

DENOMINACIÓN:

ACUERDO DE 3 DE NOVIEMBRE DE 2015, DEL CONSEJO DE GOBIERNO, POR EL QUE SE APRUEBA EL PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ANDALUZA HORIZONTE 2020.

La Junta de Andalucía, en base a lo establecido en el artículo 58 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, es competente para la formulación y aprobación del Plan Estratégico para la Internacionalización de la Economía Andaluza.

En virtud de esta competencia, la Administración, en colaboración con los agentes económicos y sociales, considera necesario establecer las políticas necesarias para impulsar el crecimiento de la internacionalización, como instrumento para el desarrollo económico y la generación de empleo, considerando además los grandes objetivos de desarrollo regional definidos en la "Agenda por el Empleo - Estrategia para la Competitividad de Andalucía 2014-2020", como marco estratégico general de la planificación económica de la Junta de Andalucía durante dicho período.

El Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza Horizonte 2020, cuya formulación se regula mediante el Acuerdo de 2 de julio de 2013, del Consejo de Gobierno, (BOJA núm. 129, de 4 de julio), sintetiza estas políticas de impulso a la internacionalización de la economía andaluza.

Dicho Plan contiene un amplio diagnóstico del sector exterior andaluz, a partir del cual se ha diseñado un conjunto de estrategias, líneas y medidas dedicadas al logro de los siguientes objetivos:

- Incrementar la aportación del sector exterior al PIB, tanto en términos cuantitativos generales como de manera prioritaria en aquellos sectores con mayor potencial y peso en la economía, bajo criterios de sostenibilidad social y medio ambiental.
- Sostener y generar empleo de calidad propiciando el desarrollo de profesionales capacitados para estimular la internacionalización, lo que debe traducirse en incremento de empleo vinculado a la actividad exterior.
- Fortalecer el tejido empresarial andaluz, impulsando la presencia de los productos y servicios andaluces en los mercados internacionales, al objeto de mejorar la competitividad de las empresa andaluzas, en particular las pymes y micropymes, promoviendo la innovación empresarial en estrategias de internacionalización.
- Reforzar la diversificación geográfica de las exportaciones y las empresas internacionalizadas.

- Promover la captación de Inversión Extranjera en Andalucía.

Asimismo, el Plan contiene las previsiones oportunas para el establecimiento de mecanismos de seguimiento y evaluación, en el marco de la concertación social y en cumplimiento de los principios de gobernanza y transparencia.

En su virtud, a propuesta del Consejero de Economía y Conocimiento, una vez examinada la misma por la Comisión Delegada para Asuntos Económicos, en su reunión de 3 de noviembre de 2015, de conformidad con el Decreto 281/2010, de 4 de mayo, por el que se regula la composición y funciones de las Comisiones Delegadas del Gobierno, y al amparo de lo previsto en el artículo 27.13 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, previa deliberación, el Consejo de Gobierno en su reunión del día 3 de noviembre de 2015,

ACUERDA

Primero. Aprobación del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza Horizonte 2020.

1. Se aprueba el Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza Horizonte 2020, como instrumento integrador de todas las políticas, estrategias, programas y acciones de la Junta de Andalucía para el impulso de la consolidación y expansión internacional de las empresas y de la economía andaluza.

2. El texto del Plan estará disponible en el sitio web oficial de la Consejería de Economía y Conocimiento, en la dirección <http://juntadeandalucia.es/organismos/economiaconocimiento/areas/economia/internacionalizacion.html>.

Segundo. Desarrollo y ejecución.

Se faculta al Consejero de Economía y Conocimiento para dictar las disposiciones necesarias para el desarrollo y ejecución del presente Acuerdo.

Tercero. Efectos.

El presente Acuerdo surtirá efectos el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Sevilla, 3 de noviembre de 2015.

Susana Díaz Pacheco
PRESIDENTA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Antonio Ramírez de Arellano López
CONSEJERO DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO

PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ANDALUZA HORIZONTE 2020



Índice

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	SOBRE EL PLAN	4
2.1	VISIÓN, MISIÓN Y VALORES	4
2.2	ÁMBITO DE APLICACIÓN	5
2.3	METODOLOGÍA	6
3.	RESULTADOS PLAN 2010-2013	8
4.	CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR ANDALUZ	11
5.	JUSTIFICACION DE LA ESTRATEGIA	21
5.1	OBJETIVOS	29
6.	ESTRATEGIA	31
7.	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	71
8.	PLAN OPERATIVO 2015-2017	79
8.1	PROGRAMAS	79
9.	ESCENARIO FINANCIERO	95
9.1	RECURSOS FINANCIEROS	95
9.2	CUADRO FINANCIERO POR OBJETIVOS DEL PLAN	97

1. INTRODUCCIÓN

El Consejo de Gobierno aprobó, con fecha 2 de julio de 2013, la formulación del **Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza Horizonte 2020**, con la finalidad de establecer los objetivos generales y contenidos de la política de internacionalización, continuando el trabajo llevado a cabo por el *Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza 2010-2013*, cuyas conclusiones han sido consideradas como punto de partida.

El propio documento de formulación recoge la necesidad de avanzar en el desarrollo económico de la comunidad autónoma de manera paralela a:

- La **Estrategia Europa 2020**, cuyo fin es estimular un crecimiento inteligente, sostenible, integrador y generador de empleo. El nuevo Plan debe tener como referente los objetivos marcados en este documento y tratar de contribuir a la consecución de los mismos.
- La **Estrategia de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente** (Research and Innovation Strategy for Smart Specialisation – RIS3), para impulsar la innovación como factor de crecimiento y la especialización de la economía andaluza.

La **Agenda por el Empleo, Plan Económico de Andalucía 2014-2020 (Estrategia para la Competitividad)**, aprobada por Acuerdo de Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía de fecha 22 de julio de 2014, en el marco de la participación institucional y del diálogo social con los agentes económicos y sociales, constituye la aportación de Andalucía a la *Estrategia Europa 2020*. Dentro de la Agenda por el Empleo se incluye entre sus Estrategias Económicas el eje “Renacimiento Industrial de Andalucía”, dentro del cual se inserta una línea de actuación específica relativa a “Promover la internacionalización de las Pymes”, cuya medida principal es el desarrollo del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza en el horizonte del año 2020.

2. ■ SOBRE EL PLAN

2.1 VISIÓN, MISIÓN Y VALORES

La competitividad exterior es una variable cada vez más importante para el crecimiento económico a largo plazo. En este sentido, hay que resaltar que el saldo andaluz con el exterior en operaciones corrientes y de capital ha tenido una gran mejoría, como consecuencia fundamentalmente del incremento de las exportaciones, que ha compensado el desplome de la demanda interna. La internacionalización de las empresas debe ocupar un lugar relevante en la agenda del Gobierno andaluz, desde un compromiso político decidido, e insertada en un proceso de política agraria, industrial y de servicios avanzado, definido y planificado que conduzca a nuestra comunidad hacia un desarrollo económico sostenido y equilibrado, capaz de impulsar nuestras potencialidades endógenas.

Por tanto, el objeto del presente Plan es el incremento del grado de internacionalización de la economía y las empresas andaluzas, para contribuir al desarrollo económico de la región. Su visión es alcanzar en la comunidad un grado de globalización de la economía acorde a los países más avanzados, que le aporte riqueza y estabilidad.

Para ello, se concibe como una herramienta de gestión, cuya misión es:

- Gestionar, coordinar y ejecutar aquellos programas y servicios relacionados con la internacionalización del tejido empresarial andaluz, siendo el marco de referencia para todas las actuaciones que se desarrollen por las diferentes consejerías de la Junta de Andalucía, en el ámbito de sus competencias. Este Plan es, por tanto, el marco único e integrador de todas las políticas de internacionalización de la Junta de Andalucía.
- Unificar toda la información sobre la internacionalización de la economía en un documento único de partida y posteriores documentos de seguimiento, que faciliten la comunicación entre todos los agentes implicados.
- Continuar con la coordinación y favorecer el trabajo conjunto, a la vez que la participación social, la optimización de los recursos y la puesta en marcha de iniciativas novedosas. Asimismo, facilitar un seguimiento que permita evaluar los resultados periódicamente, al tener el Plan una marcada orientación a resultados, mediante una monitorización de las acciones emprendidas.

El desarrollo económico de la comunidad ha de ir acompañado necesariamente de un progreso social y cultural. En este proceso han de participar tanto las instituciones públicas y privadas, como las empresas, así como los trabajadores y trabajadoras y sus

representantes. Todos ellos, como protagonistas y partes beneficiadas al mismo tiempo. Por ello, cobran especial relevancia los valores sobre los que se sustenta:

- Transparencia, información, participación y evaluación de los resultados.
- Cercanía de la administración a la ciudadanía.
- Cooperación entre administraciones e instituciones.
- Desarrollo sostenible.
- Responsabilidad social empresarial.

2.2 ÁMBITO DE APLICACIÓN

El ámbito de aplicación es Andalucía y todos aquellos mercados en los que se presta soporte a las empresas a través de la Red Exterior de Oficinas y Antenas de Promoción de Negocios de EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

Se consideran destinatarios de este Plan:

- El tejido empresarial andaluz (empresas y asociaciones empresariales), ya que el Plan apuesta por la mejora y análisis continuado de sus necesidades a través de un contacto permanente con el mismo.
- La sociedad en su conjunto (trabajadoras y trabajadores, organizaciones sindicales, personas emprendedoras, universidad, ciudadanía, etc.), pues los frutos de su desarrollo deben desembocar en mayor apertura, dinamismo, generación de empleo de calidad, desarrollo cultural, etc.

2.3 METODOLOGÍA

El Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza Horizonte 2020 se estructura en torno a cuatro bloques esenciales, que se abordan de manera progresiva, según el orden que se muestra en el siguiente gráfico, careciendo de sentido unos sin otros.

Es un plan dinámico, pues establece, mediante su seguimiento y evaluación, un análisis circular recurrente que, partiendo de los resultados obtenidos mediante el programa operativo, dé lugar a un nuevo diagnóstico y éste a su vez a una revisión de objetivos y planteamiento de estrategias.

GRÁFICO 1: BLOQUES QUE ESTRUCTURAN EL PLAN



El tratamiento de cada uno de ellos se ha sustentado en una rigurosa metodología fundamentada en cuatro pilares de actuación:

- Obtención de toda la información necesaria y disponible.
- Análisis exhaustivo de los datos recabados que permitan contar con un profundo conocimiento del tema y la enunciación de conclusiones.
- Puesta en común de los resultados para su validación por todas las partes interesadas.
- Concreción en un documento definitivo.

Por ello, en todas y cada una de estas tareas han intervenido diferentes grupos de trabajo que, de una manera u otra, han participado en los diferentes apartados de la estructura del Plan:

- **EXTENDA:** como impulsora y coordinadora.
- **Comisión de Redacción del Plan:** permite obtener una visión única desde el lado de la Administración. Fomenta la colaboración y el aprovechamiento de sinergias.
- **Grupo de Expertos:** Cátedras EXTENDA de Internacionalización de las Universidades de Sevilla, Pablo de Olavide, Málaga, Jaén, Granada y Córdoba.

Para su aprobación, el documento ha de estar consensuado con los Agentes Económicos y Sociales, por ello, en paralelo se ha trabajado con la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), la Unión General de Trabajadores de Andalucía (UGT-A) y Comisiones Obreras de Andalucía (CCOO-A).

3. RESULTADOS PLAN 2010-2013

Desde 1999 se han desarrollado de manera consecutiva cuatro planes estratégicos con el objetivo de internacionalizar tanto la empresa como la economía andaluza. La concertación social ha sido esencial en el desenvolvimiento de los mismos, por el impulso aportado y el compromiso de todas las partes participantes.

Cada uno de estos planes se marcó un objetivo concreto hacia el que dirigirse, de manera que el primero de ellos se centró en los sectores productivos andaluces; el segundo de los planes centró el grueso de sus acciones en los mercados; el tercero en las empresas; y el cuarto plan se concibió como un documento integrador de todos los factores anteriores con el objetivo de dinamizar la economía andaluza en su conjunto.

Durante el periodo de vigencia de todos estos planes se ha avanzado en diferentes líneas en busca de la mejora continua:

- ✓ Conocimiento de los sectores exportables andaluces, los mercados prioritarios y el perfil de las empresas.
- ✓ Los ámbitos de actuación en los que proporcionar servicios de apoyo, sumando a la promoción, consultoría, información y formación otros como la financiación y los recursos humanos.
- ✓ Conocimiento del proceso de internacionalización, segmentando los servicios en función de las necesidades: evaluar, activar, crecer o consolidar.
- ✓ Evolución en el proceso planificador, de manera que se recoja en un único documento todas las actuaciones, programas y recursos de la Junta de Andalucía para la internacionalización de su economía.

La principal conclusión resultante, tras la ejecución del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza 2010-2013, es que, precisamente en un entorno económico desfavorable, se ha producido una expansión del comercio exterior andaluz sin precedentes en la historia reciente, que ha posibilitado amortiguar en cierta medida los efectos de la crisis, constatando que salir fuera, es decir, globalizar en mayor medida la economía, contribuye al crecimiento económico. El avance de las exportaciones ha supuesto:

- ✓ 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.
- ✓ 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.

- ✓ Un sector exterior con más peso en el comercio nacional y mundial. Andalucía consolida la tercera posición como comunidad exportadora alcanzada en 2010 y ha contribuido de manera decisiva a la evolución del sector exterior español.
- ✓ Una economía más competitiva, cuantitativa y cualitativamente. Si se eliminan las distorsiones que suponen 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.
- ✓ Un tejido empresarial con más empresas exportadoras, cuya cifra ha ido creciendo en los tres últimos años hasta las 18.550 empresas exportadoras en 2013.
- ✓ Un sector exterior que sostiene más empleo, gracias al empleo que las empresas ligan a su actividad en el exterior.

El principal reto que se plantea de cara al futuro es consolidar la orientación hacia el exterior lograda en los últimos años y hacerla crecer aún más, para acercarse a la media nacional y europea, incluso en un entorno de bonanza económica que reactive las oportunidades en el mercado nacional.

Para ello, y atendiendo a los objetivos generales marcados en el Acuerdo de Formulación del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza Horizonte 2020, se listan algunas recomendaciones oportunas:

1. Incremento del sector exterior en el PIB.

- Incrementar las exportaciones y su peso en el conjunto de la economía.
- Incrementar el número de empresas exportadoras.
- Contribuir a la promoción internacional de bienes y servicios andaluces.
- Vincular la estrategia internacional a todo proyecto empresarial.
- Incrementar las empresas andaluzas con inversión en el exterior.

