Andalucía (IPIAN), corregido de efectos estacionales y de calendario, ha crecido un 7,2% interanual en abril, respecto al mismo mes del año 2021, según los resultados hechos públicos por el IECA. En el conjunto del país, este indicador ha dibujado un alza del 2,4%.

Además, el nivel de títulos de propiedad industrial que se registran es otro dato que consideran las economías modernas que apuestan por el valor añadido. En este sentido, Andalucía ha sabido mantener, en 2020 y 2021, el pulso con más de 10.200 títulos registrados entre patentes, modelos de utilidad, marcas, nombres comerciales y diseño industrial.

Por otro lado, en materia de internacionalización y emprendimiento, de acuerdo con la vocación, el interés y la orientación a la internacionalización del emprendimiento, Andalucía se sitúa en la 8ª posición, algo por debajo de la media nacional. Un 10,7% de las iniciativas de emprendimiento considera que podrá alcanzar un 25% de clientes en el extranjero. En España este indicador se sitúa en un 17,7%.

Si analizamos las nuevas sociedades, podemos decir que el número de sociedades constituidas en Andalucía en lo que va de 2022 asciende a 6.497 y el capital suscrito superó los 290,1 millones de euros, lo que supone una disminución del 0,7% y 12,7%, respectivamente, en relación al mismo periodo de 2021. Centrándonos en el pasado mes de abril, el número de sociedades mercantiles constituidas en Andalucía fue de 1.475, un 7,3% menos que las inscritas en los registros mercantiles provinciales en abril de 2021. Sin embargo, el capital suscrito para su constitución superó los 56,9 millones de euros, un 5,5% más que en el año anterior. La diferencia entre las constituciones y las extinciones producidas en el mes ofrece un saldo de 1.215 sociedades mercantiles efectivas, lo que supone una disminución del 6,4% respecto al mismo mes del año anterior. Por provincias, Málaga es donde hubo más constituciones, con el 36,8% del total, seguida de Sevilla, con el 22,6%. Atendiendo a la actividad desarrollada por las nuevas sociedades, el sector comercio y reparaciones concentraron el mayor número de constituciones en Andalucía, con el 19,1%, seguido en importancia cuantitativa por el sector de la hostelería y actividades inmobiliarias, con el 13,9% y 13,3% respectivamente.

Por último sobre la perspectiva de futuro, la percepción que tiene la población sobre las oportunidades de emprendimiento existentes en Andalucía, la sitúa en un puesto de privilegio ya que un 32,6% de la población con edades entre 16 y 64 años percibe un entorno con buenas oportunidades para el desarrollo de iniciativas emprendedoras, sólo por detrás de Madrid y País Vasco. En España este dato se queda en un 30%.

Las expectativas de creación de empleo que tienen las iniciativas de emprendimiento en Andalucía muestran que un 14,9% creen que pueden crecer en más de 5 empleos en los próximos 5 años, mientras que en España este índice queda en un 17,7%. Andalucía ocupa la 10ª posición en el conjunto de CCAA.

Hay oportunidades para el emprendimiento andaluz y debemos saber aprovecharlas. La clave es una visión



proactiva y un nuevo modelo de impulso del emprendimiento innovador en Andalucía apostando por lo digital y global. Trabajando en colaboración público-privada, articulando un ecosistema de emprendimiento abierto y dinámico en el que los emprendedores se encuentren cómodos, acompañados y apoyados. Es clave trabajar a escala regional y global para conseguir un modelo SMART, y trabajar la promoción de la cultura emprendedora y empresarial, con la innovación abierta y las startups andaluzas como eje vertebrador del sistema productivo y los sectores emergentes en Andalucía.

6.2 Objetivos estratégicos, operativos y actuaciones del programa

OE.1 Transformar el tejido productivo andaluz para la mejora de su competitividad

OO.1.1 Dar respuesta efectiva a las principales necesidades que pueda tener una iniciativa empresarial en cualquiera de sus fases

Las empresas deben estar en permanente proceso de renovación para adaptarse a las situaciones cambiantes del entorno productivo y con ello responder a la fuerte competencia a la que se enfrentan en un mercado globalizado en permanente estado de tensión. Por este motivo, todos los planes de inversión que se planteen para modernizar su estructura y/o para desarrollar proyectos innovadores, requieren de recursos tanto financieros como de asesoramiento que les faciliten la ejecución de los mismos y en ambos casos es fundamental el apoyo público a los proyectos empresariales que tiene previsto prestar la Agencia TRADE, proyectos que deben redundar en el desarrollo de la economía andaluza y la mejora del empleo.

En este sentido, la Agencia TRADE tiene previsto atender a todas las demandas que desde el ámbito empresarial se realicen a través de un trato directo y personalizado a cada una de ellas proporcionando en cada caso los instrumentos más adecuados a las necesidades particulares de cada empresa y/o del proyecto que pretende desarrollar. Por ello, dentro de este objetivo operativo se plantea el diseño de esos instrumentos, concretando el procedimiento, las vías de acceso y los requerimientos para conseguir con todo ello el mejor apoyo a la empresa, realizado además de la forma más ágil, práctica y sencilla para la empresa. Estos instrumentos incluyen, por un lado, los servicios más concretos y básicos que requieren la mayoría de empresas junto con aquellos otros de carácter avanzado que deben ser más especializados y, por otro lado, los instrumentos de tipo financiero que son la baza fundamental para conseguir el efecto incentivador que necesitan las empresas para acometer sus proyectos. Finalmente, se incorpora también a este objetivo operativo el apoyo específico y singularizado a los proyectos de interés estratégico regional, por la importancia y la dimensión que esos proyectos van a suponer para el conjunto de la economía regional.

ACT.1.1.1 Diseño de instrumentos para el conocimiento preciso y monitorizado del mercado

Un elemento clave para la implantación de políticas efectivas de dinamización y fortalecimiento del ecosistema innovador es el conocimiento del propio tejido empresarial andaluz y del resto de agentes que lo apoyan en su actividad económica y de las relaciones complejas que se entrelazan entre ellos. Por ello, a partir de una fase de detección proactiva y de un contacto permanente y de una vigilancia continua de las necesidades del cliente (externo, interno e institucional) se podrá ofrecer productos innovadores, simples y ágiles y prestar asesoramiento especializado a través de servicios adaptados al perfil de cada cliente (tamaño, experiencia internacional, capacidad competitiva y recursos) que sean los que necesita en cada momento.

Estar al tanto de forma permanente de la situación del mercado es fundamental a la hora de situar a la inteligencia de negocio como soporte tecnológico y de conocimiento de la actividad de la Agencia TRADE. Para ello, toda la gestión y la toma de decisiones debe basarse en el gobierno del dato, lo cual implica desarrollar las siguientes medidas:



- a. Establecimiento de redes de captación, análisis, tratamiento y compartición de datos que permitan acceder a toda la información, tanto de origen externo como interno, ya sea del cliente o de otra fuente relevante para la actividad de la organización, con el objetivo de explotarla al máximo y compartirla con el entorno para conseguir las mayores sinergias.
- b. Digitalización integral y permanente. El volumen y la complejidad de esta información requiere extender la digitalización de la actividad de la organización tanto a sus procesos internos como a sus relaciones con terceros, para lo cual debe contar con los sistemas de información más avanzados apoyados en el uso del big data y de la inteligencia artificial.
- c. Diseño de nuevos productos y servicios innovadores. Esta información debe servir para diseñar nuevos y mejorados instrumentos de apoyo a empresas, tanto productos como servicios, que se adapten mejor a las necesidades reales de las empresas y que puedan aplicarse de la forma más simple y ágil posible.
- d. Planificación estratégica corporativa. Establecer una planificación estratégica a medio/largo plazo para la organización en su conjunto en la que se marquen claramente los objetivos y metas, con indicadores concretos de seguimiento y evaluación con los que se pueda medir la eficacia y la eficiencia en su trabajo.
- e. Seguimiento, evaluación y mejora continua. La gestión de estos datos requiere del establecimiento de un sistema de seguimiento de resultados para medir la eficacia y la eficiencia de las medidas y de la aplicación de una cultura de la evaluación de políticas públicas que permita avanzar en la senda de la mejora continua.
- f. Cuadro de mando integral. El sistema de seguimiento y evaluación anterior debe contar con una estructura de cuadro de mando integral que, partiendo de una identificación y definición de indicadores críticos, permita unificar las métricas de funcionamiento y gestión y facilite la toma de decisiones.
- g. Planificación económica regional y sectorial. El conocimiento de las necesidades de las empresas y emprendedores que proporciona esta sistemática de trabajo es muy relevante a la hora de establecer las estrategias y planes de política económica que se planteen desde el ámbito regional, por lo que debe mantenerse y coordinarse la participación proactiva de personas y equipos de TRADE en las iniciativas de planificación económica regional y sectorial que desarrolla la Junta de Andalucía.