2. Sostenibilidad y generación de empleo.

- Consolidar el empleo existente vinculado a las exportaciones.
- Incrementar el empleo vinculado a las exportaciones.
- Incrementar el empleo vinculado a las inversiones exteriores.
- Potenciar la formación en internacionalización.
- Incorporar especialistas en internacionalización en las empresas para fomentar la profesionalización.

3. Fortalecimiento del tejido empresarial andaluz.

- Consolidar un mayor número de empresas exportadoras como regulares.
- Diversificar las exportaciones en las provincias con mayor concentración sectorial.
- Avanzar aún más en la diversificación sectorial del sector exterior.
- Acometer un conocimiento más profundo de las exportaciones de servicios.

4. Diversificación geográfica de las exportaciones.

- Incrementar las exportaciones a todas las áreas geográficas, aprovechando las oportunidades de negocio que ofrezca cada una.
- Reducir la dependencia de las exportaciones andaluzas de los mercados europeos.
- Incrementar el peso de las inversiones exteriores (recibidas y emitidas) en el sector exterior andaluz.
- Facilitar el acceso de las empresas andaluzas a los mercados exteriores.
- Contar con un amplio conocimiento de los mercados prioritarios y captación de oportunidades.

5. Promover la innovación empresarial.

- Basar la competitividad de las exportaciones en la innovación.
- Incrementar las exportaciones de media/alta intensidad tecnológica.
- Orientar todas las actividades productivas en las diferentes provincias hacia la internacionalización.

6. Captación de inversión directa extranjera.

- Difusión de Andalucía y su atractivo como localización para inversión directa extranjera.
- Consolidar e incrementar el stock de inversión extranjera en Andalucía.
- Aumentar el número de empresas andaluzas con Inversión Directa Extranjera.

El Plan Estratégico recoge, por tanto, toda la experiencia anterior y el conocimiento que se ha generado y, como novedad, pone su principal foco en la repercusión que la internacionalización genera en la economía andaluza en su conjunto. Hasta el punto en el que pueda influir, tratará que el sector exterior adquiera un mayor peso en la economía andaluza, tanto en términos de aportación al crecimiento del PIB como en generación de empleo de calidad. Son dos grandes retos actuales y todos los planes deben contribuir de manera directa a resolverlos.

4. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR ANDALUZ

Partiendo de posiciones atrasadas, en las últimas décadas Andalucía ha desarrollado una economía cada vez más abierta al exterior, que respondió con fortalezas tanto en épocas de crecimiento como en situación de crisis. En los últimos años, Andalucía ha multiplicado las exportaciones a mayor ritmo que ninguna otra comunidad autónoma y ha avanzado muy por encima de la media de España en diversificación de productos y destinos, lo que le ha permitido consolidar liderazgos y avanzar en la internacionalización de sectores de alto valor, hasta hace poco desconocidos, que redundan en creación de empleo y riqueza. No obstante, la situación actual de la economía y las altas cifras de desempleo existentes en nuestra Comunidad hacen que debamos seguir apostando por ensanchar los márgenes de internacionalización de nuestra economía y ampliar tanto los sectores como los mercados.

Evolución de las exportaciones

Entre 1995, fecha anterior al inicio del I Plan, y 2010, año de inicio de IV Plan, las exportaciones de Andalucía crecieron un 445,2% nominal, más del doble de lo que lo hicieron en países tan significativos como Alemania (189,3%), Estados Unidos (212%) o Japón (157,2%).

Los productos andaluces llegaron cada vez a más países, pasando de 159 destinos en 1990 a 190 en 2010. Es decir, 31 países más. De estos 190 países, el saldo comercial de Andalucía resultaba superavitario con 118 de ellos, el 62,1% del total.

Un producto de gran significación para Andalucía como el aceite de oliva pasó de exportarse a 75 países en 1990 a hacerlo a 134 en 2010, es decir a 56 países más, iniciando liderazgos mundiales en nuevos mercados de gran potencial, como China y ganando cuota de mercado en grandes mercados tradicionales, como Europa o Estados Unidos.

A la vez, Andalucía se iniciaba a principios de siglo XXI en la internacionalización de nuevos sectores hasta pocos años antes casi desconocidos, como el aeronáutico, en el que ya en 2010 era segunda comunidad exportadora, con 920 millones de euros; el de las TICs, con 272 millones en 2010 o el de las energías renovables, en el que, tras años de gran actividad en un mercado nacional hoy deprimido, las empresas andaluzas supieron reaccionar y salir al exterior para ejecutar algunos de los proyectos más importantes del mundo.

Más cerca en el tiempo, el año 2014 registra la mayor cifra exportadora alcanzada por Andalucía en su historia. Entre 2009 y 2014, las exportaciones andaluzas han crecido un 83,1%, pasando de 14.477 millones de euros a 26.512 millones de euros. Un crecimiento

muy superior al de la media exportadora de España (50,1%) y el mayor de las siete comunidades autónomas más exportadoras.

En el periodo de aplicación del IV Plan y hasta 2014, Andalucía ha pasado del quinto al tercer lugar en el ranking de comunidades que más venden al exterior, y reduciendo sólo a 0,7 puntos la distancia que le separa de la segunda comunidad exportadora, la Comunidad de Madrid.

TABLA 1: COMERCIO EXTERIOR ANDALUZ

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	% 14 / 09
Exportaciones	14.477.561	18.772.152	22.961.436	25.239.832	26.124.613	26.512.248	83,1
Importaciones	18.073.077	23.266.990	29.375.998	31.536.796	30.625.796	30.827.327	70,6

Fuente: DATACOMEX (Elaboración Extenda)
Datos miles de €

Las importaciones de Andalucía aumentaron en 2014 sólo un 0,7% sobre 2013, hasta alcanzar los 30.827 millones de euros, por lo que la Comunidad presentó un saldo comercial negativo con el exterior de 4.315 millones, con una tasa de cobertura del 86%, 5,9 puntos superior a la de 2009.

TABLA 2: BALANZA Y SALDO COMERCIAL ANDALUCÍA

ANDALUCÍA	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Saldo balanza comercial	-3.595.516	-4.494.838	-6.414.562	-6.296.963	-4.501.183	-4.315.079
Tasa cobertura	80,11	80,68	78,16	80,03	85,30	86,00

Fuente: DATACOMEX, (Elaboración Extenda)
Datos en miles de €

Aun así, la realidad de la balanza comercial andaluza está y estará determinada siempre por las importaciones energéticas, que supusieron en 2014 el 60% del total de las compras de Andalucía en el exterior y representan un 33,4% del total de las compras energéticas del conjunto de España. Estas compras son las causantes, en gran medida, del saldo negativo de la balanza comercial, a pesar del esfuerzo realizado por la Administración andaluza en los últimos años para reducir la dependencia energética de Andalucía.

Por tanto, para poder analizar sin interferencias la competitividad hacia el exterior de la economía andaluza y de sus empresas se hace necesario analizar su balanza comercial no energética, excluyendo tanto las importaciones como las exportaciones de productos energéticos.

Excluyendo la energía, Andalucía presenta un claro superávit comercial, que en 2014 alcanzó los 9.833 millones de euros, con una tasa de cobertura del 179,7%.

TABLA 3: COMERCIO EXTERIOR ANDALUZ NO ENERGÉTICO

ANDALUCIA	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	12.826.397	16.455.230	19.186.373	20.171.441	21.908.990	22.171.058
Importaciones	9.214.930	11.371.115	12.417.156	12.069.044	11.541.099	12.337.437
Saldo balanza comercial	3.611.466	5.084.116	6.769.217	8.102.397	10.367.891	9.833.621
Tasa de cobertura	139,2%	144,7%	154,5%	167,1%	189,8%	179,7%
ESPAÑA	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	152.627.133	177.139.011	201.733.183	208.970.364	219.474.954	222.717.821
Importaciones	172.164.485	195.973.396	206.743.444	195.755.525	195.014.348	209.118.526

Saldo balanza comercial	-19.537.352	-18.834.385	-5.010.260	13.214.839	24.460.605	13.599.294
Tasa de cobertura	88,7%	90,4%	97,6%	106,8%	112,5%	106,5%

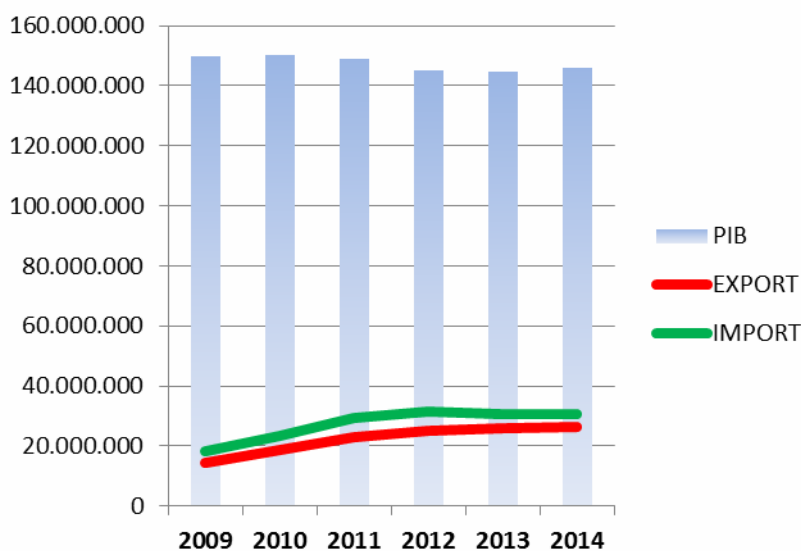
Fuente: DATACOMEX, IECA-Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (Elaboración Extenda)
 Datos en miles de €

En 2014 Andalucía significó el 72,3% del superávit de toda España, situado en 13.599 millones de euros.

La aportación del comercio exterior a la economía

Desde los inicios de la crisis, el sector exterior se ha convertido en uno de los principales pilares que sustentan la economía española. La contribución de Andalucía a ello, por medio de su crecimiento exportador, está siendo importante. El peso de las exportaciones en el PIB nacional creció un 53% entre 2009 y 2014. En Andalucía, las exportaciones han incrementado su peso en el PIB regional un 88%, pasando de significar el 9,7% en 2009 al 18,2% en 2014. Esta evolución supone aumentar 8 puntos de representatividad en el PIB, más de lo que en este periodo de crisis ha perdido un sector tan significativo como la construcción.

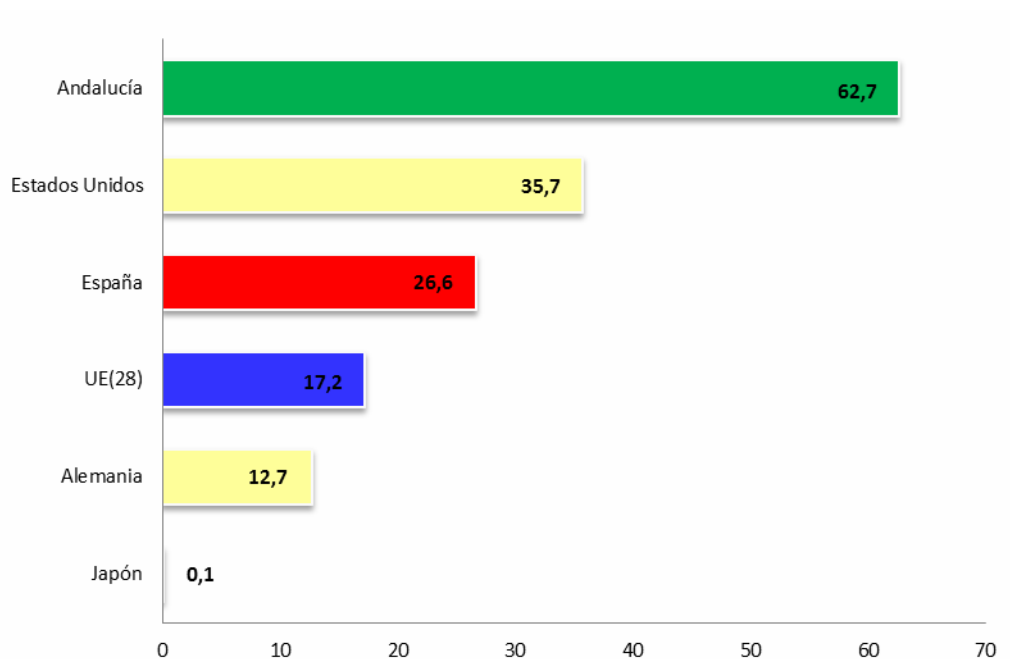
GRÁFICO 2: EVOLUCIÓN EXPORTACIONES, IMPORTACIONES Y PIB



Fuente: DATACOMEX e IECA-Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (Elaboración Extenda)

Hay que señalar que el gran crecimiento exportador de Andalucía ha contribuido en gran medida a que España sea uno de los países donde más han crecido las exportaciones entre 2007 y 2014. Por tanto, las exportaciones andaluzas no sólo están contribuyendo a la economía de la Comunidad, sino que su dinamismo desde 2007 está siendo muy importante para que el sector exterior sea el principal pilar sobre el que se sustenta la marcha de la economía española.

CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES INTERNACIONALES EN LA CRISIS. PERÍODO 2007-2013



Fuente: COMTRADE – DATACOMEX Estadísticas de la Unión Europea (Elaboración EXTENDA)

Tejido empresarial exportador

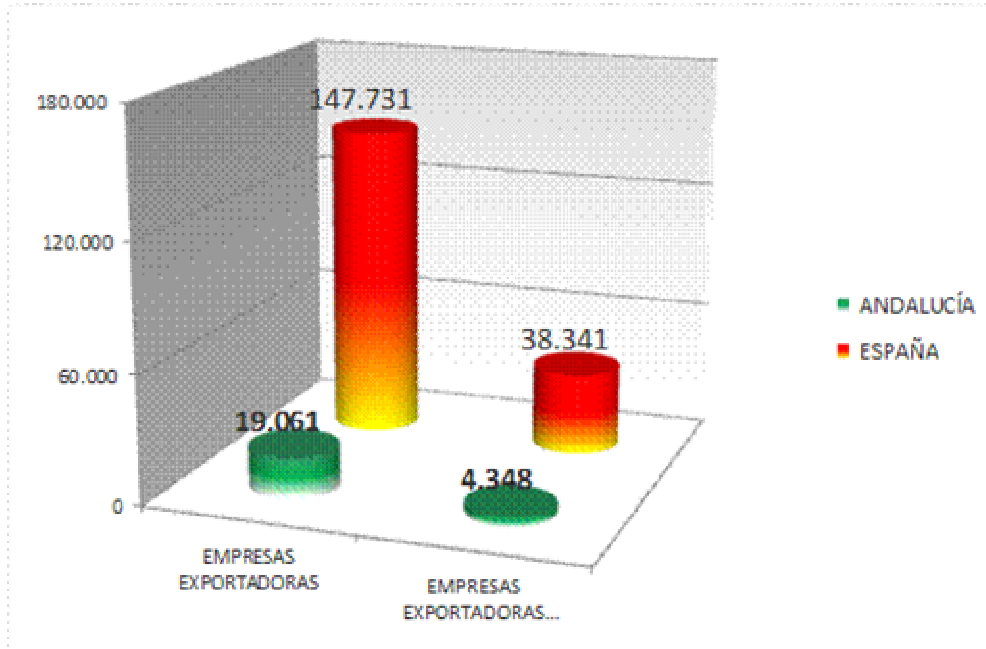
Según comparativa realizada con datos de empresas andaluzas¹, la conclusión más significativa es que en las empresas exportadoras el empleo medio es muy superior al de la empresa no exportadora, siendo de 41 puestos de trabajo por empresa para las primeras frente a 12 en las segundas.

La empresa exportadora genera más empleo y es, en general, más productiva que la no exportadora.

Por cuarto año consecutivo, en 2014 aumentó el número de empresas exportadoras andaluzas tras la caída experimentada entre 2009 y 2010. En 2014, el dato era de 19.061 empresas exportadoras, un 2,8% más que el año anterior y un 14,9% más que en 2009.

¹ Central de Balances 2012. Elaboración Extenda e IECA.

GRÁFICO 3: EMPRESAS EXPORTADORAS Y EXPORTADORAS REGULARES EN ESPAÑA Y ANDALUCÍA 2014



Fuente: ICEX-España Exportación e Inversiones (Elaboración EXTENDA)

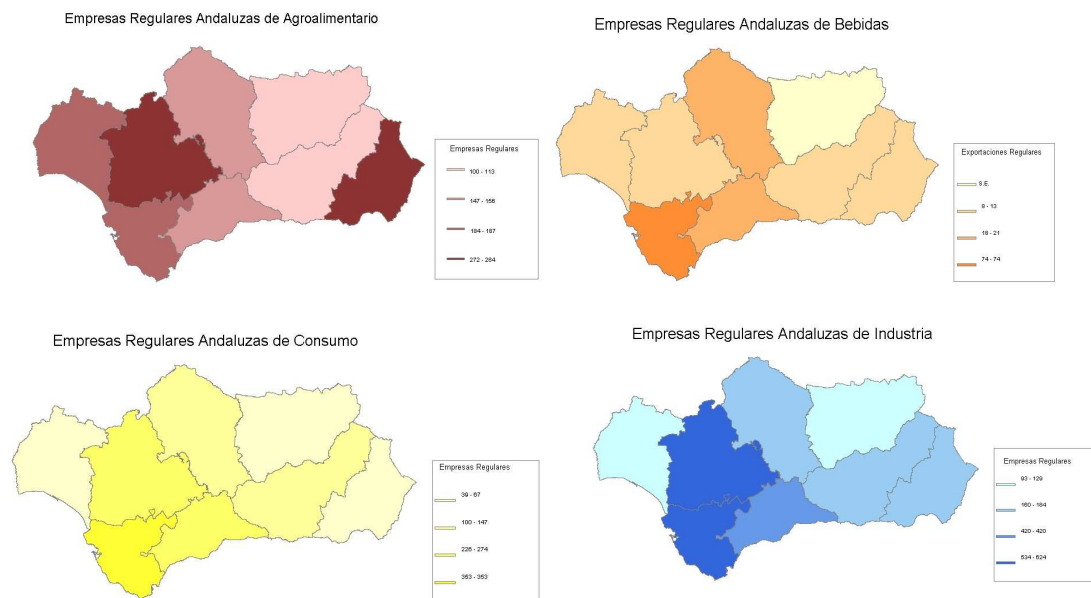
Con estos datos, Andalucía ocupa la cuarta posición a nivel nacional por número de empresas exportadoras, con un 12,9% sobre el total, por detrás de Cataluña (32,2%), Madrid (27,3%) y la Comunidad Valenciana (15,2%).

En relación con las empresas que exportan de manera regular, es decir, durante los últimos 4 años consecutivos, sus exportaciones representaron en 2014 el 86,6% sobre el total de las exportaciones andaluzas ese mismo año. En 2014 la cifra de empresas exportadoras regulares fue de 4.348. El balance del periodo 2009-2014 muestra un aumento del 9,2% en el número de empresas exportadoras regulares andaluzas y del 10,9% respecto al último año 2013.

La evolución de las exportaciones de estas empresas con mayor continuidad en la actividad exterior ha sido aún más positiva que la del resto de empresas exportadoras. Por lo que respecta a las empresas exportadoras regulares, Andalucía ocupa, asimismo, la cuarta posición, con un 9,5% sobre el total de las empresas exportadoras regulares españolas, por detrás de Cataluña (34,8%), Madrid (19,8%) y Comunidad Valenciana (14,8%).

Atendiendo a los sectores de actividad, un 51,8% de las empresas exportadoras regulares exportan productos del sector industrial, un 31,5% del agroalimentario, un 28,8% del sector consumo y un 3,5% del de bebidas.

GRÁFICO 4: CONCENTRACIÓN PROVINCIAL DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS REGULARES ANDALUZAS



Fuente: ICEX-España Exportación e Inversiones (Elaboración EXTENDA)

Dentro del agroalimentario, el sector de los productos hortofrutícolas es el que mayor número de empresas exportadoras regulares concentra, seguido del sector de las grasas y aceites. En el de bienes de consumo, el subsector de hábitat concentra un mayor número de empresas exportadoras regulares, y en el sector industrial, las empresas regulares se concentran sobre todo en el subsector de las materias primas, semimanufacturas y productos intermedios.

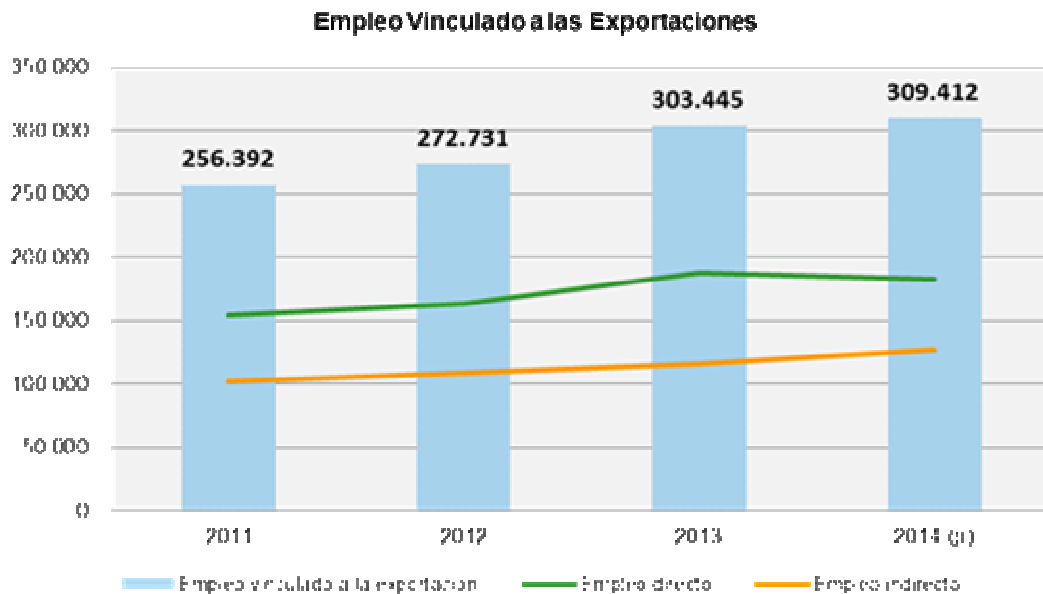
El empleo del sector exterior

Se constata numéricamente que el comercio exterior contribuye a la sostenibilidad del empleo y que es una palanca segura para la creación de puestos de trabajo. En 2014 hay 125.051 empleos más vinculados a la exportación que en 2009, lo que significa un crecimiento del 67,8%.

En 2014, se estima en 309.412² los empleos vinculados a la exportación en Andalucía, de los que 182.731 son directos y 126.681 indirectos, lo que significa un 2% más que en 2013.

² Calculado con Base 2010

GRÁFICO 5: EMPLEO VINCULADO A LAS EXPORTACIONES



Fuente: EXTENDA (base 2010)
 Datos en miles de €
 (p) Datos provisionales

Adicionalmente, y considerando la parte proporcional del empleo vinculado a las empresas andaluzas que tienen inversiones en el extranjero o que hayan recibido inversión de una empresa extranjera, hay 96.552 puestos de trabajo en 2013 vinculados al sector exterior.

TABLA 4: EVOLUCIÓN DEL EMPLEO VINCULADO A LA INVERSIÓN ANDALUZA NO ETVE EN EXTRANJERO 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Δ 2013/2008
Empleo vinculado a la inversión andaluza	11.856	18.211	18.002	16.625	22.281	16.913	42,7%

Fuente: DATAINVEX (Elaboración EXTENDA)

En concreto, la evolución de la cifra de empleo vinculado a las empresas con inversiones en el extranjero ha avanzado de una manera muy positiva en los años de crisis, con un incremento del 42,7% entre los años 2008 y 2013, último año con datos disponibles.

El destino de las exportaciones

Entre 2009 y 2014, Andalucía ha incrementado sus ventas un 65% a la UE, casi el doble que España. Aun así, Andalucía ha reducido 5,9 puntos su dependencia de los mercados comunitarios, pasando de 59,9% al 54% en cinco años, y tiene 8,2 puntos porcentuales menos de dependencia de la Unión Europea que la media de España.

Analizando el resto de mercados continentales, Andalucía ha incrementado en un 80,3% las exportaciones a América y ha duplicado las exportaciones a África (104,1%), con un crecimiento superior a España (75,2%), suponiendo este continente ya el 8,8% de las exportaciones andaluzas, y sólo el 6,8% de España. También Andalucía ha exportado más del doble a Asia (162,6%), un crecimiento que es 60,5 puntos superior al de la media de España, suponiendo ya el 10,2% de las exportaciones andaluzas. Las exportaciones hacia Oceanía aumentaron un 79,3%, aunque suponen sólo el 0,6% de las andaluzas.

TABLA 5: EXPORTACIONES ANDALUZAS POR ÁREAS GEOGRÁFICAS

AREAS GEOGRÁFICAS	2009	% 2009	2014	% 2014	% Δ 14 / 09
EUROPA	9.668.554	66,8	16.408.510	61,9	69,7
Unión Europea	8.669.266	59,9	14.305.885	54,0	65,0
Otros países europeos	999.289	6,9	2.102.625	7,9	110,4
ÁFRICA	1.137.294	7,9	2.321.275	8,8	104,1
África del Norte	911.754	6,3	1.837.746	6,9	101,6
Otros países africanos	225.540	1,6	483.529	1,8	114,4
AMÉRICA	1.741.881	12,0	3.139.863	11,8	80,3
América del Norte	699.948	4,8	1.909.260	7,2	172,8
América Central y Caribe	654.294	4,5	339.530	1,3	-48,1
América del Sur	387.639	2,7	891.073	3,4	129,9
ASIA	1.030.102	7,1	2.705.434	10,2	162,6
Oriente Próximo y Península Arábiga	219.293	1,5	823.811	3,1	275,7
Otros países asiáticos	810.809	5,6	1.881.623	7,1	132,1
OCEANÍA Y REGIONES POLARES	94.760	0,7	169.895	0,6	79,3
Australia y Nueva Zelanda	92.627	0,6	167.826	0,6	81,2
Otros países de Oceanía y regiones polares	2.132	0,0	2.069	0,0	-3,0
PAÍSES NO ESPECIFICADOS Y PAÍSES NO DET.	804.970	5,6	1.767.272	6,7	119,5
Países no especificados intra	340.142	2,3	609.485	2,3	79,2
Países no especificados extra	464.828	3,2	1.157.787	4,4	149,1
TOTAL	14.477.561	100,0	26.512.248	100,0	83,1

Fuente: DATACOMEX (Elaboración EXTENDA)

Por último, Andalucía ha duplicado las exportaciones al resto del mundo (119,5%) y suponen el 6,7% del total.

Los sectores exportadores

La economía y las empresas andaluzas crecen hacia el exterior con un doble binomio: en mercados maduros, donde con los productos tradicionales ostentan posiciones de liderazgo y crecer resulta más difícil, avanza con nuevos sectores tecnológicos; y en mercados nuevos o de gran potencial, entra con fuerza a través del liderazgo reconocido de los productos tradicionales, que abren camino a los tecnológicos.

El capítulo Agroalimentarios y Bebidas acaparó en 2014 el 30,3% de las exportaciones andaluzas, con 8.039 millones de euros, que aportan 5.306 millones de saldo positivo a la

balanza comercial. Fueron 3.428 las empresas exportadoras, de las que 1.477 son exportadoras regulares. Estas cifras suponen 2.838 millones de euros más en ventas al exterior (+51,8%) de las que realizó en 2009 y 902 empresas exportadoras más (+35,7%).

TABLA 6: EXPORTACIONES ANDALUZAS

	2009	% 2009	2014	% 2014	% 14/09
Productos alimenticios y animales vivos	3.942.082	27,2	5.570.390	21,0	41,3
Bebidas y tabacos	264.812	1,8	307.913	1,2	16,3
Materiales crudos no comestibles, excepto los combustibles	769.527	5,3	1.933.438	7,3	151,3
Combustibles y lubricantes minerales y productos conexos	1.651.164	11,4	4.341.190	16,4	162,9
Aceites, grasas y ceras de origen animal y vegetal	1.132.554	7,8	2.269.210	8,6	100,4
Productos químicos y productos conexos, n.e.p.	936.540	6,5	1.331.900	5,0	42,2
Artículos manufacturados, clasificados según el material	2.035.645	14,1	3.618.372	13,6	77,8
Maquinaria y equipo de transporte	2.032.806	14,0	3.382.533	12,8	66,4
Artículos manufacturados diversos	520.779	3,6	809.887	3,1	55,5
Mercancías y operaciones no clasificadas	1.191.653	8,2	2.947.414	11,1	147,3
TOTAL	14.477.561	100,0	26.512.248	100,0	83,1

Secciones Clasificación Uniforme de Comercio Internacional

Fuente: Agencia Tributaria (Elaboración EXTENDA)

Datos en miles de €

En 2014, el complejo agroalimentario andaluz exportó un 9,2% más que en 2013, hasta alcanzar el 21,9% del total de España. Ocupa el primer lugar en el ranking español en ventas al exterior del capítulo agroalimentario y bebidas español, por encima de Cataluña.