ACT.1.1.2 Prestación de servicios a las empresas andaluzas.

Las empresas andaluzas y el resto de agentes del ecosistema de innovación regional recibirán servicios de TRADE a través de un modelo de prestación del servicio que incluye un análisis y triaje inicial, que concluye con la definición de un itinerario específico por empresa, organizado conforme a distintos niveles de atención (de lo más universal a lo más personalizado), en el que se combinan la modalidad de prestación de servicios presencial y digital (omnicanal) y en el que cada empresa tendrá asignada una única persona responsable (gestor/a) que será su contacto de referencia en TRADE.

A partir de esta atención y seguimiento personalizados, se prestan, por un lado, una serie de servicios de carácter general para aquellas demandas de atención con mayor frecuencia, encontrándose entre ellos los siguientes:

- * Recursos de apoyo a procesos administrativos y de gestión, con la puesta a disposición de una serie de recursos en el portal web / app donde poder iniciarse en la gestión empresarial, que contenga infografías, guías de interés, manuales, material formativo, vídeos tutoriales, estudios, etc., que aparezcan clasificados por temáticas.
- * Información y orientación. Prestación de servicios de información y orientación sobre los servicios prestados por TRADE y otras entidades públicas de apoyo a las empresas de manera directa o mediante seminarios o conferencias, sobre las condiciones para acceder a los mismos y sobre las herramientas a su disposición.
- * Asistencia en el diseño de proyectos emprendedores y en la definición del modelo de negocio con el



acompañamiento a las personas con iniciativas emprendedoras para convertir ideas de negocio en proyectos empresariales viables, elaborando el análisis de viabilidad económica - financiera y el plan de empresa, así como asesorando para la definición de la estrategia y del modelo de negocio (Marketing y ventas, logística, coaching y negociación, etc.).

- * Asistencia en la constitución de la empresa. Informar, asesorar y ayudar en los trámites administrativos necesarios para la constitución y puesta en marcha del proyecto empresarial, hasta su inscripción registral o alta censal, incluyendo el asesoramiento para la elección de la forma jurídica más adecuada y analizando sus implicaciones desde el punto de vista contable, fiscal y laboral.
- * Asistencia en la búsqueda de financiación pública y privada. Informar, asesorar y ayudar en la búsqueda de vías de financiación públicas y/o privadas, acompañando en el proceso de tramitación de manera integral, desde la presentación de la solicitud, pasando por la presentación de posibles subsanaciones posteriores y terminando en la justificación final de la ejecución de la iniciativa.
- * Formación tutorizada. Diseñar y ejecutar acciones formativas, así como difundir acciones formativas de terceros, sumando recursos privados y públicos en un catálogo único formativo, evitando solapamientos y ordenando los recursos a disposición de emprendedores y empresas.
- * Espacios para el alojamiento empresarial. Diseñar la nueva red de espacios de cesión para alojamiento empresarial de TRADE, equipados y dotados tecnológicamente, para que personas emprendedoras y empresarias puedan desarrollar su proyecto o actividad en las etapas más avanzadas de su desarrollo empresarial. Para ello se deberá gestionar los espacios que se ponen a disposición de las empresas (centros de servicios empresariales, edificios, parques científico-tecnológicos, centros tecnológicos, suelo, entre otros) para desarrollar de forma eficiente su actividad económica. Asimismo, también habrá que recopilar y difundir los espacios disponibles de ámbito público-privado en todo el territorio andaluz y ofrecer un servicio de asesoramiento especializado a empresas y emprendedores que buscan iniciar un proceso de despliegue territorial o expansión.

Por otro lado, también se prestan servicios de tipo avanzado para un tejido empresarial innovador de alto potencial de crecimiento, con necesidades de escalado e internacionalización, que puede referirse tanto a materias transversales (emprendimiento, innovación, internacionalización, I+D+i, financiación empresarial, transformación digital, entre otras) como a materias verticales (especialización sectorial, financiación, entre otras). En este caso, los servicios avanzados tendrán un carácter selectivo y no universal y dentro de este bloque podemos citar:

- * Consultoría, asistencia técnica y asesoramiento especializado de carácter sectorial y por temáticas específicas, tales como: estrategia y modelo de negocio, marketing y ventas, logística, coaching y negociación, financiación, transferencia de conocimiento, innovación y sostenibilidad, comercio exterior, transformación digital, entre otras.
- * Programas de becas de especialización. Poner en marcha programas orientados a la capacitación de personas en ámbitos especializados, que incorporen tanto formación avanzada como experiencia práctica, de modo que se contribuya a enriquecer el mercado laboral con profesionales cualificados que contribuyan al desarrollo del tejido empresarial andaluz.

ACT.1.1.3 Instrumentos financieros e incentivos orientados a incrementar la competitividad del ecosistema empresarial andaluz.

Las ayudas financieras constituyen un incentivo imprescindible para promover iniciativas empresariales que pretendan realizar inversiones productivas y/o proyectos de innovación que mejoren su competitividad y sostenibilidad a largo plazo. Por ello, contar con diferentes tipos de instrumentos que se adapten a las necesidades financieras de las empresas se considera esencial para apoyar al tejido empresarial andaluz en su apuesta por la competitividad. Estos instrumentos, deben ser simples, ágiles y flexibles para facilitar el acceso por parte de las empresas a la financiación que les facilite en su esfuerzo inversor. Todo ello encaminado a aumentar su dimensión, mejorar su productividad e incorporar soluciones innovadoras que



les permitan crecer y con ello crear riqueza y empleo con los que favorecer el desarrollo económico regional. La puesta a disposición de las empresas andaluzas de soluciones financieras de apoyo público tiene dos grandes vertientes. Por un lado, los incentivos mediante convocatorias de ayudas a proyectos de inversión e innovación empresariales y, por otro, los instrumentos financieros de diferente tipología que requieren de un tratamiento diferenciado.

En el primer caso, las convocatorias de ayudas financieras finalistas a las empresas requiere de una serie de medidas que se describen a continuación:

- Diseño de estrategias e instrumentos de apoyo a través de convocatorias de ayudas. Definir las especificaciones de diseño y concretar las vías financieras cumpliendo con la normativa exigible, así como establecer el conjunto de procesos y procedimientos que determinan el sistema de tramitación y gestión de esos instrumentos junto con los medios humanos y los sistemas de información con los que contar.
- Análisis, valoración y aprobación de solicitudes de ayuda. Revisar la solicitud y documentación presentada por el solicitante para comprobar si se cumplen las condiciones exigidas por la normativa; realizar el análisis técnico y de viabilidad económico-financiera del proyecto para el que se solicita la ayuda; y presentar a la Comisión de Valoración correspondiente una propuesta justificada de cómo responder a esa solicitud, soportando todos estos procesos en una aplicación informática de tramitación de ayudas; para finalmente, redactar la propuesta de resolución, presentarla a la firma del órgano competente y comunicar dicha resolución al solicitante para su aceptación.
- Gestión de operaciones de ayudas y tratamiento de incidencias. Realizar la gestión de las solicitudes de ayuda controlando todo el proceso de tramitación y monitorizando la evolución de los resultados; así como analizar los recursos presentados a las decisiones tomadas a lo largo de la tramitación de una ayuda y proponer una respuesta justificada a esos recursos.
- Comprobación de la realización efectiva de la actividad. Revisar la justificación presentada por el beneficiario de la ayuda y la documentación acreditativa que la soporta para comprobar si se han cumplido las condiciones establecidas en la resolución de concesión de la ayuda y proponiendo, en su caso, el pago de la ayuda; así como comprobar, una vez transcurrido el plazo previsto en la normativa, que se han cumplido las condiciones relativas al mantenimiento de las inversiones y del empleo; finalmente, cuando corresponda, recuperar las cantidades indebidamente abonadas a beneficiarios de ayudas a través de las diferentes vías legales y administrativas a su disposición.

Por su parte, para los instrumentos financieros es necesario desarrollar una serie de medidas que apoyen a las empresas:

- Estrategia de inversión y diseño de instrumentos financieros. Diseñar la estrategia de inversión a partir de una evaluación/vigilancia del mercado financiero y de la regulación aplicable (financiera, normativa europea/nacional/regional) identificando/analizando los fallos de mercado; diseñar los instrumentos financieros y planificar y programar su aplicación; realizar la evaluación de impacto; y prever las relaciones institucionales y la colaboración con otros actores (privados y públicos) en los mercados financieros.
- Implementación y gestión de Instrumentos Financieros. Seleccionar y contratar a los intermediarios financieros, definir los procesos y procedimientos de gestión, implementar los circuitos de información, los interfaces con intermediarios y el control de los mismos; así como coordinar los procesos de tramitación, aprobación y formalización, asumir las labores de secretaría de comités de inversión, la interlocución y la coordinación con servicios jurídicos y otros departamentos afines, gestión/supervisión de los procesos, plazos y mantener las comunicaciones con los promotores, redactar informes de seguimiento y ser los responsables de las bases de datos y las herramientas de tramitación; y, asimismo, llevar la contabilidad de las operaciones y de los instrumentos financieros, calcular cuotas (amortizaciones, intereses, mora, etc.), elaborar informes de actividad, gestionar auditorías de los instrumentos financieros y las cuentas bancarias y la tesorería.
- Análisis de operaciones con instrumentos financieros. Realizar los controles, tanto administrativos como in situ, de la elegibilidad y finalidad de las operaciones, así como mantener su adecuado



seguimiento, asegurando el cumplimiento de las mismas; realizar la evaluación y el análisis económico financiero de las operaciones y elaboración de la propuesta de inversión; concretar el análisis de riesgos, evaluando el riesgo concreto de cada operación y elaborando el correspondiente informe de riesgo; formalizar las operaciones para conseguir la mayor seguridad jurídica y resolver las incidencias que ese sentido se pudieran producir; y, en su caso, realizar las gestiones de reclamación de cobros, recuperaciones y refinanciaciones que pudieran ser necesarias a cada operación.

ACT.1.1.4 Apoyo a proyectos de inversión estratégicos para la región.

El Gobierno de la Junta de Andalucía considera necesario el impulso y la coordinación de los proyectos de inversión que se declaren de interés estratégico para la región y por ello ha creado la Unidad Aceleradora de Proyectos de Interés Estratégico en Andalucía. Esta Unidad desarrolla funciones de tramitación, impulso y coordinación de los proyectos de inversión que se declaren de interés estratégico conforme a lo previsto en esta ley, realizando los informes para la consideración de un proyecto como inversión estratégica, promoviendo la agilización de todas las actuaciones y procedimientos de las Administraciones Públicas andaluzas que sean necesarios para llevarlos a cabo y realiza las actuaciones que procedan para hacer efectiva la tramitación preferente y urgente de los proyectos en las distintas tramitaciones administrativas. Una vez se haya declarado la inversión de interés estratégico, la Unidad presta asistencia y asesoramiento a las personas o entidades promotoras sobre todos los trámites necesarios para la efectiva puesta en marcha y ejecución del proyecto. Asimismo, realiza actuaciones de coordinación con las distintas Consejerías y entidades instrumentales con competencias sobre los procedimientos que afecten a los proyectos de inversión. El desarrollo de estas funciones por parte de la Unidad Aceleradora de Proyectos de Interés Estratégico en Andalucía se ha integrado como una función más que corresponde a la Agencia TRADE, por lo que su actividad se ha incluido en el presupuesto de la misma.

OO.1.2 Potenciar el trabajo en red con los actores del ecosistema económico y empresarial andaluz.

En un mundo cada vez más complejo y globalizado la cooperación entre diferentes agentes se hace imprescindible para acometer proyectos de mayor alcance o envergadura y para desarrollar proyectos ambiciosos que requieran de experiencia, medios y tecnologías más avanzadas de las que no se puede disponer individualmente. Por ello, la extensión de una cultura de la cooperación, más en una región caracterizada por su individualismo, la consolidación de redes regionales ya existentes y el fortalecimiento y desarrollo de las estructuras de interfaz que promuevan y apoyen la consolidación de estas iniciativas, se hace necesaria para propiciar grandes desafíos empresariales que la región debe acometer para conseguir un salto cualitativo en su desarrollo económico. Y en la mayoría de casos, esta colaboración no puede plantearse a escala exclusivamente regional, sino que es necesaria la apertura hacia otros agentes de ámbito nacional e internacional por lo que también se requiere la participación activa en redes de cooperación empresarial de esos ámbitos que propicien esos intercambios cuando en la región no se puedan encontrar los socios adecuados al proyecto planteado.

Por todo ello, dentro de este objetivo, se implementa un modelo relacional y de colaboración en el que se concretan los ámbitos de intercambio y la forma de interactuar con el resto de los agentes, se coordina el conjunto de acciones a desarrollar y, en su caso, se establecen las alianzas estratégicas a establecer con otros socios clave para desarrollar acciones conjuntas en colaboración.

ACT.1.2.1 Cooperación empresarial e impulso de la conexión entre agentes del ecosistema empresarial andaluz.

Establecer una estrategia de apoyo a la cooperación empresarial y disponer de una red de agentes especializados que promuevan la cooperación entre empresas y entre otros agentes públicos y privados de la innovación en ámbitos tanto de transferencia de tecnología como productivos, organizativos o de



capacitación y formación.

Ello implica constituir un nodo principal para la red de empresas, emprendedores y otros agentes públicos y privados que integran el sistema regional de innovación, así como establecer modelos de colaboración innovadores con los agentes (públicos y privados) relacionados con la actividad de la Agencia TRADE, de modo que permita llegar y dar servicio al máximo posible de usuarios, complementando así la oferta global de servicios que se ofrecen al ecosistema empresarial de Andalucía.

ACT.1.2.2 Interacción con redes empresariales regionales (hubs tecnológicos, clústeres, alianzas y grandes grupos empresariales andaluces)

Impulsar y liderar la conformación de hubs tecnológicos y clústeres empresariales, potenciar las alianzas y fomentar e incentivar la consolidación de grandes grupos andaluces, en los que participe el tejido empresarial andaluz y los agentes del Sistema Andaluz del Conocimiento, promoviendo la innovación tecnológica y empresarial a través de la cooperación técnica y comercial entre las empresas de los clústeres y/o los agentes del conocimiento.

Para ello se desarrollan medidas tales como: organización de eventos de networking, facilitando el acceso a información relevante sobre líneas de financiación específicas, intercambiando conocimiento y oportunidades de cooperación en torno a proyectos innovadores estratégicos, impulsando colaboraciones en proyectos que no puedan ser llevados a cabo en solitario, consiguiendo con todo ello mejorar la competitividad empresarial y regional y ganar visibilidad nacional e internacional.

ACT.1.2.3 Participación activa en redes nacionales e internacionales.

Esta actuación pretende promover la participación activa de la Agencia TRADE en redes regionales, nacionales e internacionales de cara a posicionarla como entidad de referencia para los organismos relacionados con el desarrollo económico en España y, fundamentalmente, para los de la Unión Europea. El fin que persigue la actuación es conseguir que entidades andaluzas cooperen entre ellas y/o con entidades de fuera en proyectos de interés estratégico y/o de cooperación internacional, así como promover y difundir experiencias innovadoras que puedan contribuir a esta cooperación transnacional.

Estas redes de ámbito nacional y/o internacional pueden ser de carácter más generalista de apoyo a la promoción económica, la innovación, la internacionalización o el emprendimiento, como pueden ser la Red IDI o el Foro ADR a escala nacional o EURADA a escala europea, o bien pueden ser de carácter más específico y tecnológico como las JTI o las ERANET centradas en ámbitos productivos o tecnológicos específicos.

OE.2 Impulsar la participación de las mujeres en los organos directivos empresariales

OO.2.1 Impulsar la participación de las mujeres en la alta dirección empresarial

Desde que en 2007 se aprobó la ley de igualdad en España, el número de mujeres en los Consejos de Administración ha subido del 6% al 31%. Es un avance importante en tan solo 13 años. Aunque sí se ha logrado aumentar la presencia de la mujer en los Consejos de Administración, no ocurre lo mismo en los Comités de dirección. A fecha de hoy, lo cierto es que los objetivos de conseguir una decisiva participación femenina en los puestos de decisión de las empresas y las organizaciones, arrojan resultados insuficientes.

Las mujeres representan el 27,25% en los consejos de administración de las empresas del Ibex35 a fecha



actual pero solo el 23% de las empresas cotizadas y se desconoce cuál es el porcentaje en grandes empresas no cotizadas y familiares, pero se cree que puede ser bastante inferior. Además, las mujeres tienen que trabajar 109 días más para alcanzar el mismo salario que los hombres.

El estudio del Instituto Peterson para la economía internacional ("Is Gender Diversity Profitable Evidence from a Global Survey") ha encuestado a 21.980 empresas en 91 países para determinar si existe conexión entre la presencia de mujeres en el liderazgo corporativo y el desempeño en la empresa. Sus resultados apuntan a que la presencia femenina en el liderazgo corporativo puede mejorar el rendimiento de la firma. Las mayores ganancias están asociadas a la proporción de mujeres ejecutivas, seguida de la proporción de miembros femeninos del consejo. Sin embargo, el estudio encuentra que la presencia de mujeres CEO no tiene un efecto significativo en el rendimiento de la compañía. En conjunto, esta investigación apoya la teoría de la masa crítica en la participación femenina dentro de los consejos, al señalar que con un 30% de mujeres líderes dentro de la compañía, se puede esperar un incremento en el beneficio neto de la compañía de hasta un 15%, en comparación con las firmas sin liderazgo femenino.