Andalucía es la principal proveedora mundial de productos agroalimentarios a la Unión Europea. A nivel nacional, es líder en exportaciones agroalimentarias a mercados con enorme potencial.

En Estados Unidos, Andalucía lleva más de 10 años como Comunidad líder en ventas, con más de una tercera parte (38,5%) de todas las exportaciones nacionales en 2014, 498 millones de euros. En China, Andalucía ha triplicado las ventas desde 2009 (+211,8%), con 98 millones en 2014 y casi una cuarta parte (21,6%) de las ventas de España, vendiendo por sí sola como región 74 millones de euros en 2014, más del triple de aceite de oliva que toda Italia como país (22 millones de €).

Este crecimiento y liderazgo del sector agroalimentario andaluz es complementado por nuevos y complejos sectores de actividad en los últimos años, hasta el punto de que las exportaciones de media-alta y alta intensidad tecnológica se han incrementado en un 59,4% en el periodo 2009-2014. Ámbitos como la construcción aeronáutica andaluza han triplicado su factura exterior en la última década, alcanzando en 2014 los 1.319 millones de euros, siendo Francia, Alemania y Estados Unidos sus principales mercados.

TABLA 7: EXPORTACIONES ANDALUZAS DE PRODUCTOS DE MEDIA-ALTA Y ALTA INTENSIDAD TECNOLÓGICA, POR SECTORES

	2009	2014	% sobre total 2014	% 14/ 09
1 Sectores manufactureros de tecnología alta	1.130.577	1.785.369	36,8	57,9
Fabricación de productos farmacéuticos	38.098	63.278	1,3	66,1
Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	287.412	403.597	8,3	40,4
Construcción aeronáutica y espacial y su maquinaria	805.067	1.318.494	27,2	63,8
2 Sectores manufactureros de tecnología media-alta	1.909.112	3.062.134	63,2	60,4
Industria química	927.717	1.228.025	25,3	32,4
Fabricación de armas y municiones	3.615	2.022	0,0	-44,1
Fabricación de material y equipo eléctrico; Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.; Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques	959.255	1.811.698	37,4	88,9
Fabricación de otro material de transporte excepto: construcción naval; construcción aeronáutica y espacial y su maquinaria	11.963	5.961	0,1	-50,2
Fabricación de instrumentos y suministros médicos y odontológicos	6.562	14.428	0,3	119,9
3 Servicios de alta tecnología o de punta	1.099	600	0,0	-45,4
Actividades cinematográficas, de video y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical; Actividades de programación y emisión de radio y televisión; Telecomunicaciones; Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática; Servicios de información.	1.099	600	0,0	-45,4
Investigación y desarrollo	-	-	-	-
TOTAL ALTA INTENSIDAD TECNOLÓGICA	3.040.788	4.848.103	100,0	59,4

Fuente: Agencia Tributaria (Elaboración EXTENDA)
 Datos en miles de €

En definitiva, la economía andaluza ha diversificado los productos que exporta y ha entrado con fuerza en la internacionalización de productos de tecnología avanzada, fruto de la apuesta por la investigación, el desarrollo y la innovación, al mismo tiempo que ha incrementado su liderazgo internacional en sectores tradicionales.

Las exportaciones por provincias

Todas las provincias andaluzas aumentaron de manera considerable sus exportaciones en el periodo 2009-2014, destacando Huelva con un 175,7% y Cádiz con un 79%. Cádiz, Huelva y Sevilla acapararon el 69,2% de las exportaciones andaluzas, siendo Huelva la que mayor peso ganó en el periodo.

La provincia con una estructura exportadora sectorial más diversificada es Málaga pues sus productos exportados al exterior son en un 47,7% productos agroalimentarios; en un 34,6% materias primas, productos industriales y bienes de equipo; en un 16,4% bienes de consumo y en un 1,4% bebidas.

TABLA 8: ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES POR PROVINCIAS

2014	AGRO	%	BEBIDAS	%	B.CONSUMO	%	MMPP,	%	TOTAL	%
							PROD INDUST			
Almería	2.130.437	79	5.852	0	62.967	2	491.305	18	2.690.560	100
Cádiz	428.399	6	200.074	3	172.791	2	6.644.231	89	7.445.495	100
Córdoba	887.511	45	22.331	1	153.980	8	909.354	46	1.973.176	100
Granada	558.775	61	8.705	1	41.631	5	307.345	34	916.456	100
Huelva	880.088	15	1.785	0	22.940	0	5.118.824	85	6.023.637	100
Jaén	327.242	34	355	0	27.721	3	612.896	63	968.214	100
Málaga	774.966	48	21.995	1	267.244	16	561.867	35	1.626.072	100
Sevilla	2.051.865	42	11.995	0	365.818	8	2.438.959	50	4.868.637	100

Fuente: ESTACOM (Elaboración EXTENDA)
 Datos en miles de €

Las menos diversificadas son Cádiz, Huelva y Almería, cuyas exportaciones dependen en un altísimo porcentaje de productos industriales en el caso de las dos primeras y de productos agroalimentarios en el caso de Almería.

5. JUSTIFICACIÓN DE LA ESTRATEGIA

De la caracterización del sector exterior andaluz y del proceso de internacionalización de la economía andaluza, analizado en el capítulo anterior, podemos afirmar de una forma sintética que:

- Andalucía utiliza un modelo de apoyo a la internacionalización eficaz y en evolución.
- El sector exterior andaluz ha respondido tanto en épocas de crecimiento como en situación de crisis. Andalucía ha duplicado las exportaciones en los últimos cinco años, presentando el mejor comportamiento exportador de las comunidades autónomas con mayor peso en este ámbito.
- Es una realidad que está influyendo decisivamente en la economía andaluza y española. Por tanto, Andalucía está aportando en positivo a la recuperación económica de España.
- Es una realidad que beneficia al crecimiento de las empresas y al empleo.

- Es una realidad que contribuye decisivamente a la balanza comercial española y demuestra la competitividad de la economía y las empresas andaluzas en el exterior.
- Es una realidad que no es sólo un crecimiento cuantitativo, sino también cualitativo: Andalucía ha crecido más porque ha diversificado más los destinos de sus exportaciones, reduciendo más su dependencia de la UE y duplicando las ventas a países de Asia y África.
- El sector exterior andaluz es sólido, porque a la diversificación de destinos le acompañan importantes avances en diversificación de productos.

Aun con estos resultados, el sector exterior presenta debilidades que es necesario superar y retos y oportunidades de crecimiento que es necesario potenciar, con el objetivo general de incrementar la actividad del sector exterior en la economía andaluza y alcanzar un nivel similar al europeo, donde el peso de las exportaciones sobre el PIB se eleva hasta el 35,5%, muy por encima de la media española y andaluza que se sitúan en el 22,9% y el 18,3%, respectivamente, en 2013. Este objetivo contribuirá, además, a la creación de un modelo económico sostenible, de más empleo y mayor calidad, para lo cual la estrategia para seguir profundizando en la internacionalización de la economía andaluza para el periodo 2015-2020 debe orientarse a:

- **Consolidar un modelo de apoyo a la internacionalización** eficaz y en evolución, basado en la integración en un único instrumento de planificación estratégica de la actividad de la Junta de Andalucía en política de internacionalización.

El Plan de Internacionalización de la Economía Andaluza Horizonte 2020 recoge la experiencia y el conocimiento de los planes anteriores, que vienen desarrollando desde 1999 un modelo de fomento y apoyo al sector exterior, que ha sabido responder y adelantarse a las necesidades de las empresas andaluzas, unas de las protagonistas del Plan.

Un modelo que integra en un único instrumento de planificación estratégica todas las políticas, estrategias, programas y acciones de la Junta de Andalucía para el impulso de la consolidación y expansión internacional de las empresas y que ha dotado a la economía andaluza y a sus empresas de indudables fortalezas hacia el exterior. Un modelo que es necesario potenciar y volver a impulsar, adaptándolo a las nuevas necesidades y demandas de las empresas y los mercados.

- **Incrementar la actividad exportadora en la economía andaluza**

En los años 2010 y 2011 el sector exterior español, y en menor medida también el andaluz, reflejaron la crisis económica en el descenso de su factura exportadora, afectando de manera negativa al PIB (en 2010 -0,6, en 2011, -1,28). Entre 2012 y 2013, el sector exterior se convierte en motor de la economía regional, con

aportaciones positivas al PIB de 0,08 y 1,24 puntos porcentuales, respectivamente. En 2014 desciende escasamente en un -0,05.

El crecimiento de las exportaciones andaluzas sitúa el peso de las mismas en 2014 en el 18,2% de su PIB, un 88% más que en 2009, muy superior al crecimiento que ha alcanzado España en su conjunto. Incremento que se da también de forma considerable en todas las provincias andaluzas.

El diferencial con la media española y europea se ha reducido en estos últimos cuatro años, situándose en 2014 en el 22,7% y el 33,8%, respectivamente. Todo ello, a pesar de que el precio de las importaciones energéticas termine influyendo también en esta medida.

- **Incrementar la base exportadora:** más empresas exportando y más exportadoras regulares, para generar más empleo y de mejor calidad.

En total, en 2014 fueron 19.061 empresas las que exportaron en Andalucía, de las que 4.348 eran exportadoras regulares, un 2,8% y un 10,9% más, respectivamente, sobre el año anterior.

Desde 2014, además, son más las empresas exportadoras regulares que reinician la actividad exportadora que las que dejan de exportar (480 que dejaron de exportar frente a 908 que reiniciaron).

Las cifras demuestran que la empresa exportadora es más rentable que la no exportadora, por tanto, contribuyen en mayor medida que las no exportadoras a la creación de un modelo económico de mayor sostenibilidad para un territorio.

El perfil del tejido empresarial andaluz, compuesto en un 96% por microempresas, dificulta su internacionalización. Aun así, hay un número considerable que está en condiciones de iniciarse hacia la exportación, y también un importante número que ya realiza operaciones de exportación, pero necesita consolidarse como exportadoras regulares. Por ello, uno de los retos es fomentar la cooperación entre microempresas, para que juntas puedan exportar sus productos. De ahí que uno de los objetivos sea favorecer estas estrategias de cooperación empresarial.

- **Diversificación de la oferta exportable andaluza**

Andalucía ha mantenido su hegemonía en el sector agroalimentario, al tiempo que ha aumentado la importancia relativa en exportaciones de productos energéticos (combustibles y aceites minerales). Ambos aspectos están relacionados con el importante peso que las industrias agroalimentarias y de refino de petróleo tienen en la estructura productiva de la economía andaluza.

Un reciente estudio³ revela que sólo un 29% de las empresas exportadoras andaluzas realizaría actividades de servicios, una significación muy por debajo de la que este sector tiene en la economía andaluza, a la que aporta cerca del 65% del PIB. De los servicios que Andalucía exporta al exterior, sólo un 36% de las empresas corresponde a servicios intensivos en conocimiento (investigación y desarrollo, información y comunicación, gestión de recursos humanos, contabilidad y marketing, entre otros) y, de la misma manera, sólo el 25% de la facturación exterior de servicios correspondería a servicios intensivos en conocimiento, como arquitectura e ingeniería.

Asimismo, aunque las exportaciones de Tecnología Avanzada han crecido un 59,4% entre 2009 y 2014, suponiendo ya el 18,3% del total de las exportaciones andaluzas, éstas siguen significando sólo el 4,4% del total de exportaciones españolas (por detrás de Cataluña con el 30,4% y Madrid con el 15,5%), lejos de su peso en el conjunto de España y Europa.

En definitiva, se puede decir que la economía andaluza ha diversificado los productos que exporta, y ha entrado con fuerza en la internacionalización de productos de Tecnología Avanzada, fruto de la apuesta por la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i), al mismo tiempo que ha incrementado su liderazgo en sectores tradicionales.

- **Generación de empleo** de mayor calidad, impulsando la cualificación de recursos humanos especializados.

La contribución de la internacionalización al mantenimiento y generación de nuevos puestos de trabajo directos e indirectos es importante, máxime en estos momentos de crisis en los que se mantienen unas elevadas tasas de desempleo.

Asimismo, en el éxito de un proyecto empresarial internacional tiene un gran peso la cualificación y el dominio de las habilidades propias del negocio internacional, por lo que es de gran valor y se debe considerar imprescindible contar con personal cualificado.

Por otro lado, el 96 % de las empresas andaluzas tiene menos de 10 personas empleadas, lo que supone un reto para la exportación de las pequeñas empresas, y un bajo porcentaje de ellas cuenta con un departamento de exportación propiamente dicho. En estos casos, es importante analizar sus potencialidades y sumar sus sinergias para fomentar, con la responsabilidad social de estas empresas como tarjeta de presentación, sus procesos de internacionalización.

³ Muñoz-Guarasa, M., Molero Zayas, J., Moral Pajares, E., Bernal Jurado, E. y García Sánchez, A. (2013): "La internacionalización de las empresas de servicios, innovación y competitividad", Junta de Andalucía.

Por último, los sectores industriales y agrarios son ámbitos tradicionalmente masculinizados, donde la presencia de hombres triplica a la de mujeres, como muestra habitualmente la Encuesta de Población Activa. Es proporcional, por tanto, que las tareas de internacionalización de dichas empresas estén también mayoritariamente encomendadas a hombres. Así, la Estadística del Sector Exportador de Andalucía demuestra que un 81% de los responsables de exportación son hombres, frente a un 17% de mujeres⁴. Por ello, es importante integrar la perspectiva de género en este Plan de Internacionalización estableciendo, tanto medidas tendentes a eliminar la segregación horizontal, como contribuir a la implantación de medidas que eliminen la segregación vertical.