Por estos motivos, es importante definir un objetivo dirigido específicamente a incrementar el número de mujeres directivas en las empresas de Andalucía, incidiendo sobre aquellas empresas que solicitan apoyo por parte de la Agencia TRADE.

ACT.2.1.1 Apoyo a la participación de mujeres en puestos directivos de las empresas apoyadas

Establecimiento de criterios de discriminación positiva en el apoyo a aquellas empresas que cuenten con mujeres en sus puestos directivos.

ACT.2.1.2 Inclusión de criterios específicos de género en licitaciones para propiciar una mayor participación de las mujeres

La Administración cuenta con herramientas para incluir la perspectiva de género en cada una de las fases de la contratación. Desde la solicitud de informes, hasta la exigencia de etiquetas sociales o el compromiso de un determinado porcentaje de personal femenino fijo en la empresa. La Ley de Contratos del Sector Público (LCSP) incorpora estos criterios tanto en la fase de preparación, o diseño de los pliegos, como en la de adjudicación y ejecución del contrato. La propia ley de igualdad establece «en toda contratación pública se incorporarán de manera transversal y preceptiva criterios sociales y medioambientales siempre que guarden relación con el objeto del contrato». La convicción de que su inclusión proporciona una mejor relación calidad-precio en la prestación contractual y mayor eficiencia en la utilización de los fondos públicos es la base sobre la que se sustentan estos mecanismos.

La fase preparatoria, o de redacción de los pliegos, es la más importante o decisiva en esta función social de la Administración. La LCSP prohíbe contratar con empresas que no cumplan con la obligación de contar con un plan de igualdad (requerimiento que afecta a compañías de más de 250 trabajadores). Por otro lado, establece la posibilidad de exigir etiquetas de tipo social o medioambiental (como aquellas relacionadas con la agricultura ecológica, el comercio justo o la igualdad de género) en contratos con características específicas de tipo medioambiental o social.

Estos criterios también tienen cabida en la fase de adjudicación, siempre que estén vinculados con el objeto del contrato. Se utilizan como criterios cualitativos para evaluar la mejor relación calidad-precio de la oferta. Entre otros, se incluyen planes de igualdad de género que se apliquen en la ejecución del contrato, fomento de la contratación femenina o la conciliación laboral personal y familiar.

La fase de ejecución del contrato es, en última instancia, la definitiva para caminar a esa igualdad, porque es donde se aplican las condiciones especiales de ejecución obligatorias para el contratista y el subcontratista. La novedad de la LCSP es que obliga al órgano de contratación a que establezca al menos



una condición especial de tipo ambiental, social o laboral.

PROGRAMA 72B- APOYO ECONÓMICO AL SECTOR EMPRESARIAL

6.1 Diagnóstico de la situación que justifica la intervención pública

Desde la perspectiva de la internacionalización, en el trienio 2019-2021 el sector exterior andaluz ha mostrado su fortaleza y resiliencia ante la adversa coyuntura marcada por la guerra comercial Estados Unidos-China y el repliegue proteccionista; la pandemia mundial, con la paralización de actividad y posterior crisis, y la invasión de Rusia por Ucrania y la escalada de precios. Con todo ello, el sector exterior ha vuelto a ejercer de motor de la economía regional para salir de la crisis, como ya lo hizo entre la de 2008-2013.

El último ejercicio, el de 2021 se ha cerrado con un récord de exportaciones, de 34.552 millones de euros, que no sólo suponen un 24,2% sobre 2020, sino también un 7,3% más que en 2018, anterior año récord. Un récord también en el peso que las exportaciones suponen en la riqueza de Andalucía, alcanzando el 20,3% del PIB regional, lo que supone un 2,5% más que en 2020 y 0,9 puntos más que en 2018, anterior mejor registro. Todo esto, además, se ha logrado con un superávit de la balanza comercial andaluza de 1.358 millones de euros, que sirve para mitigar el déficit de España, de 26.178 millones.

De esta forma, en 2021 Andalucía fue la comunidad que más ha crecido de las 10 más exportadoras, la tercera que más contribuyó al crecimiento de España (2,6%) y la tercera en ventas con el 10,9% del total (316.609 millones), sólo superada por la Comunidad de Madrid, segunda exportadora y primera en crecimiento, con un 36,3% más; y por Cataluña, primera exportadora, pero quinta en crecimiento, con el 21,5%.

El crecimiento de Andalucía ha sido de tres puntos superior a la media de España, el 21,2%, y en torno a 10 puntos más que la media de la Unión Europea, la Zona Euro y las grandes economías europeas, como Alemania, (13,9%); Francia (15,2%) y Reino Unido (9,4%).

Estos buenos registros del comercio exterior andaluz han supuesto pasos adelante en los dos principales vectores de transformación del sector exterior: incremento de la base exportadora e incremento en la diversificación de productos y destinos de las exportaciones, al que se le une también la diversificación del origen de las exportaciones.

Las protagonistas de estos buenos resultados han sido las exportadoras, cuyo número también alcanzó un récord histórico en 2021, hasta las 28.641, que supone un 28,5% más que en 2020 y un 18,8% más sobre 2018, anterior año récord. De ellas, una de cada cinco, 5.567 empresas, alcanzan la categoría de exportadoras regulares, por llevar al menos cuatro años consecutivos con ventas al exterior, aunque su número bajó un 3,6% respecto de 2020, un año en el que pese a la pandemia había conseguido mantener su registro.

Estas empresas incrementaron el empleo vinculado a la internacionalización un 14,2%, con 47.767 empleos más vinculados que en 2020, y un 9,7% más sobre 2018 (33.900 empleos más), anterior año récord, hasta completar la cifra actual de 383.824 empleos ligados a su actividad internacional, 224.052 empleos directos y 159.772 indirectos.

En 2021 se ha producido un avance en la diversificación de mercados. Europa es casi un mercado natural para las empresas, y, aunque sigue siendo el destino de dos de cada tres euros de las exportaciones andaluzas, la dependencia de Andalucía es seis puntos menos que la de la media de España, que alcanza los tres de cada cuatro euros. El crecimiento de las exportaciones andaluzas en 2021 se ha dado en Europa, en un 22%, y más aún en Asia, un 32%; América, un 25,3%; y África, un 24,4%

Entre 2018 y 2021 se ha avanzado en diversificación de mercados, especialmente en América, donde Andalucía ha crecido cuatro veces más que la media de España, un 21,3% frente a un 4,7%; en África, donde avanza un 6,8% mientras España retrocede un 0,3%; y también en Asia, tercer mercado continental para Andalucía, donde es la segunda comunidad exportadora, con dos destinos entre los 11 primeros mercados, China y Japón.



Por países, los 10 primeros mercados de Andalucía han registrado crecimientos en 2021, con importantes pasos en diversificación en EE.UU. con un crecimiento del 21,3%, que lo sitúa como primer mercado no europeo y sexto mundial, con 2.032 millones, el 5,9% del total exportado; Marruecos, con un 33% más, tercer mayor subida del Top 10, siendo el segundo destino no europeo y octavo mundial, con 1.641 millones, el 4,7% del total; y China, que creció un 18,2%, para alcanzar los 1.381 millones, el 4% del total, que lo sitúan como noveno mercado mundial para Andalucía.

Destaca también el fuerte incremento del 14,2%, que registran las exportaciones a Reino Unido, nuevo mercado extracomunitario tras el Brexit y quinto destino de Andalucía, con 2.246 millones, el 6,5% del total.

Los avances en diversificación también se producen en los sectores y productos exportados: Andalucía logró en 2021 un récord en exportaciones agroalimentarias, que, con la cifra récord de 12.385 millones de euros y un crecimiento del 10% interanual, significa algo más de uno de cada tres euros del total de sus ventas (36%). Pero también en 2021 ha alcanzado un récord en exportaciones de productos de alta y media tecnología, que, con 8.028 millones de euros, ya suponen casi uno de cada cuatro euros del total exportado (23%), un ámbito en el que Andalucía crece el triple que la media de España desde 2018 (+9,4% frente a +2,9%) y casi ocho puntos sobre 2021 (+20,6% frente a 12,9%). Y todo ello, pese a que la industria aeronáutica, primer capítulo exportador tecnológico, con 1.534 millones, aún no se ha recuperado de la paralización de la industria que ha impuesto la pandemia en 2020 y 2021, aunque los datos provisionales para 2022 presentan buenas perspectivas.

Junto a la diversificación de productos y destinos, hay un importante vector diferencial que hace del sector exterior una palanca de cohesión territorial para una comunidad tan extensa como Andalucía. Esta es la diversificación del origen de las exportaciones. Todas las provincias andaluzas contribuyeron al crecimiento de la comunidad en 2021, cinco de ellas con récord exportador, cinco con crecimientos a dos dígitos y cinco con superávit.

Huelva se situó como primera provincia exportadora y en crecimiento en 2021, con un 53% más respecto de 2020 y una factura de 8.240 millones de euros, el 23,8% del total. La segunda en crecimiento es Córdoba, un 31,4% más y 2.551 millones exportados, el 7,4%; y la tercera que más creció y segunda en valor fue Cádiz, con un 30,6% más y 6.934 M€ exportados, el 20,1% del total.

La cuarta provincia que más creció fue Almería, con +13,9%, siendo también la cuarta que más exportó, 4.898 millones, el 14,2% del total. Le sigue Sevilla, como quinta en crecimiento y tercera en valor, con un 11,2% más, hasta los 6.867 millones, el 19,9% del total. Granada creció un 9,3%, hasta los 1.425 millones, el 4,1% del total; mientras que Málaga, subió un 6,7%, hasta los 2.440 millones, el 7,1%; y Jaén incrementó sus ventas un 5,6%, alcanzando los 1.197 millones, el 3,5% de Andalucía.

Los buenos resultados de 2021, tanto comparados con el complicado ejercicio de 2020 como respecto del anterior año récord, de 2018, se están viendo incluso superados en 2022, contabilizando ya hasta abril 14 meses consecutivos de crecimiento a doble dígito.

Los 14.113 millones de euros exportados entre enero y abril de 2022 supone un récord histórico para un primer cuatrimestre del año desde que existen registros homologables (1995), gracias a un crecimiento del 28% respecto al mismo periodo de 2021. Un crecimiento que supera casi en cinco puntos el registrado por la media de España (23,2%) y es el segundo mayor de las diez comunidades más exportadoras, sólo detrás de la Comunidad de Madrid. En el último mes registrado, el de abril de 2022, el crecimiento alcanza el 27,7%, también más de seis puntos por encima de la media nacional (21,2%), hasta sumar 3.914 millones de euros, también récord histórico para un mes de abril.

Los buenos datos del comercio exterior de Andalucía en 2021 se corresponden también con datos históricos en atracción de inversión extranjera, la segunda variable de la internacionalización, que denota la confianza que genera la economía andaluza. En el último trienio 2019-21, Andalucía ha logrado un récord histórico en atracción de inversión extranjera, con 2.604 M€, casi doble (+87%,) que en el trienio anterior, de 2016-18 (1.394 M€), y un 4,4% más que el anterior récord, que fue en trienio 2010-13 (2.494 M€). Todo ello en un contexto desfavorable,



en el que la inversión extranjera ha caído un 30% en el conjunto de España en 2019-21 respecto de 2016-18.

En este sentido, no solo hay que valorar cuantitativamente estas cifras, sino también cualitativamente, ya que, dado el valor de los nuevos proyectos empresariales establecidos en Andalucía, se puede decir que la tecnología mundial ya mira al sur, y que empresas mundiales de referencia como Google, Vodafone, Oracle, Ericsson, Huawei u Orange prefieran realizar sus inversiones en Andalucía. En este trienio, Andalucía ha subido dos puestos en el ranking nacional de inversión extranjera, pasando de ser la sexta comunidad autónoma en 2016-18, con el 1,2% del total, a cuarta en 2019-21, con el 3,3%, a sólo 4 décimas de la tercera. Reino Unido, con 550 millones de euros, y EE.UU. con 389 millones, son los dos primeros países inversores en Andalucía, con casi el triple de inversión en el trienio 2019-21 que en el 2016-18 (+171% y +178% respectivamente), mientras que Francia, tercero del ranking, ha multiplicado por cinco sus inversiones en Andalucía.

En el último ejercicio completo, 2021, Andalucía alcanzó el mejor registro anual en inversión extranjera desde 2010, con 965 millones de euros y una subida del +23% sobre 2020 (+180 millones), frente a la bajada del -17,7% de España (-4.335 millones), lo que la sitúa como cuarta comunidad del ranking nacional con el 3,4% del total. Para una justa valoración de estos datos, es necesario tener en cuenta que el 83% de inversión extranjera directa de España lo acaparan las Comunidades de Madrid (73%) y Cataluña (10%), en gran medida gracias al 'efecto capitalidad'. Es decir, la estadística contabiliza la inversión allí donde la multinacional tiene su sede (la gran mayoría de ellas las establecen en las capitales de los países), independientemente del territorio en el que la haya realizado, de tal forma que una inversión de una fábrica en Andalucía de una multinacional con sede en Madrid, se contabiliza para la Comunidad de Madrid, de ahí el alto valor que tiene la posición de Andalucía.

También en este ámbito, el Barómetro del Clima de Negocios en Andalucía desde la perspectiva del inversor extranjero 2021 refleja que Andalucía resulta más atractiva para los inversores extranjeros que España en su conjunto. Este informe, que recoge la valoración expresada por más de 150 empresas de capital extranjero que operan en la comunidad, arroja una valoración de Andalucía del 3,13 sobre 5, frente al 3 obtenido por España. De hecho, Andalucía es mejor valorada en 8 de los 10 aspectos por los que estas empresas han sido preguntadas (calidad de vida, innovación, capital humano, financiación, costes, infraestructuras, entorno regulatorio, fiscalidad, mercado laboral y tamaño del mercado). Muestra de esta valoración es que el 87% de las empresas extranjeras instaladas en Andalucía aumentaron o mantuvieron sus inversiones en 2021.

En cuanto al sistema andaluz del conocimiento y según la Estadística sobre actividades de I+D del INE, Andalucía es históricamente la tercera comunidad en contribución a la inversión en I+D de España, con 1.627,2 millones de euros en 2020 (10,32% del total) lo que supone un aumento del 5,8% respecto al año anterior, siendo éste el mayor incremento registrado en la última década y la mayor subida alcanzada entre todas las comunidades autónomas.

Sin embargo, y aunque el año 2020 supuso el cuarto año de incremento de la inversión, su peso en el conjunto nacional está por debajo de lo que le correspondería en comparación a la aportación al PIB de España (13% sobre el PIB nacional de 2020). Asimismo, la brecha entre Andalucía y España en cuanto a la inversión en I+D respecto al PIB se está incrementando desde el año 2016 (0,20% en 2016, 0,33% en 2020). Este infrapeso en la inversión en I+D está motivado en gran parte por la débil participación del sector privado andaluz en las actividades de I+D.

De hecho, la combinación sectorial de la inversión en I+D andaluza está desproporcionadamente apoyada en el esfuerzo del sector público, del que proceden dos de cada tres euros de la inversión andaluza en I+D (63,53% en 2020), al contrario de las comunidades más competitivas en las que el sector privado aporta entre la mitad y las tres cuartas partes de la inversión regional en I+D, según cada comunidad (76,6% corresponde al sector privado en el País Vasco, 60,4% en Cataluña, 55,1% Madrid). Es más, la tendencia de los dos últimos años refleja crecimientos superiores de inversión en el sector público que en el privado.

Algunas causas subyacentes de la baja inversión privada en I+D en Andalucía apuntan al bajo peso de la industria en la economía andaluza y la excesiva composición de microempresas y pymes de su tejido empresarial, lo que dificulta la capacidad de emprender proyectos de I+D de gran envergadura, de internacionalización y de atraer inversiones externas.



El protagonismo del sector público andaluz y el bajo nivel de participación del sector privado en la inversión en I+D provocan que en Andalucía se desarrolle en menor proporción I+D cercana al mercado. Así, según los datos de la Estadística sobre Actividades de I+D del IECA, las actividades de investigación aplicada y desarrollo experimental supusieron en 2020 en Andalucía el 63,8% del total de la inversión en I+D, mientras que en España estas actividades supusieron el 76,3% de la I+D ejecutada.

Se necesita por tanto estimular en la región urgentemente una mayor participación del tejido empresarial en la I+D y fomentar la transferencia de tecnología y el intercambio de conocimiento entre las esferas públicas y privadas. Analizando el empleo en el sector de la I+D, según la fuente de la Estadística sobre actividades de I+D del INE, en el año 2020 se dedicaban en Andalucía a actividades de I+D un total de 25.907,9 personas en equivalencia a jornada completa (EJC), de las cuales 10.509,0 eran mujeres y 15.398,9 hombres (40,6% y 59,4% respectivamente). Fue el tercer año de recuperación del empleo en I+D, con un ritmo de crecimiento ligeramente superior al año anterior (4,17% en 2020 frente a 2,5% en 2019). En términos totales, Andalucía fue la tercera comunidad que mayor volumen de empleo en I+D aportó al conjunto de España, por detrás de la Comunidad de Madrid (57.171,4 personas en EJC) y Cataluña (50.776,3 personas en EJC). Sin embargo, desciende a la 12ª y 13ª posición en el conjunto de comunidades cuando se contextualiza este indicador respecto a la población ocupada y a la población en general. Al igual que ocurre con la inversión en I+D, el empleo dedicado a I+D (11,2%) también estuvo por debajo del tamaño de la región, no solo en términos de población, sino también en relación con la mano de obra ocupada.