- **Mayor diversificación y acceso a nuevos mercados**

Las cifras de diversificación de mercados de las exportaciones andaluzas no dejan lugar a dudas. Andalucía ha incrementado un 65% las exportaciones a la UE entre 2009 y 2014; pese a ello, ha reducido 5,9 puntos la dependencia de los mercados comunitarios, destino del 54% de sus exportaciones, frente al 62,2% de España. Además, ha duplicado sus ventas a Asia y África, con incrementos muy por encima de la media nacional.

La estrategia para seguir profundizando en la internacionalización de la economía andaluza debe orientarse, de un lado, hacia la consolidación de los mercados maduros y, de otro, a la ampliación de cuotas en los mercados con potencial de crecimiento, en su mayoría emergentes, poniendo mayor énfasis en los que presentarán mayores tasas de crecimiento económico en los próximos años.

Diferenciando entre economías avanzadas y economías emergentes y en desarrollo, los mercados maduros para las exportaciones andaluzas serían actualmente las economías avanzadas de Europa y las economías emergentes de Europa Central y Oriental, Oriente Medio y Norte de África.

	Peso en el PIB mundial % Año 2012	Peso en las exportaciones andaluzas % Año 2012	Mercados (*)	Crecimiento económico anual previsto 2013-2018
Economías avanzadas	50,4	58,3	Maduro	2,2
Estados Unidos	19,5	6,9	Con potencial de crecimiento	2,9
Unión Europea	19,4	51,5	Maduro	1,4
Zona Euro	13,5	40,1	Maduro	1,1
Alemania	3,8	7,8	Maduro	1,2
Francia	2,7	9,3	Maduro	1,3
Italia	2,2	7,6	Maduro	0,7
Japón	5,5	1,5	Con potencial de crecimiento	1,3
Reino Unido	2,8	4,7	Maduro	1,9

⁴ Estadística del Sector Exportador de Andalucía 2012 de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

Canadá	1,8	0,6	Con potencial de crecimiento	2,2
Economías emergentes y en desarrollo	49,6	29,8	Con potencial de crecimiento	5,2
Europa Central y Oriental	3,4	7,7	Maduro	3,2
Comunidad de Estados Independientes	4,2	0,9	Con potencial de crecimiento	3,4
Rusia	3	0,6	Con potencial de crecimiento	3,1
Asia en desarrollo	25	3,2	Con potencial de crecimiento	6,6
China	14,7	1,8	Con potencial de crecimiento	7,1
India	5,7	0,3	Con potencial de crecimiento	5,8
ASEAN-5 ⁽¹⁾	3,7	1	Con potencial de crecimiento	5,4
Latinoamérica y Caribe	8,7	5,8	Con potencial de crecimiento	3,4
Brasil	2,8	1,2	Con potencial de crecimiento	3,1
México	2,2	1,1	Con potencial de crecimiento	3,2
Oriente Medio, Norte de África Afganistán y Pakistán	5,8	10,3	Maduro	3,8
África Subsahariana	2,5	1,9	Con potencial de crecimiento	5,6
Resto ⁽²⁾	0	11,9		
MUNDO	100	100		3,8
Pro-memoria:				
EAGLES y NIDO ⁽³⁾	42,5	13,7	Con potencial de crecimiento	5,3

Notas: (*) Se ha considerado mercado maduro aquel cuyo peso en las exportaciones andaluzas es igual o superior a su peso en el PIB mundial.

(1) Asociación de Naciones del Sudeste Asiático: Filipinas, Indonesia, Malasia, Tailandia y Vietnam.

(2) Recoge fundamentalmente avituallamiento y territorios no determinados, y Gibraltar.

(3) Según el Servicio de Estudios del BBVA en 2013 se consideran EAGLES (Economías emergentes que Lideran en crecimiento global): China, India, Indonesia, Corea, Taiwán, Brasil, Rusia, México y Turquía; y NIDO o potenciales EAGLES: Egipto, Nigeria, Tailandia, Colombia, Vietnam, Malasia, Polonia, Bangladesh, Sudáfrica, Filipinas, Perú, Argentina, Pakistán y Chile.

Fuente: Fondo Monetario Internacional (octubre 2013); Ministerio de Economía y Competitividad.

Elaboración: Secretaría General de Economía. Junta de Andalucía.

El resto de mercados presentan potencial de crecimiento: en las economías avanzadas destacan Estados Unidos, Japón y Canadá; en las emergentes, la Comunidad de Estados Independientes (Rusia, Kazajistán, Ucrania,...), Asia en desarrollo, Latinoamérica, Caribe y África Subsahariana.

En estos mercados con potencialidad de crecimiento cobran especial interés las economías asiáticas en desarrollo y África Subsahariana, ya que presentan previsiones de crecimiento para los próximos cinco años muy superiores al crecimiento medio anual previsto a nivel mundial. En particular, sobresalen los EAGLES (economías emergentes que lideran el crecimiento mundial), y NIDOS (potenciales candidatos a entrar en la categoría anterior). Estas economías aglutinan, en conjunto, el 42,5% del PIB mundial, teniendo un peso en las exportaciones de Andalucía muy inferior (13,7%), y una previsión de crecimiento en los próximos años muy por encima del crecimiento mundial (5,3% y 3,8%, respectivamente, según el Fondo Monetario Internacional, entre 2013 y 2018).

La Junta de Andalucía desarrolla su estrategia de apoyo al exterior a las empresas andaluzas a través de la Red Exterior de Oficinas y Antenas de Promoción de Negocios de EXTENDA. Consecuentemente, este apoyo seguirá siendo importante en mercados como Japón, China y Estados Unidos, que se encuentran en la cima de la pirámide de interés, no sólo para la economía andaluza, sino para cualquier país del mundo. La potencia de sus economías y las expectativas de desarrollo son un atractivo irrefutable. Todos cuentan para Andalucía con un potencial de crecimiento importante. Especialmente, hay que destacar el mercado de Estados Unidos, con en el que está prevista la firma de un tratado de libre comercio con

la Unión Europea (Acuerdo de Asociación Transatlántica para el Comercio y la Inversión). De hacerse realidad, traerá grandes ventajas para el comercio exterior andaluz, por la supresión de aranceles, aunque también grandes riesgos, por la competitividad de los productos de aquel mercado y la necesidad de adaptación de las empresas a nuevos marcos regulatorios.

Francia, Alemania, Portugal, Reino Unido y Bélgica son ya mercados maduros para Andalucía, en lo que respecta a la comercialización de sus productos y servicios. Son destinos comerciales estratégicos y un importante número de empresas andaluzas realizan negocios en los mismos, por lo que continuarán siendo de interés.

Se agrupan India, Brasil, Marruecos y Rusia como un tercer bloque de mercados objetivo que se caracteriza por la importancia de sus economías, cercano en PIB al grupo anterior, pero con insuficiente aprovechamiento comercial por parte de las empresas andaluzas, necesario de potenciar.

Por su parte, mercados como México, Polonia, Turquía y Argelia, aunque no tan potentes en la economía mundial, sí cuentan con una presencia comercial de productos andaluces más desarrollada.

Otros mercados de interés con vistas a la Red Exterior son países en los que es preciso incrementar la relación comercial con Andalucía como vía para potenciar la diversificación geográfica de las exportaciones:

- En Europa, los mercados de República Checa y Hungría siguen siendo una oportunidad para los productos y servicios andaluces, pues son mercados menos maduros que el resto de los países europeos ya mencionados y permitirían incrementar las ventas andaluzas en Europa.
- En América destacarían Panamá, Chile, Colombia, Perú y Ecuador, mercados influyentes en sus áreas geográficas y para los que la demanda de apoyo por parte de las empresas andaluzas es especialmente acentuada.
- La apuesta por África se concentra también en Sudáfrica, donde las exportaciones andaluzas han experimentado un importante crecimiento en los últimos años, aunque se partía de un nivel bajo.
- En Asia se abordan mercados muy dispares por sus características y situación económica, así como por su ubicación geográfica: Emiratos Árabes Unidos, Vietnam, Corea y Uzbekistán.
- **Incremento de la inversión directa extranjera (IDE) en Andalucía**

La intensa crisis económica vivida en los últimos años, con una falta de confianza de los mercados hacia España, y por tanto hacia Andalucía, no ha contribuido a

favorecer la atracción de inversiones a nuestro territorio ni a favorecer las inversiones de empresas andaluzas en el exterior.

Con 264 millones de euros de IDE en 2014, Andalucía ocupa la sexta posición de España, a gran distancia de las comunidades de Madrid y Cataluña, que acaparan la mitad de la IDE nacional, y por detrás de País Vasco, Comunidad Valenciana y Principado de Asturias. La gran oscilación de las cifras anuales de IDE deja ver que ésta depende en demasía de unos pocos proyectos concretos.

- **Incremento de la inversión andaluza en el exterior**

Las cifras de inversión andaluza en el exterior son dispares en el tiempo. En el periodo 2009-2014 han dependido excesivamente de proyectos concretos de pocas empresas, sin que se aprecie una dinámica regular de las compañías andaluzas por consolidar su apuesta internacional, y con ella su solidez, a través de inversiones.

Aunque la realidad del tejido productivo andaluz puede condicionar grandes crecimientos y estabilidad en esta parcela, lo cierto es que en 2013 unos 117.370 empleos se calculan relacionados con aquellas empresas que bien reciben inversión extranjera, bien invierten en otros mercados.

- **Más información y conocimiento del sector exterior como instrumentos de fomento de la cultura de la internacionalización**

La salida al exterior de las empresas tiene que ser de manera planificada, por lo que la información y el conocimiento de la realidad del sector exterior son de vital importancia para que las empresas puedan diseñar sus estrategias de internacionalización.

Asimismo, se hace imprescindible facilitar y acercar a las empresas usuarias el acceso a la información y al conocimiento potenciando las nuevas tecnologías, tanto en los servicios como en la gestión de los procedimientos, a través de entornos digitales, redes sociales, etc.

Son diferentes las instituciones que prestan apoyo y trabajan en el ámbito de la internacionalización, por lo que se hace imprescindible el fomento de la colaboración institucional, tanto a nivel regional como nacional, para la coordinación de los esfuerzos y recursos, así como el aprovechamiento de todas las sinergias disponibles a favor de las empresas andaluzas.

Cada vez se hace más necesaria la transparencia en la gestión, al objeto de informar a la ciudadanía sobre los recursos comprometidos y la eficacia de los mismos, así como la consecución de las metas u objetivos marcados, por lo que se considera imprescindible impulsar la elaboración de herramientas que nos permitan la evaluación de las políticas públicas de internacionalización.

5.1 OBJETIVOS

Por todo ello, y para la consecución de los retos marcados anteriormente, la estrategia del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza Horizonte 2020 se articula a través de un **Objetivo General**: incrementar el grado de internacionalización de la economía y las empresas andaluzas, para contribuir al desarrollo de un modelo económico sostenible, de más empleo y de mayor calidad para Andalucía. Objetivo general que se concreta en los siguientes **Objetivos específicos**:

1. Incrementar el peso del sector exterior en el PIB: fomentar la internacionalización.
2. Fortalecer el tejido empresarial y la innovación: consolidar la internacionalización de las empresas andaluzas y potenciar la cooperación empresarial.
3. Fomentar la sostenibilidad y generación de empleo de calidad: cualificación profesional, contratación estable y en igualdad.
4. Diversificar geográficamente las exportaciones: captación de clientela y oportunidades en el extranjero.
5. Atraer inversión directa extranjera a Andalucía: captación y consolidación de inversión extranjera.
6. Impulsar los servicios de información, gestión y evaluación de la internacionalización.

Objetivos específicos, a partir de los cuales se desarrollan una serie de **Líneas Estratégicas** que permiten establecer las **Medidas** concretas que facilitarán la consecución de los objetivos, y que se articulan mediante **Programas de Actuación** que determinan el contenido del **Programa Operativo 2015-2017**.

En cada medida específica se desarrollan sus objetivos, programas de actuación, organismos implicados e impacto previsible, así como un conjunto de indicadores para el seguimiento y evaluación del Plan.

Los objetivos que se pretenden alcanzar se cuantifican en la siguiente tabla:

INDICADORES IMPACTO DEL V PLAN

INDICADOR	IV Plan 2010-2013	Objetivo V Plan 2020
-----------	-------------------	----------------------

INCREMENTO DE LAS EXPORTACIONES

Peso de las exportaciones en el PIB (%)	14,9%	20%
Exportaciones no energéticas (Mill. €)	18.068	25.000

AUMENTO DE LA BASE EXPORTADORA

Nº empresas exportadoras	16.060	20.000
Nº empresas exportadoras regulares	3.826	5.000

GENERACIÓN DE EMPLEO

Empleo vinculado a la exportación	308.159	425.000
-----------------------------------	---------	---------

DIVERSIFICACIÓN GEOGRÁFICA

Exportaciones a la UE-28 (%)	55,6%	<50%
Exportaciones al resto del Mundo (%)	44,4%	>50%

6. ESTRATEGIA

OBJETIVO 1 – INCREMENTAR EL PESO DEL SECTOR EXTERIOR EN EL PIB: FOMENTAR LA INTERNACIONALIZACIÓN	
1.1	Impulso al emprendimiento internacional
1.1.1	Cubrir las necesidades iniciales de información y asesoramiento
1.1.2	Impulsar nuevas empresas a la internacionalización
1.1.3	Diseño de planes de internacionalización
1.2	Posibilitar el desarrollo de planes de internacionalización de las empresas
1.2.1	Potenciar el acceso a la financiación
1.2.2	Facilitar la inversión exterior
1.3	Facilitar la promoción internacional
1.3.1	Promoción internacional de productos agroalimentarios
1.3.2	Promoción internacional de bienes de consumo
1.3.3	Promoción internacional de productos tecnológicos e industriales
1.3.4	Promoción internacional de servicios
OBJETIVO 2 – FORTALECER EL TEJIDO EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN: CONSOLIDAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ANDALUZAS Y POTENCIAR LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL	
2.1	Desarrollar la oferta exportable
2.1.1	Diversificar los sectores exportadores
2.2	Impulsar la innovación
2.2.1	Fomentar nuevas fórmulas de comercialización socialmente responsables
2.2.2	Potenciar el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
2.3	Promover la cooperación empresarial
2.3.1	Colaboración con agrupaciones empresariales para promoción sectorial
2.3.2	Incrementar las oportunidades para las empresas a través de la cooperación
2.3.3	Fomentar las alianzas estratégicas
2.4	Fomentar la cultura de la internacionalización
2.4.1	Reconocimiento empresarial en el ámbito de la internacionalización
OBJETIVO 3 – SOSTENIBILIDAD Y GENERACIÓN DE EMPLEO DE CALIDAD: CUALIFICACIÓN PROFESIONAL, CONTRATACION ESTABLE Y EN IGUALDAD	
3.1	Formación en internacionalización
3.1.1	Formación a las empresas
3.1.2	Formación para la generación de profesionales
3.2	Dotación de recursos humanos cualificados
3.2.1	Incorporación de profesionales de internacionalización
OBJETIVO 4 – DIVERSIFICAR GEOGRÁFICAMENTE LAS EXPORTACIONES: CAPTACIÓN DE CLIENTELA Y OPORTUNIDADES EN EL EXTRANJERO	
4.1	Estudio y prospección de nuevos mercados