En el empleo se produce la misma desproporción entre público y privado, de modo que dos de cada tres empleos (68,3%) de la I+D de Andalucía se concentra en el sector público, quedando sólo el 31,37% del empleo para el sector privado donde, además, la brecha de género es alarmante (29% mujeres y 71% de hombres dedicados a I+D en el sector privado).

Por otro lado, tanto las empresas innovadoras como las de alta y media-alta tecnología se encuentran en un proceso expansivo. Así, según la encuesta sobre innovación en las empresas y los Indicadores de Alta Tecnología del INE, en el período 2018-2020 estuvieron en activo 4.961 empresas innovadoras, un 17,7% más que en el período 2017-2019. Además, la proliferación de establecimientos en sectores de alta y media-alta tecnología continuó un año más su ritmo de crecimiento (a falta aún de los datos de 2020), en concreto para 2019 en un 5,6% creciendo hasta los 11.530 establecimientos.

Sin embargo, la ratio de empresas innovadoras andaluzas en comparación al número de empresas o a la población era casi la mitad de la principal región española en este aspecto, el País Vasco, siendo Andalucía la novena y undécima región española, respectivamente. Estos datos no deben ensombrecer, sin embargo, el hecho de que existe un conjunto de empresas cuya capacidad para innovar se encuentra por encima de los parámetros medios nacionales. Así se deduce de la intensidad de innovación de aquellas empresas andaluzas que realizan innovación de manera continuada, siendo para éstas del 2,25% (es decir, invierten casi dos euros y medio en innovación por cada 100 que ingresan), frente al 2,08% del conjunto del país.

Tal y como se recoge en el diagnóstico de la Estrategia de I+D+I de Andalucía (EIDIA), Andalucía cuenta con un importante ecosistema que impulsa la transferencia de tecnología y aplicación del conocimiento:

I. Los 11 parques tecnológicos de Andalucía se han convertido en unos entornos de excelencia donde actúan y se interrelacionan universidades, institutos y centros de investigación, spin-off, start-up, pymes y compañías con departamentos de I+D. Estos entornos constituyen un modelo de referencia de cómo extraer sinergias de las iniciativas público-privadas. Los 11 parques ubicados en las diferentes provincias andaluzas engloban más de 1.600 empresas, 52.000 personas (cuyo perfil se caracteriza por ser de mayor capacitación que los niveles medios del mercado) y aportan entre el 4 y el 5% del PIB regional. Los primeros datos conocidos de 2020 sobre algunos parques están poniendo de manifiesto la capacidad de resiliencia de estas estructuras en un periodo tan adverso, marcado por la COVID-19, como ya también pasó durante la crisis económica de 2008.

II. Los 10 centros tecnológicos andaluces actúan como generadores de tecnologías de última generación y el fomento del uso de las mismas por parte de las empresas en Andalucía. Estos entornos juegan un papel fundamental en el proceso de transferencia del conocimiento, al estar completamente alineados con las



necesidades de las empresas y la industria, y tienen niveles de madurez de la tecnología (TRL por sus siglas en inglés) muy elevados.

III. A ello deben añadirse las 10 universidades públicas, junto a más de 2.000 grupos de I+D, 23 centros del CSIC, 5 institutos de investigación sanitaria (IIS), 3 centros temáticos de investigación en salud, 1 laboratorio especializado en el área de bioinformática, 8 infraestructuras científico-técnicas singulares y 3 grandes infraestructuras europeas, entre otras instalaciones.

Desde el punto de vista de la divulgación y la transferencia de la I+D más básica, la comunidad científica andaluza ha demostrado desde hace décadas su importante capacidad para producir conocimiento, siendo año tras año la tercera comunidad en aportar documentos científicos al conjunto del país, superada solo por la Comunidad de Madrid y Cataluña. En concreto, y según los datos de producción científica de FECYT, en el año 2020 el volumen de producción ascendió a los 16.147 documentos, lo que supuso un 19,4% de la producción nacional, un porcentaje considerablemente mayor al peso andaluz en cuanto al gasto en I+D (10,3%) así como respecto al personal investigador (11,2%). De esta producción, alrededor del 70% es generada en la universidad. Este dato contrasta con la menor actividad desde el punto de vista tecnológico, ya que, atendiendo a la estadística de la OEPM (Oficina Española de Patentes y Marcas), en términos absolutos Andalucía ocupa la cuarta posición en cuanto a las patentes solicitadas, es decir, que generó el 10,9% de las solicitudes de patentes del país, casi la mitad que el volumen de producción científica. Las últimas cifras de 2020 señalan un repunte de la actividad inventiva en Andalucía, ya que mientras que en la región se produjo un incremento del 6,55% respecto al año anterior, en el ámbito nacional se produjo un descenso del -1,47%.

Por otro lado, es necesario señalar la baja participación de la mujer en la producción tecnológica andaluza que empeora a medida que crece el ámbito geográfico de protección industrial (el 4,9% de las patentes nacionales fueron solicitadas por particulares que eran mujeres y el 12,5% del sistema internacional de patentes PCT). Es un problema severo ya que la falta de participación de las mujeres se traduce en una merma en los niveles de innovación y creatividad.

En términos de presencia internacional, Andalucía ha incrementado considerablemente su participación en Horizonte Europa H2020, el principal programa de financiación de la I+D de la UE, en comparación al programa anterior. En el período 2014-2020 las universidades y centros de I+D, el sector empresarial, las fundaciones, centros tecnológicos y demás agentes andaluces captaron un total de 387 millones de euros de este programa. Aunque los resultados son positivos, hay que tener en cuenta que esta cifra sitúa a la comunidad en términos absolutos en la 5ª posición (6,3% del total nacional), mientras que suele ser la 3ª en el resto de los ámbitos científico-tecnológicos descritos en el presente análisis.

Dado que la mayoría de las actuaciones de H2020 se realizan en consorcios con equipos de I+D de otros países europeos, es importante destacar que los datos de liderazgo de los equipos andaluces de estos consorcios son buenos pero mejorables, ya que los equipos andaluces han liderado el 33,9% de las propuestas financiadas en la región (6ª región) y el 7,7% de las propuestas financiadas en el conjunto del país (4ª región). Esto se traduce en que existe un conjunto de equipos muy competitivos en la región que deben seguir potenciándose, así como fomentar la excelencia y la competitividad de los equipos más prometedores para elevar sus tasas de liderazgo y éxito.

6.2 Objetivos estratégicos, operativos y actuaciones del programa

OE.1 Impulsar la internacionalización del tejido empresarial de Andalucía y de la innovación de la economía andaluza.

OO.1.1 Potenciar la internacionalización de la empresa andaluza

El comercio exterior andaluz ha sufrido una expansión sin precedentes en la historia reciente, que ha



posibilitado amortiguar en cierta medida los efectos de las diferentes crisis sufridas en los últimos años, constatando que una mayor internacionalización de la economía contribuye al crecimiento económico. El avance de las exportaciones ha supuesto:

- r. Mayor globalización y apertura al exterior, pues el comercio de Andalucía fuera de las fronteras españolas se acerca en valor al comercio con el resto de España. El grado de apertura de la economía ha avanzado significativamente.
- s. Un sector exterior con más protagonismo en la economía andaluza, pues su aporte al PIB se ha ido incrementando y ha sido decisivo en una coyuntura económica muy desfavorable.
- t. Un sector exterior con más peso en el comercio nacional y mundial. Andalucía alterna la segunda y tercera posición como comunidad exportadora en los últimos años y ha contribuido de manera decisiva a la evolución del sector exterior español.
- u. Una economía más competitiva, cuantitativa y cualitativamente. Si se eliminan las distorsiones que supone la evolución de los precios asociados al sector energético, los resultados del comercio exterior andaluz son todavía más favorables. Desde el punto de vista territorial, todas las provincias andaluzas han incrementado sus exportaciones significativamente. Adicionalmente ha habido un importante avance tanto en la diversificación sectorial de las exportaciones como en la diversificación geográfica de los destinos.
- v. Un tejido empresarial con más empresas exportadoras, cuya cifra ha ido creciendo hasta alcanzar las 28.641 empresas exportadoras en 2021.
- w. Un sector exterior que sostiene más empleo, gracias al empleo que las empresas ligan a su actividad en el exterior.

Es por ello que TRADE, en colaboración con los demás entes públicos y privados, pone a disposición de las empresas todo aquello que esté en su mano para incentivar y facilitar la actividad internacional.

La divulgación y orientación de la cultura exportadora entre las empresas de la región supone no sólo comunicar las ayudas con que las empresas cuentan, sino transmitirles la importancia de la internacionalización como una faceta más de su desarrollo empresarial.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es el seguimiento permanente al que se verá sometido no sólo el tejido empresarial sino también la evolución del sector exterior a través del apoyo y reactivación de la iniciativa exportadora captando empresas y la identificación de su potencial exportador.

Por último, se contempla el establecimiento de mecanismos que contribuyan a la eficiencia en la gestión de los apoyos prestados a la internacionalización, y al mismo tiempo comprobar el grado de satisfacción y de adecuación de la oferta de servicios a las necesidades de las empresas. Un importante volumen de pymes, con capacidad para iniciar la actividad exterior, no ha activado aún esa vertiente empresarial. Las razones para ello son de índole estratégica, económica u operativa, entre otras, y es tarea de la Administración detectarlas y ofrecerles todo el apoyo necesario tanto en los primeros pasos como a lo largo de las sucesivas fases de su trayectoria de internacionalización. También son objetivo clave aquellas otras empresas que aun teniendo experiencia en la actividad exterior no le dan una continuidad, sino que son exportadoras esporádicas. Este segmento también es clave pues los apoyos para su proceso de exportación puede convertirlas en regulares. En definitiva, aumentar la base de empresas que exportan, consolidar a las que no lo hacen con regularidad e incrementar las exportaciones de las ya experimentadas es esencial pues es el valor de sus exportaciones lo que contribuirá positivamente al PIB.

ACT.1.1.1 Apoyo personalizado para la actividad internacional de manera flexible y adaptado

La complejidad de entorno competitivo actual requiere un tratamiento personalizado adecuado a la realidad de cada empresa, adaptando los programas y los servicios de la Administración al grado de internacionalización y las tendencias de mercado.

Un apoyo técnico profesional es el elemento fundamental para la resolución satisfactoria de sus



necesidades y expectativas, manteniendo como factor clave huir de un trato rutinario e impersonal; incluso cuando la respuesta dada a su petición suponga su resolución parcial o total.

El apoyo a la empresa está dirigido a salvar sus puntos débiles para iniciarse en su proceso de internacionalización, a quitar frenos aparentemente insalvables que con una adecuada intervención son superables. Y también al refuerzo de sus capacidades gracias a un análisis detallado de éstas, del estudio del entorno y a una correcta planificación.

Factores como la cercanía y la flexibilidad en los canales de comunicación completan la personalización, haciendo asequible a las empresas la participación en programas que requieren, en muchos casos un gran esfuerzo de reflexión y dedicación.

ACT.1.1.2 Captación y consolidación de la inversión exterior

Una correcta planificación estratégica para la atracción de inversión directa extranjera requiere una metodología participativa de gran calado para lograr el desarrollo y posicionamiento de una región a todos los niveles.

No debe concebirse como un plan aislado y focalizado exclusivamente en medidas de promoción para la captación de proyectos de implantación de empresas productivas extranjeras y/o consolidación de éstas en nuestra región (o inversión tipo greenfield) y en la captación de capital extranjero para empresas andaluzas. Muy al contrario, debe considerarse como un elemento más de desarrollo territorial de Andalucía, tendente a solucionar cuestiones globales en la región y problemáticas específicas de los sectores considerados como prioritarios dentro de esta estrategia.

En términos de atracción de inversiones, Andalucía como un destino de inversión, debe ser concebida como una oportunidad. Por lo tanto, se debe abordar un proceso, tanto de posicionamiento internacional de nuestra región en los ámbitos y países de interés, como mejora de los condicionantes necesarios que permitan la efectiva implantación de nuevas empresas.

Esta actuación se orienta a posibilitar tanto el incremento de competitividad de nuestra región frente a otras, como la mejora del clima inversor. Y por supuesto incluye medidas de posicionamiento internacional de Andalucía, coordinación de actuaciones propias en Andalucía y en el extranjero, y el desarrollo sostenible de cada uno de los sectores y oportunidades detectados. Para ello se desarrollan acciones de softlanding con las que facilitar el aterrizaje de las empresas que decidan invertir en Andalucía y de aftercare acciones con las que acompañar en sus etapas iniciales durante los primeros años para evitar problemas o incidencias en su adaptación hasta su completa integración en el entorno empresarial regional.

Asimismo, impulsar la atracción de capital privado extranjero a las empresas andaluzas como palanca de crecimiento y maduración de su estructura financiera, para fomentar su negocio internacional.

OE.2 Impulsar la transferencia del conocimiento

OO.2.1 Promover modelos eficaces de transferencia de conocimiento.

Conseguir una eficiente transferencia del conocimiento generado por los agentes del Sistema Andaluz del Conocimiento, cuya misión fundamental es la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación, hacia el tejido socio productivo. Así como también promover la cultura de la innovación abierta entre los agentes del ecosistema empresarial y otros agentes del conocimiento, apoyar proyectos demostrativos y fomentar la



provisión de servicios de I+D a las empresas consolidando la implantación de esos modelos.

En todo caso, se desarrollarán dos líneas de actuación en materia de innovación:

- 1.- Promoviendo e intensificando la transferencia de conocimiento entre los agentes del sistema andaluz del conocimiento y el tejido socio productivo, en un sentido bidireccional, desde la oferta y desde las necesidades empresariales.
- 2.- Fomentando una cultura de innovación abierta donde se generen e impulsen ecosistemas de innovación abierta o compartida

ACT.2.1.1 Difusión y capacitación en innovación abierta.

Esta medida tiene el propósito de sensibilizar y difundir la importancia de la innovación abierta y el ecosistema del conocimiento entre las empresas andaluzas, así como en el seno de la propia Administración de la Junta de Andalucía, todo ello orientado a lograr mejores cotas de competitividad soportadas sobre modelos de innovación abierta.

ACT.2.1.2 Servicios avanzados y especializados individuales o en cooperación con el sistema andaluz del conocimiento (SAC)

Esta medida trata de ofrecer un conjunto estructurado de servicios avanzados y especializados en el ámbito de la transferencia de conocimiento, innovación abierta, compra pública de innovación y acceso a financiación de la I+D+i (regional, nacional e internacional) en cooperación estrecha entre técnicos TRADE y SAC (Universidades, CSIC, Centros de I+D+I, Centros Tecnológicos y Parques Tecnológicos).

ACT.2.1.3 Compra pública de innovación

Se pretende utilizar la compra pública de innovación como un instrumento clave de estímulo de la colaboración público-privada para impulsar las capacidades innovadoras de las empresas y proponer e impulsar nuevas iniciativas en la Administración Pública tanto desde la demanda temprana como desde la oferta empresarial.

ACT.2.1.4 Fomento del acceso a financiación internacional de la I+D+I

Con esta medida se desea impulsar la participación de las empresas y de los Agentes del Sistema Andaluz del Conocimiento en los programas internacionales de I+D+I con especial atención al programa marco de Investigación e Innovación de Europa (Horizon Europe).

OE.3 Impulsar la participación de las mujeres en los organos directivos empresariales

OO.3.1 Impulsar la participación de las mujeres en la alta dirección empresarial

La promoción del talento femenino en las empresas se enfrenta con el desafío que supone la creación de una nueva cultura laboral que concilie las formas flexibles de organización del trabajo, con ambientes inclusivos y enfocados en las personas, sus intereses, derechos y proyectos de vida. El valor agregado que ofrece el talento femenino en puestos claves no es percibido por una parte de las grandes empresas, entre las cuales es escasa la participación de la mujer en los puestos de la alta dirección. Esta situación es justificada al aludir a algunos comportamientos individuales de la mujer, como asignar prioridad a la familia. Al mismo tiempo se desestima que existen patrones culturales que limitan la presencia femenina en los espacios de poder, así como prácticas limitantes de la participación de las mujeres por parte de las propias empresas.



En este marco, resulta vital el cambio cultural de mediano plazo en relación con el talento femenino. Esta transformación implica no sólo una nueva perspectiva acerca de la participación de la mujer en los puestos de la alta dirección, sino la comprensión del valor del talento femenino por parte de la empresa, sin reducirla a una ventaja competitiva o una oportunidad de talento. En este sentido, supone concebir a la mujer como "una alternativa" que puede transformar a todo el grupo y no como un problema, una minoría o una población rentable para invertir. En particular se propone abordar la promoción del talento femenino como una manera de diversificar los liderazgos, en vistas de generar estilos de dirección complementarios, donde se hagan presentes hombres y mujeres, en una integración superadora de las tensiones actuales.