4.1.1	Diversificación de mercados
4.1.2	Refuerzo de la Red Exterior
4.2	Identificación de clientela en el exterior
4.2.1	Actividad comercial para empresas
4.2.2	Localización de eventos promocionales
4.3	Detección de oportunidades en el extranjero
4.3.1	Atención de demandas de compra de clientes extranjeros
4.3.2	Aprovechar oportunidades de proyectos con financiación pública, privada y multilateral
OBJETIVO 5 – ATRAER INVERSIÓN DIRECTA EXTRANJERA A ANDALUCIA: CAPTACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA	
5.1	Captación de inversión directa extranjera
5.1.1	Promoción andaluza para la captación de IDE y gestión de proyectos de inversión
5.2	Consolidación de inversión directa extranjera
5.2.1	Atención a las empresas inversoras extranjeras
OBJETIVO 6 – IMPULSAR LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN	
6.1	Información del sector exterior andaluz
6.1.1	Seguimiento del sector exterior andaluz
6.1.2	Difusión de información
6.2	Eficiencia en la gestión del apoyo a la internacionalización
6.2.1	Fomento de la colaboración institucional
6.2.2	Cercanía al usuario
6.2.3	Evaluación de políticas públicas

OBJETIVO 1 – INCREMENTAR EL PESO DEL SECTOR EXTERIOR EN EL PIB: FOMENTAR LA INTERNACIONALIZACIÓN

En la actualidad, el sector exterior es un importante pilar de la economía andaluza, contribuyendo al crecimiento económico gracias a su aportación al PIB. Constituye, además, un factor de estabilidad, pues la internacionalización de la economía comporta una mayor diversificación de riesgos.

El desarrollo alcanzado por el comercio exterior en los últimos años debe consolidarse y crecer aún más en el futuro. Para ello, es necesario aumentar las ventas de productos y servicios andaluces fuera de las fronteras nacionales suponiendo un aumento de la actividad empresarial en el exterior.

Fomentar la internacionalización requiere, en definitiva, incrementar el número de empresas exportadoras andaluzas mediante el ofrecimiento de servicios que permitan a las empresas iniciar su actividad exterior, así como consolidar aquéllas que ya son regulares en la exportación.

<p>LÍNEA ESTRATÉGICA 1.1</p>	<p>Impulso al emprendimiento internacional</p> <p>La economía andaluza cuenta con un importante potencial de productos y servicios que pueden ser competitivos en mercados exteriores, es decir, un importante número de empresas podría iniciarse en la exportación con éxito. Al mismo tiempo, la vinculación de la visión internacional a cualquier proyecto de emprendimiento podría incrementar el número de empresas exportadoras de la región.</p> <p>La adopción de la estrategia internacional para la empresa supone un cambio de modelo de negocio, que no siempre es fácil de implantar y que ha de partir de un plan bien definido. En esta línea, el Plan establece medidas que orientan a las empresas hacia los mercados exteriores y que ofrecen condiciones preferentes a las empresas con escaso tamaño o recursos propios.</p>
--	---

<p>MEDIDA 1.1.1</p>	<p>Cubrir las necesidades iniciales de información y asesoramiento</p>
<p>OBJETIVOS</p>	<p>Acercar a colectivos específicos como emprendedores, autónomos y empresas de economía social la opción de la internacionalización en sus estrategias de negocio.</p> <p>Facilitar, mediante asesoramiento especializado, la información necesaria para tomar la decisión de iniciar un proceso de internacionalización así como la información adecuada sobre mercados, sectores, normas, gestión, etc. para diseñar y desarrollar el proyecto de</p>

	internacionalización.
PROGRAMAS	<p data-bbox="531 286 1125 320"><i>Programa de emprendimiento internacional</i></p> <p data-bbox="531 327 1294 862">Servicios básicos de información, asesoramiento y formación dirigidos a orientar a los emprendedores y emprendedoras de Andalucía hacia la internacionalización de productos y servicios bajo parámetros de responsabilidad social y respeto a las normas laborales y medioambientales. Participar en estos servicios conlleva la adquisición de competencias en materia de internacionalización en la fase inicial de la gestación del proyecto de empresa. Para ello, tendrán a su disposición una línea de información continuada sobre internacionalización, exportaciones y nuevos mercados, así como una línea de asesoramiento personalizado. También se les facilita formación básica en internacionalización.</p> <p data-bbox="531 909 1294 981"><i>Programa de internacionalización en el trabajo autónomo</i></p> <p data-bbox="531 987 1294 1720">Sensibilización del tejido empresarial autónomo sobre las posibilidades de internacionalización de productos y servicios bajo criterios de responsabilidad social. Para ello, se prevén actuaciones de investigación, orientación, asesoramiento y difusión sobre la iniciación a la exportación de productos y servicios y el acceso a nuevos mercados para los trabajadores autónomos andaluces. Participar en estos servicios conlleva la adquisición de competencias por parte de los trabajadores autónomos en materia de internacionalización. Para ello, se realizarán estudios de sectores del trabajo autónomo susceptibles y con capacidad para emprender proyectos de internacionalización. Estas líneas de investigación abrirán, a su vez, la puerta al desarrollo de iniciativas de internacionalización en el ámbito del trabajo autónomo. Por otro lado, debe concienciarse a los trabajadores autónomos sobre la internacionalización y nuevos mercados, así como asesorarles para el desarrollo de sus iniciativas.</p> <p data-bbox="531 1767 1284 1800"><i>Programa de internacionalización de la Economía Social</i></p> <p data-bbox="531 1807 1294 2027">Las actividades de este programa persiguen contribuir al incremento del nivel de competitividad y sostenibilidad de las cooperativas y sociedades laborales andaluzas, así como al conjunto de la ciudadanía andaluza. Para ello, se llevarán a cabo acciones de difusión de la economía social, de financiación de proyectos empresariales de</p>

	<p>cooperación y de formación, en los que la internacionalización de la empresa está considerada un área formativa prioritaria. Con el impulso a las iniciativas de internacionalización, las empresas de economía social podrán beneficiarse de la apertura de nuevas posibilidades de negocio y de la financiación de actuaciones que fomentan la internacionalización como factor clave del fortalecimiento empresarial en el sector.</p> <p>Programa de Información: EXTENDA información especializada en internacionalización</p> <p>Servicio individualizado que da respuesta a las necesidades de información de la empresa andaluza en materia de comercio exterior, ya sea sectorial, técnica o sobre mercados.</p> <p>Permite tomar decisiones estratégicas y eliminar las incertidumbres que supone la decisión de exportar. La empresa puede contactar con EXTENDA de la forma que le resulte más conveniente (visita a la sede de EXTENDA, teléfono, correo electrónico, reuniones virtuales a través de Skype, Extenda Plus...) y exponer su consulta, que será atendida en el menor tiempo posible atendiendo a la naturaleza de la misma.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Andalucía Emprende, Dirección General de Economía Social y Autónomos.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de proyectos de internacionalización. - Incremento de empresas exportadoras.

MEDIDA 1.1.2	Impulsar nuevas empresas a la internacionalización
OBJETIVOS	<p>Ofrecer alternativas para iniciarse en la internacionalización en una coyuntura de crisis económica.</p> <p>Tratar de manera especial y adecuada a las empresas con menos recursos para participar en las acciones desarrolladas.</p>
PROGRAMAS	<p>Programa de apoyo a la incorporación de nuevas empresas a la internacionalización</p> <p>Favorece la incorporación de empresas con capacidad y potencial para exportar al uso de los servicios de EXTENDA, a la vez que facilita el acceso a mercados de mayor complejidad por su lejanía o por sus diferencias culturales. Supone, por la situación de crisis, una rebaja progresiva en las cuotas de participación en acciones</p>

	como misiones comerciales, talleres, asesoramiento en recursos humanos y proyectos individuales de la Red Exterior para las empresas que sean micropymes, que soliciten una actividad a desarrollar fuera de la Unión Europea o que sea la primera vez que participen en una acción.
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de pymes y micropymes en actuaciones de promoción internacional. - Incremento de empresas exportadoras.

MEDIDA 1.1.3	Diseño de planes de internacionalización
OBJETIVOS	<p>Generalizar la planificación estratégica en internacionalización como herramienta de desarrollo de negocio.</p> <p>Aumentar las garantías de éxito en el proceso de internacionalización de las empresas, gracias al diseño de un plan previo que sirva de marco y guía de actuación.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de asesoramiento en Diagnóstico</i></p> <p>Asesoramiento a la empresa para definir su plan de internacionalización cuando no dispone de los conocimientos, la experiencia o el tiempo necesarios. Va dirigido a las empresas que se encuentran en etapas iniciales de su proceso de internacionalización, pero también son susceptibles de recibir este servicio empresas andaluzas que, en general, necesiten reconfirmar su potencial exportador, revisando su marco estratégico desde la base.</p> <p><i>Programa de asesoramiento en Implantación</i></p> <p>Ofrece asesoramiento a aquellas empresas que quieran implantarse comercialmente en el exterior a través del establecimiento de filiales comerciales (filiales de nueva creación, acuerdos de colaboración con socios locales o compra de sociedades existentes) en cualquier mercado fuera del territorio nacional.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento del número de empresas exportadoras. - Incremento del número de empresas inversoras en el extranjero.

LÍNEA ESTRATÉGICA 1.2	<p>Posibilitar el desarrollo de planes de internacionalización de las empresas</p> <p>El proceso de internacionalización de la empresa supone</p>
------------------------------	---

la aplicación de importantes recursos para llevarlo a cabo. La adaptación del producto o la marca, los costes en promoción, la apertura de filiales en el extranjero o la dedicación de los recursos humanos son algunos ejemplos. En definitiva, costes económicos y humanos que la empresa no siempre puede afrontar. Con esta línea se ofrecen herramientas que permitirán a la empresa llevar a cabo su proyecto, siempre que sea técnica y económicamente viable y claramente ligado a la internacionalización.

MEDIDA 1.2.1	Potenciar el acceso a la financiación
OBJETIVOS	<p>Proporcionar financiación adaptada en función del perfil de la empresa, para que desarrolle sus planes de internacionalización de manera integral.</p> <p>Facilitar las inversiones de las empresas, mejorando su financiación, favoreciendo su liquidez y promoviendo su internacionalización.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Fondo reembolsable de apoyo a la internacionalización</i></p> <p>El Fondo de apoyo a la internacionalización de las empresas, creado por la disposición adicional novena de la Ley 3/2008, de 23 de diciembre, del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2009, tiene una dotación actual de 50 Millones de Euros procedentes de las provisiones de fondos incluidas en los presupuestos de la Junta de Andalucía para los años 2009 y 2012, y está destinado exclusivamente a apoyar proyectos de internacionalización de las empresas andaluzas.</p> <p><i>Programa de ayudas financieras a la internacionalización</i></p> <p>Concesión de incentivos reembolsables, con bonificación de los tipos de interés de hasta el 100%, para aquellas empresas exportadoras regulares que tengan necesidades de financiación para llevar a cabo sus planes de internacionalización, tanto de circulante para la asistencia a ferias, misiones, etc, como de inversión por la apertura de oficinas en el exterior y demás gastos asociados.</p>

ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior. CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO: IDEA-Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento del número de empresas exportadoras. - Más apoyo financiero a las empresas andaluzas para su internacionalización.

MEDIDA 1.2.2	Facilitar la inversión exterior
OBJETIVOS	<p>Apoyar a la empresa para operar en el exterior de manera directa y sin intermediación.</p> <p>Propiciar un mayor control del mercado y cercanía a la clientela.</p> <p>Fomentar mayor competitividad y sostenibilidad de la empresa en origen y estabilidad del empleo.</p> <p>Incrementar el número de empresas inversoras andaluzas.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de apoyo a la implantación en el exterior</i></p> <p>Dirigido a empresas andaluzas que quieran afianzar su presencia en mercados exteriores, a través de su implantación comercial en el exterior mediante la apertura de una filial comercial, una sucursal o compra de una sociedad. Apoyar económicamente a la empresa para reducir el esfuerzo económico que la empresa debe realizar durante los primeros años de funcionamiento de la filial comercial.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Más empresas inversoras. - Mayor competitividad de las empresas andaluzas internacionalizadas.

LÍNEA ESTRATÉGICA 1.3	<p>Facilitar la promoción internacional</p> <p>La promoción internacional facilita que las empresas andaluzas se den a conocer en los mercados exteriores: exponer los productos/servicios y entrar en contacto con potenciales clientes extranjeros. Asimismo, se adquiere un mejor conocimiento de los canales de distribución en el mercado objetivo.</p> <p>Esta línea distingue las medidas de apoyo a la promoción en función del sector de actividad de la empresa y facilita la participación en actuaciones promocionales tanto de manera agrupada como individual.</p> <p>Asimismo, y de manera horizontal a todos los sectores,</p>
------------------------------	--

	se promocionan los bienes y servicios andaluces en función del canal de comercialización (Contract, ecológico, duty free, etc.).
--	--

MEDIDA 1.3.1	Promoción internacional de productos agroalimentarios
OBJETIVOS	<p>Aumentar la presencia de empresas andaluzas en eventos de promoción con repercusión internacional y posibilitar a las mismas la realización de demostraciones y presentaciones de sus productos ante clientes potenciales.</p> <p>Reducir el coste del desarrollo del plan de promoción internacional de la empresa.</p> <p>Desarrollar planes sectoriales de promoción internacional para participación agrupada de las empresas interesadas.</p> <p>Ayudar a las empresas en sus planes de promoción internacional de manera individual.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de promoción internacional de productos agroalimentarios</i></p> <p>Utilización de diversas herramientas para facilitar la promoción de los productos agroalimentarios andaluces en otros mercados, mediante la participación en los principales certámenes internacionales, misiones comerciales, promoción en puntos de venta, encuentros empresariales, degustaciones y acciones singulares orientadas al sector.</p> <p>Las actuaciones tendrán carácter de participación agrupada para potenciar la promoción exterior de todos los sectores agroalimentarios como los frescos, transformados (grasas y aceites y cárnicos entre otros), sector bebidas y vitivinícola, la producción ecológica y los productos pesqueros. Se celebrarán en los mercados más atractivos para el conjunto del sector.</p> <p><i>Programa de apoyo individual a planes de promoción internacional de las empresas agroalimentarias – Cheque Exportación</i></p> <p>Apoyo económico que incentiva la participación de la empresa en actividades promocionales en el extranjero. Es posible así atender la necesidad particular de cada empresa para acudir a los eventos que sean prioritarios según su plan de promoción y en el mercado que le resulte de interés.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	<p>CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.</p> <p>CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y DESARROLLO</p>

	RURAL.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Más exportaciones andaluzas. - Más empresas exportadoras de productos agroalimentarios.