ACT.3.1.1 Apoyo a la participación de mujeres en puestos directivos de las empresas beneficiarias de actuaciones de apoyo.

Establecimiento de criterios de discriminación positiva en las actuaciones de apoyo a empresas, en favor de aquellas que cuenten con mujeres en sus puestos directivos, en lugar de la mera exigencia de planes de igualdad

ACT.3.1.2 Inclusión de criterios específicos de género en licitaciones para propiciar una mayor participación de las mujeres

La Administración cuenta con herramientas para incluir la perspectiva de género en cada una de las fases de la contratación. Desde la solicitud de informes, hasta la exigencia de etiquetas sociales o el compromiso de un determinado porcentaje de personal femenino fijo en la empresa. La Ley de Contratos del Sector Público (LCSP) incorpora estos criterios tanto en la fase de preparación, o diseño de los pliegos, como en la de adjudicación y ejecución del contrato. La propia Ley de Igualdad establece que "en toda contratación pública se incorporarán de manera transversal y preceptiva criterios sociales y medioambientales siempre que guarden relación con el objeto del contrato". La convicción de que su inclusión proporciona una mejor relación calidad-precio en la prestación contractual y mayor eficiencia en la utilización de los fondos públicos es la base sobre la que se sustentan estos mecanismos.

La fase preparatoria, o de redacción de los pliegos, es la más importante o decisiva en esta función social de la Administración. La LCSP prohíbe contratar con empresas que no cumplan con la obligación de contar con un plan de igualdad (requerimiento que afecta a compañías de más de 250 trabajadores). Por otro lado, establece la posibilidad de exigir etiquetas de tipo social o medioambiental (como aquellas relacionadas con la agricultura ecológica, el comercio justo o la igualdad de género) en contratos con características específicas de tipo medioambiental o social.

Estos criterios también tienen cabida en la fase de adjudicación, siempre que estén vinculados con el objeto del contrato. Se utilizan como criterios cualitativos para evaluar la mejor relación calidad-precio de la oferta. Entre otros, se incluyen planes de igualdad de género que se apliquen en la ejecución del contrato, fomento de la contratación femenina o la conciliación laboral personal y familiar.

La fase de ejecución del contrato es, en última instancia, la definitiva para caminar a esa igualdad, porque es donde se aplican las condiciones especiales de ejecución obligatorias para el contratista y el subcontratista. La novedad de la LCSP es que obliga al órgano de contratación a que establezca al menos una condición especial de tipo ambiental, social o laboral.

OO.3.2 Aumentar la presencia de mujeres en los ámbitos tecnológicos y de innovación en empresas.

Sobre el papel que desempeñan las mujeres en la innovación y la transferencia de conocimiento, podemos



indicar que en el ámbito de los Estados miembros y países asociados de la UE-27, entre 2015 y 2018 las mujeres inventoras apenas estuvieron representadas en todos los países, si bien la proporción de mujeres en España fue superior a la mayoría de los países europeos. La ratio a nivel europeo indica que, por cada 100 solicitudes de patentes en poder de hombres, sólo 12 estaban en manos de mujeres.

Por su parte, el CSIC concentra el mayor número de solicitudes de patentes nacionales presentadas en España en 2020. Durante ese año, en 3 de cada 4 patentes de prioridad solicitadas por el CSIC (72,8%) al menos figuraba una mujer en la solicitud (107 de 147 solicitudes), dato que refuerza el papel de las mujeres en las actividades de transferencia de conocimiento emprendidas, si bien este porcentaje desciende al analizar el número total de inventores/as implicados, con un 37,6% de inventoras frente a 62,4% de inventores.

En relación con las actividades de transferencia de conocimiento, en España las mujeres representan el 43% del Personal Docente e Investigador (PDI) existente en las universidades españolas en 2019, y en Ingeniería y Arquitectura ellas son 1 de cada 4 profesores. Además, sólo 1 de cada 5 profesores universitarios han tenido actividades de transferencia de conocimiento en 2019 (el 22,2% de los PDI hombres y el 18,1% en el caso de las mujeres). Por su parte, la distribución del PDI en actividades de transferencia de conocimiento por sexo revela una menor representación de mujeres (38%), situación que se invierte, para PDI de gestión de la investigación y la transferencia de conocimiento, donde un 69% son mujeres.

En el CSIC, a pesar de que las mujeres representan el 36% de la plantilla investigadora, su participación en actividades de intercambio y transferencia del conocimiento es mayor, con un 43,4% de mujeres entre las personas implicadas en estas actividades en 2020 y una evolución positiva tendente a cerrar la brecha de género existente desde 2015. Por su parte, la gestión de la transferencia de conocimiento es una actividad marcadamente femenina también en el CSIC. Un 34,9% de los equipos promotores de las empresas de base tecnológica son mujeres.

Las mujeres, como Investigadoras Principales (IP) tanto en los proyectos competitivos aprobados como en los contratos firmados con la industria, representan el 32% en 2019. En el caso de las relaciones con la industria, los niveles de representación de las mujeres descienden hasta el 29% del total. En la misma dirección camina el número de empresas spin-off creadas por el PDI, en 1 de cada 3 empresas creadas participaron las mujeres en el equipo promotor. El 43% de las spin-off creadas fueron en Ingeniería y Arquitectura, áreas en las que las mujeres tienen menos representación en las universidades españolas.

La convocatoria del sexenio de transferencia como evaluación de la actividad de transferencia del conocimiento en la convocatoria piloto del año 2018 recogió un número de solicitudes más bajo en el caso de ellas (34,5%) derivado de que a las mismas edades las mujeres son minoría en las posiciones más consolidadas. Destaca que respecto de los niveles de edad de participación hay un perfil más joven en las mujeres (32,7% de las solicitudes cursadas por mujeres menores de 48 años en comparación con 27,2% en el caso de los hombres).

Un siguiente ámbito de análisis son los resultados de las diferentes convocatorias de proyectos de I+D relacionados con el ámbito de la innovación, esto es, la agenda innovadora. Las mujeres están presentes en el 93% de los proyectos de I+D+I financiados en 2020 por la AGE y las CCAA, si bien sólo son las investigadoras principales en el 39,4% de dichos proyectos, aunque este porcentaje se ha incrementado en más de 6 puntos porcentuales con respecto al 2019. En el período 2014-2020, en las ayudas del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), principal entidad de España encargada de promover la innovación y el desarrollo tecnológico de las empresas españolas, apenas una tercera parte del empleo creado por sus ayudas han sido para mujeres (29,2%). En 2020, sólo el 24% del empleo creado en el marco de las convocatorias del CDTI ha sido para una mujer. En cuanto al empleo existente en las empresas financiadas con fondos del CDTI, las mujeres ocupan el 22% de los empleos en empresas PYME y el 25,4% en empresas grandes.



Por áreas financiadas, una vez más se puede establecer una relación directa entre la distribución de las tituladas superiores por ramas de enseñanza con los empleos en innovación, donde el sector salud presenta mayor presencia de mujeres de las empresas beneficiarias de ayudas del CDTI. Así, el 57% del empleo existente en las empresas dedicadas a la fabricación de productos farmacéuticos son mujeres. La presencia de mujeres en las áreas de investigación y desarrollo e industria de la alimentación se acerca al 40% de mujeres empleadas (39,8% y 37,1% respectivamente). Le siguen fabricación de bebidas e Industria química con el 35% de empleos de mujeres.

Por el contrario, el empleo femenino apenas alcanza el 20% en las empresas beneficiarias de las áreas de programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática y servicios técnicos de arquitectura e ingeniería. Y menos del 10% de los empleos relacionados con la Fabricación de maquinaria, vehículos de motor y productos de hierro y acero son desempeñados por mujeres.

En el caso de las ayudas proporcionadas por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MINCOTUR) y la Empresa Nacional de Innovación, S.A. (ENISA), los datos evidencian los bajos niveles de empleo femenino en las entidades que han recibido sus ayudas en el período 2014-2020 mediante convocatorias públicas. El mismo escenario se da en el caso de los proyectos de desarrollo tecnológico en salud financiados por el Instituto de Salud Carlos III, en los que las mujeres sólo han conseguido el 27% de los fondos en el período 2014-2020. Se constata, una vez más, la baja presencia de mujeres en los ámbitos tecnológicos y de innovación en empresas.

Ante esta situación, el presente objetivo pretende dar un mayor impulso a la participación femenina en los puestos directivos de aquellas empresas que sean seleccionadas para formar parte de las distintas actividades de transferencia de tecnología que se lleven a cabo por parte de la Agencia TRADE.

ACT.3.2.1 Incorporación de la perspectiva de género a la transferencia de conocimiento

Actuaciones de divulgación y sensibilización para una mayor visibilización y normalización de la participación de mujeres en torno a la ciencia, tecnología e innovación .