MEDIDA 1.3.2	Promoción internacional de bienes de consumo
OBJETIVOS	<p>Aumentar la presencia de empresas andaluzas en eventos de promoción con repercusión internacional.</p> <p>Posibilitar a las empresas andaluzas la realización de demostraciones y presentaciones de sus productos ante clientes potenciales.</p> <p>Reducir el coste del desarrollo del plan de promoción internacional de la empresa.</p> <p>Desarrollar planes sectoriales de promoción internacional para participación agrupada de las empresas interesadas.</p> <p>Ayudar a las empresas en sus planes de promoción internacional de manera individual.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de promoción internacional de bienes de consumo</i></p> <p>Utilización de diversas herramientas para facilitar la promoción de los bienes de consumo andaluces en otros mercados, mediante la participación en los principales certámenes internacionales, misiones comerciales, promoción en puntos de venta, encuentros empresariales, showrooms y acciones singulares orientadas al sector.</p> <p>Las actuaciones tendrán carácter de participación agrupada para potenciar la promoción exterior de todos los sectores de bienes de consumo como hábitat, moda, industrias culturales y ocio. Se celebrarán en los mercados más atractivos para el conjunto del sector.</p> <p><i>Programa de apoyo a planes de promoción internacional de empresas de bienes de consumo – Cheque Exportación</i></p> <p>Apoyo económico que incentiva la participación de la empresa en actividades promocionales en el extranjero. Es posible así atender la necesidad particular de cada empresa para acudir a los eventos que sean prioritarios según su plan de promoción y en el mercado que le resulte de interés.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Más exportaciones andaluzas. - Más empresas exportadoras de bienes de consumo.
--------------------	---

MEDIDA 1.3.3	Promoción internacional de productos tecnológicos e industriales
OBJETIVOS	<p>Aumentar la presencia de empresas andaluzas en eventos de promoción con repercusión internacional. Posibilitar a las empresas andaluzas la realización de demostraciones y presentaciones de sus productos ante clientes potenciales.</p> <p>Reducir el coste del desarrollo del plan de promoción internacional de la empresa.</p> <p>Desarrollar planes sectoriales de promoción internacional para participación agrupada de las empresas interesadas.</p> <p>Ayudar a las empresas en sus planes de promoción internacional de manera individual.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de promoción internacional de productos tecnológicos e industriales</i></p> <p>Utilización de diversas herramientas para facilitar la promoción de los productos tecnológicos e industriales andaluces en otros mercados, mediante la participación en los principales certámenes internacionales, misiones comerciales, promoción en puntos de venta, encuentros empresariales, showrooms y acciones singulares orientadas al sector.</p> <p>Las actuaciones tendrán carácter de participación agrupada para potenciar la promoción exterior de todos los sectores como aeronáutico, automoción, biotecnología, auxiliar de la agricultura, maquinaria y equipos, inmobiliario y construcción, tecnologías de la información y la comunicación, piedra natural, etc. Se celebrarán en los mercados más atractivos para el conjunto del sector.</p> <p><i>Programa de apoyo a planes de promoción internacional de las empresas de productos tecnológicos e industriales – Cheque Exportación</i></p> <p>Apoyo económico que incentiva la participación de la empresa en actividades promocionales en el extranjero. Es posible así atender la necesidad particular de cada empresa para acudir a los eventos que sean prioritarios según su plan de promoción y en el mercado que le resulte de interés.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Más exportaciones andaluzas. - Más empresas exportadoras industriales.
--------------------	---

MEDIDA 1.3.4	Promoción internacional de servicios
OBJETIVOS	<p>Promoción de los servicios en otros mercados. Aumentar la presencia de empresas andaluzas en eventos de promoción con repercusión internacional. Posibilitar a las empresas andaluzas la realización de presentaciones y demostraciones de sus servicios ante clientes potenciales. Reducir el coste del desarrollo del plan de promoción internacional de la empresa. Desarrollar planes sectoriales de promoción internacional para participación agrupada de las empresas interesadas. Ayudar a las empresas en sus planes de promoción internacional de manera individual.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de promoción internacional de servicios</i> Utilización de diversas herramientas para facilitar la promoción de los servicios andaluces en otros mercados, mediante la participación en los principales eventos internacionales, misiones comerciales, encuentros empresariales y acciones singulares orientadas al sector. Además incluye todas las actuaciones promocionales que se desarrollen por todo el mundo con el objetivo de promocionar Andalucía como destino turístico, en el marco del Plan Director de Promoción Turística y sus planes anuales de acción. Las actuaciones tendrán carácter de participación agrupada para potenciar la promoción exterior de todos los sectores como medio ambiente, energía, servicios a empresas, logística y turismo, entre otros.</p> <p><i>Programa de apoyo a planes de promoción internacional de las empresas de servicios – Cheque Exportación</i> Apoyo económico que incentiva la participación de la empresa en actividades promocionales en el extranjero. Es posible así atender la necesidad particular de cada empresa para acudir a los eventos que sean prioritarios según su plan de promoción y en el mercado que le resulte de interés.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	<p>CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior. CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE: Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.</p>

	CONSEJERÍA DE CULTURA.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Más exportaciones andaluzas. - Más empresas exportadoras de servicios.

OBJETIVO 2 – FORTALECER EL TEJIDO EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN: CONSOLIDAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ANDALUZAS Y POTENCIAR LA COOPERACION EMPRESARIAL

La mayor orientación a la internacionalización de los sectores de actividad desarrollados en Andalucía daría lugar a un considerable incremento de las exportaciones. Para ello es necesario un continuo proceso de mejora para ser competitivos, dotando a los productos y servicios de un mayor valor añadido, reduciendo la competencia de otros mercados. Por otro lado, estimular a las empresas de aquellos sectores que, encontrando suficiente demanda en el mercado nacional, no se han planteado la salida al exterior. En este sentido, es importante el fomento de la responsabilidad social empresarial, el respeto a la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, ambiental y de Derechos Humanos.

Sin duda, de cara al negocio exterior, el fortalecimiento del tejido empresarial andaluz ha de apoyarse también en un incremento de la cooperación empresarial y una mayor abundancia de alianzas estratégicas. Estas fórmulas refuerzan las capacidades de las empresas que ganan en potencia, imagen y posibilidades.

Mostrar a la sociedad los abundantes ejemplos de empresarios y empresarias de los más variados sectores que han tenido éxito con sus productos y servicios es la mejor forma de extender la cultura internacional y fomentar el emprendimiento de la actividad exterior. Por ello, en el ámbito de este objetivo también se articulan herramientas para que esta difusión sea posible.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2.1	<p>Desarrollar la oferta exportable</p> <p>Avanzar en la internacionalización de los productos y servicios andaluces exige un trabajo continuo de conocimiento de la realidad de los sectores de actividad y de las empresas que los conforman, de forma que, partiendo de sus necesidades, se planteen la estrategia exterior. Este análisis debe hacerse tanto con los sectores tradicionalmente exportadores como con aquellos que no tienen tanta experiencia internacional. De esta manera se propicia la diversificación sectorial en las exportaciones andaluzas. En relación al nuevo modelo económico que se plantea en Andalucía, tanto en la Estrategia para la Competitividad de Andalucía 2014-2020 como a nivel europeo, es preciso poner el foco en aquellos sectores</p>
------------------------------	--

	<p>más competitivos y de mayor intensidad tecnológica para facilitarles su internacionalización, ya que probablemente demanden tácticas diferentes a las estrategias comerciales habituales.</p> <p>Y, sin duda, siendo las actividades de servicios las que mayor peso tienen en la economía andaluza, resulta indispensable la identificación de aquellas empresas de servicios con capacidad para internacionalizarse, así como establecer mecanismos que permitan medir los avances de las empresas andaluzas de este sector en los mercados exteriores.</p>
--	--

MEDIDA 2.1.1	Diversificar los sectores exportadores
OBJETIVOS	<p>Ampliar las exportaciones andaluzas no sólo en el valor de lo exportado, sino también en su variedad.</p> <p>Profundizar en el conocimiento de las diferentes actividades económicas desarrolladas en Andalucía para identificar las claves para generar valor añadido y mayor competitividad.</p> <p>Inducir a los sectores con menos experiencia internacional hacia los mercados exteriores como estrategia de desarrollo.</p> <p>Fomentar la investigación como instrumento generador de innovación y desarrollo sectorial.</p> <p>Aprovechar la existencia de clústeres económicos potentes en la región para internacionalizarse y compartir conocimiento con clústeres extranjeros.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de publicaciones, estudios y análisis sectorial</i></p> <p>Elaboración de informes y publicación de documentos sobre sectores de la oferta exportable andaluza y sobre el tejido empresarial andaluz. Estos estudios ayudarán a conocer el potencial de internacionalización del sector así como sus principales necesidades.</p> <p>Incluir la variable internacionalización en estudios y estadísticas que se lleven a cabo para ampliar el conocimiento sobre el sector exterior andaluz.</p> <p><i>Programa de investigación</i></p> <p>Celebración de jornadas, participación en eventos así como prestación de servicios de asesoramiento a las empresas andaluzas para fomentar su acceso a proyectos de investigación I+D con financiación europea principalmente, como el programa marco de investigación e innovación Horizonte 2020.</p> <p>Aprovechar empresarialmente los resultados de investigaciones llevadas a cabo y ofrecer a las empresas</p>

	<p>la explotación de patentes fruto de investigaciones desarrolladas, especialmente en sectores innovadores como la sanidad, energías renovables, etc.</p> <p><i>Programa de actuaciones para el impulso sectorial</i> Actuaciones singulares cuyo objetivo es impulsar la promoción de sectores con potencial para contribuir a la diversificación sectorial de las exportaciones andaluzas. No se trata de actuaciones de promoción propiamente dicha, sino de transferencia de buenas prácticas y de conocimiento con alto nivel de especialización en determinados sectores. Entre otros, se llevarán a cabo acciones orientadas al sector inmobiliario con jornadas de difusión de oportunidades en mercados de América del Sur y Norte de África, eventos internacionales para el sector energético o Cursos de Tecnificación Ecuestre dirigidos a personas con un alto nivel de formación en determinadas modalidades ecuestres, en el ámbito del sector del caballo de pura raza española.</p> <p><i>Programa de proyección internacional de clústeres andaluces</i> Impulsar la proyección internacional de los clústeres andaluces como vía de avance sectorial. Se tratará, por una parte, de fomentar la relación con clústeres de otros mercados con los que colaborar y compartir investigación e innovación; por otra, principalmente a través de Centros Tecnológicos, fomentar el acceso a proyectos internacionales donde las empresas encuentran oportunidades de negocio para su sector de actividad. La empresa, como integrante activa de los clústeres, es la receptora de la transferencia de tecnología, factor esencial para el crecimiento en competitividad.</p>
<p>ORGANISMOS IMPLICADOS</p>	<p>CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior. CONSEJERÍA DE SALUD. CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO: Secretaría General Innovación, Industria y Energía, Agencia Andaluza de la Energía. CONSEJERÍA DE FOMENTO Y VIVIENDA. CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE: Fundación Real Escuela Andaluza del Arte Ecuestre. CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO.</p>

IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor interrelación sectorial con mercados exteriores. - Más diversificación sectorial de las exportaciones. - Más participación andaluza en proyectos de investigación.
--------------------	--

LÍNEA ESTRATÉGICA 2.2	<p>Impulsar la innovación</p> <p>La innovación debe ser factor diferencial clave en la mayoría de los productos y servicios que se comercializan. Los que no cuentan con un grado suficiente de innovación reducen en la mayoría de los casos su competitividad al factor precio.</p> <p>La oferta sectorial andaluza debe crecer paralela a la demanda mundial, por lo que las empresas han de dotar sus producciones de un valor añadido atractivo, que las sitúen en la vanguardia mundial del sector y eliminen posibles competencias. Esta innovación no puede estar vinculada solamente a las mejoras tecnológicas del producto, sino también a la mejora de la gestión del negocio, al uso de nuevas tecnologías de información y comunicación, así como a practicar nuevas fórmulas de comercialización o prestación de servicios.</p>
------------------------------	---

MEDIDA 2.2.1	Fomentar nuevas fórmulas de comercialización
OBJETIVOS	<p>Desarrollar plataformas sectoriales online para la difusión de las empresas andaluzas, sus productos y servicios.</p> <p>Incrementar el número de empresas que lleven a cabo actuaciones de promoción y comercialización online.</p> <p>Posicionar las plataformas sectoriales online para alcanzar un elevado impacto entre clientes potenciales.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de innovación comercial</i></p> <p>Orientar a las empresas al uso de herramientas de promoción y comercialización online y al uso de las redes sociales para mejorar su visibilidad y presencia digital, con el objetivo de contribuir a un mejor posicionamiento para la prestación de servicios o venta de productos en el exterior. Estas herramientas, dado su bajo coste y fácil implantación, deben aportar a las empresas una ventaja competitiva de cara al exterior.</p> <p><i>Plataformas sectoriales para la internacionalización</i></p> <p>Pone al alcance de las empresas plataformas virtuales con un alto poder de impacto, con el objeto de presentar su oferta y promocionar la empresa. Estas plataformas</p>

	tienen un marcado carácter sectorial.
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO. CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE: Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía. CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor presencia de productos y servicios andaluces en la Red. - Más empresas exportadoras participantes en plataformas sectoriales.

MEDIDA 2.2.2	Potenciar el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
OBJETIVOS	Difundir la implantación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en las empresas exportadoras para incrementar su competitividad. Ofrecer formación sobre las TIC a las empresas exportadoras.
PROGRAMAS	<p><i>Programa Andalucía Lab.</i> Acciones cuyo objetivo principal consiste en transmitir conocimiento a los profesionales y actores del sector turístico y comercial andaluz, especialmente en las temáticas relacionadas con las estrategias innovadoras y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Las acciones abarcan los ámbitos de la formación (talleres, jornadas monográficas...), la consultoría, la prestación de servicios o el apoyo al emprendimiento.</p> <p><i>Programa de apoyo para el fomento de servicios turísticos</i> Subvenciones para fomentar los servicios turísticos y la creación de nuevos productos (modalidad ITP). Mejora y modernización, es decir, implantación de tecnologías y sistemas de organización relativos a la mejora de los sistemas de gestión, especialmente los destinados a transacciones de comercio electrónico y actuaciones dirigidas a la integración en el Portal Turístico de Andalucía, consolidando el sector turístico en el ámbito del comercio electrónico, realizando una fuerte inmersión en la cultura de la innovación, posibilitando nuevos modelos de negocio con gran influencia de los avances en las TIC's; todo ello, con el objetivo de mejorar el posicionamiento de las pymes turísticas andaluzas en el mercado internacional e incrementar su grado de</p>

	competitividad.
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Generalización del uso de las TIC en las empresas exportadoras. - Incremento de las ventas online.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2.3	<p>Promover la cooperación empresarial</p> <p>La internacionalización no es una estrategia limitada a la gran empresa, si bien está constatado que para este segmento empresarial resulta más sencillo abordarla. Contando en Andalucía con un tejido empresarial con mayoría de micropymes y pymes es preciso fomentar las fórmulas de cooperación para aumentar sus posibilidades de salida al exterior. Además, la cooperación empresarial no debe limitarse a los objetivos de comercialización sino también a compartir sinergias y experiencia.</p> <p>Por otro lado, la labor conjunta de promoción de un sector en otros países tiene un efecto superior al de la suma de labores individuales. Produce adicionalmente un efecto beneficioso sobre todas las empresas del sector.</p>
------------------------------	--

MEDIDA 2.3.1	Colaboración con agrupaciones empresariales para promoción sectorial
OBJETIVOS	<p>Impulsar campañas sectoriales que lleven a cabo una promoción integral del sector en determinados mercados y cuyos beneficios redundan en todas las empresas del sector.</p> <p>Diálogo permanente y apoyo a las asociaciones representativas de los sectores, apoyando sus proyectos de internacionalización. Todo ello con la claridad y participación de los agentes de seguimiento del Plan para ganar en transparencia y participación.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de campañas sectoriales</i></p> <p>Combinación de acciones de promoción y comunicación de sectores prioritarios de la oferta exportable andaluza en mercados estratégicos, con el objetivo de reforzar la imagen y presencia de un determinado sector andaluz en los mercados de interés y obtener con ello un aumento de las ventas.</p> <p><i>Programa de incentivos a las asociaciones sectoriales</i></p> <p>Es un refuerzo para la asociación empresarial sectorial y</p>

	<p>un respaldo en sus iniciativas de internacionalización. Ofrece ayuda a las asociaciones sectoriales que actúan en nombre de sus empresas andaluzas asociadas en uno o varios mercados exteriores y plantean la realización de sus actuaciones para el desarrollo del sector en dichos mercados. Apoyo para la ejecución de planes de internacionalización sectorial elaborados por asociaciones.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	<p>CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.</p>
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor conocimiento de los bienes y servicios andaluces en el extranjero. - Mayor alcance de la actividad internacional de las asociaciones.

MEDIDA 2.3.2	Incrementar las oportunidades para las empresas a través de la cooperación
OBJETIVOS	<p>Superar las barreras a la internacionalización derivadas del tamaño empresarial, de la amplitud de la cartera de productos y servicios o de la falta de experiencia en el exterior, entre otras.</p> <p>Asumir los costes del plan de internacionalización por un grupo de empresas, ya que cada una por separado no podría soportarlo.</p> <p>Fomentar las relaciones con empresas extranjeras en programas de cooperación para compartir sinergias y encontrar oportunidades de negocio.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de asesoramiento para la cooperación empresarial</i></p> <p>Asesoramiento para definir el grupo o consorcio y diseñar su plan de internacionalización cuando no disponga de los conocimientos, la experiencia o el tiempo necesarios. Dirigido a las empresas que se encuentran en etapas iniciales de su proceso de internacionalización.</p> <p><i>Programa de incentivos a la cooperación</i></p> <p>Ayuda a las empresas andaluzas interesadas en la cooperación empresarial en el sector exterior, a través de la conformación de un grupo de exportación o consorcio, para actuar de forma conjunta en cualquier mercado distinto del nacional. Permite a las empresas diseñar y construir en grupo un plan de entrada y consolidación en mercados exteriores.</p> <p><i>Programa de cooperación transfronteriza y</i></p>

	<p>transnacional</p> <p>En este programa se incluye el desarrollo de diferentes programas orientados al desarrollo empresarial en la Unión Europea, especialmente mediante la cooperación y la internacionalización de las empresas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Plan de acción de cooperación transfronteriza de la Euroregión Andalucía-Algarve-Alentejo. -Programa transfronterizo Mediterranean Development. -Programa transnacional Smart Interregional Cooperation. <p>Programa comunidades andaluzas-Conectando</p> <p>Potencia las relaciones sociales, culturales, económicas y políticas con los territorios donde existan comunidades andaluzas, con sus instituciones y agentes sociales, mediante la interacción cultural y desde la conciencia andaluza de origen, de manera que se contribuya a proteger la diversidad cultural y a fomentar las relaciones interculturales entre los pueblos del mundo. Permite la organización de actividades, por parte de las comunidades andaluzas, destinadas a la promoción de empresas y productos andaluces en sus lugares de acogida. Propicia el encuentro entre empresas andaluzas que desean exportar sus productos y asociaciones de personas andaluzas en los países extranjeros.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	<p>CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA Y ADMINISTRACIÓN LOCAL.</p> <p>CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.</p> <p>CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO: Secretaría General de Innovación, Industria y Energía Agencia Andaluza de la Energía</p>
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor número de empresas internacionalizadas. - Mayor relación entre empresas andaluzas y extranjeras.

MEDIDA 2.3.3	Fomentar las alianzas estratégicas
OBJETIVOS	<p>Establecer vínculos entre empresas con estrategias de internacionalización.</p> <p>Aprovechar la capacidad tractora de empresas consolidadas en el exterior.</p>
PROGRAMAS	<p>Programa de redes de cooperación estratégica</p> <p>Foro que funciona como punto de encuentro internacional para empresas que busquen alianzas con</p>

	otras empresas, proveedores, ampliar y/o complementar su cartera de productos y servicios, etc.
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Difusión de oportunidades de empresas tractoras en internacionalización. - Alianzas empresariales para desarrollo internacional. - Mayor relación de grandes empresas andaluzas internacionalizadas y pymes andaluzas del sector.

LÍNEA ESTRATÉGICA 2.4	<p>Fomentar la cultura de la internacionalización</p> <p>El valor adquirido por una empresa andaluza con éxito en su trayectoria de negocio, así como el reconocimiento de su marca contribuye, sin duda, a enriquecer la imagen de Andalucía como región.</p> <p>Destacar el mérito de las empresas punteras en internacionalización y difundir su ejemplo entre el resto, para animar a seguir ese camino es, sin duda, una estrategia acertada para impulsar la salida al exterior de otras empresas.</p>
------------------------------	---

MEDIDA 2.4.1	Reconocimiento empresarial en el ámbito de la internacionalización
OBJETIVOS	Difundir los casos de éxito de empresas andaluzas para animar a otras empresas a seguir el modelo. Conocer en detalle los procesos de internacionalización de empresas andaluzas como vía de aprendizaje.
PROGRAMAS	<p>Premios ALAS</p> <p>Reconocimiento social e institucional a las empresas que hayan destacado más en las distintas facetas de un proceso de internacionalización. Se realiza un plan de difusión de las empresas protagonistas que sirve de aliciente para el resto del tejido productivo andaluz. Con ello se reconoce el trabajo que las empresas andaluzas han realizado en los mercados exteriores. Para ello se establecen cinco categorías de premios con el objetivo de que a los mismos puedan optar todas las empresas, independientemente del grado de internacionalización que tengan. Así, hay un premio para las categorías Iniciación a la Exportación, Empresa Exportadora, Implantación en el Exterior, Trayectoria Internacional y Ecommerce.</p> <p>Programa de estudio y difusión de casos de éxito</p>

	Aprovechar la colaboración de las empresas para llevar a cabo estudios, en cuya propuesta y/o diseño podrá participar la comisión de seguimiento del presente Plan, donde se analizan casos empresariales de internacionalización. Desarrollo de jornadas donde se da la oportunidad de conocer de primera mano la experiencia internacional de las empresas. Difundir a través del aula virtual estos casos de manera que sea accesible a cualquiera, en cualquier momento y desde cualquier lugar.
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor reconocimiento de Andalucía como región global. - Más conocimiento de las empresas andaluzas internacionalizadas.

OBJETIVO 3 – SOSTENIBILIDAD Y GENERACIÓN DE EMPLEO DE CALIDAD: CUALIFICACIÓN PROFESIONAL, CONTRATACION ESTABLE Y EN IGUALDAD

La empresa con actividad en otros mercados asegura en mayor medida los puestos de trabajo y además genera un empleo de calidad, tanto en la cualificación como en la remuneración y en la estabilidad, en la que se promueve la igualdad de oportunidades, a la vez que se fomente el valor añadido que supone la ampliación de la cualificación de las plantillas. Propiciar la existencia de profesionales de la internacionalización redundante de manera directa en la capacidad de la empresa de salir al exterior. Sin embargo, el acceso a recursos humanos cualificados no siempre es asequible para la empresa.

Por una parte, la dificultad radica en la disponibilidad del perfil profesional idóneo y en la capacidad para localizarlo. Para ello, es preciso fomentar la formación en internacionalización de profesionales de todas las disciplinas.

Por otra, la razón es meramente económica, pues los costes de personal pueden suponer un peso importante a la hora de desarrollar el plan de internacionalización.

LÍNEA ESTRATÉGICA 3.1	<p>Formación en internacionalización</p> <p>La formación sigue siendo una necesidad clara en el terreno de la internacionalización. Las empresas que cuentan con personal formado en la gestión del negocio internacional gozan de una mayor propensión exportadora. Adicionalmente, contar con la formación adecuada allana el proceso de internacionalización evitando errores e incrementando las posibilidades de éxito pues permite a las empresas ser más competitivas y adoptar mejores decisiones y estrategias.</p>
------------------------------	---

	Además de la empresa, la oferta formativa en internacionalización debe dirigirse también a colectivos que aún están por insertarse en el mercado laboral, desde personas desempleadas a estudiantes de universidad con el fin de que apliquen los conocimientos adquiridos allá donde desarrollen su carrera profesional.
--	---

MEDIDA 3.1.1	Formación a las empresas
OBJETIVOS	<p>Formar al personal de las empresas en las habilidades y conocimientos propios de la gestión internacional del negocio.</p> <p>Fomentar el valor que supone para la empresa la formación de sus trabajadores y trabajadoras, para el reciclaje o la actualización de conocimientos, para que asuman nuevas tareas propias del comercio internacional.</p> <p>Ofertar cursos técnicos de internacionalización, focalizados en sectores de interés.</p>
PROGRAMAS	<p>Programa Idiomas para la internacionalización Oferta formativa de cursos de idiomas específicos para la internacionalización. Las empresas podrán formar a sus empleados de manera gratuita y con una metodología accesible y flexible a las peculiaridades de cada empresa.</p> <p>Programa de formación técnica Programa anual de formación para participación agrupada de empresas. Incluye cursos completos de gestión internacional o cursos específicos sobre algún tema concreto: negociación, promoción internacional, aduanas, idiomas, etc. o sobre algún sector específico como el mercado multilateral y licitaciones.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO
IMPACTO PREVISIBLE	- Mayor cualificación en internacionalización del personal de las empresas con proyectos de internacionalización.

MEDIDA 3.1.2	Formación para la generación de profesionales
OBJETIVOS	<p>Ofrecer una formación de alto nivel para incrementar el número de profesionales especialistas en internacionalización.</p> <p>Posibilitar la realización de estudios específicos en</p>

	<p>universidades extranjeras.</p> <p>Prestar apoyo económico para la contratación de personal investigador.</p> <p>Aumentar la orientación de los estudiantes y personas desempleadas a una dedicación profesional en internacionalización.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de formación en internacionalización</i> Programa de ayudas a la formación en internacionalización: Programa de formación en internacionalización EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior. Becas Fulbright. Becas Talentia y Talentia Postdoc. Becas Andalucía Talent Hub.</p> <p><i>Programa de formación profesional para el empleo</i> Acciones formativas subvencionadas para formación en cursos de la familia de Comercio Internacional y Marketing, para idiomas (Inglés Comercial) o para la formación en internet (elaboración de web comerciales, etc).</p> <p><i>Programa de selección y formación de Profesionales para la Internacionalización</i> Homogeneización y homologación de profesionales de comercio internacional, bajo dos posibles perfiles: Export Manager y Administración en Comercio Exterior, de forma que sean puestos a disposición de las empresas.</p> <p><i>Programa de Cátedras de internacionalización</i> Orientadas a aproximar el mundo de la internacionalización a estudiantes de las universidades andaluzas. Con ellas se crea un foro para la ejecución de actividades docentes, académicas e investigadoras en el campo de la internacionalización. Se colabora con las universidades andaluzas en la formación de estudiantes como futuros protagonistas de la actividad exterior de Andalucía. El servicio es gratuito para participantes en las jornadas y seminarios. En relación con las universidades, se les presta apoyo técnico y económico para el desarrollo de sus actividades.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	<p>CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO. CONSEJERIA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO.</p>
IMPACTO PREVISIBLE	<p>- Mayor presencia andaluza en centros educativos extranjeros.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Visión internacional en todas las áreas formativas de la universidad. - Más profesionales con experiencia en internacionalización.
--	---

LÍNEA ESTRATÉGICA 3.2	<p>Dotación de recursos humanos con cualificación</p> <p>Buena parte del desarrollo del negocio tiene que ver con la fuerza laboral con la que cuenta la empresa y, en el caso concreto de la internacionalización más aún, por lo que es necesaria una mayor profesionalización del personal.</p> <p>Ha de fomentarse, por tanto, la creación del departamento de internacionalización en los organigramas de las empresas o al menos contar con una persona responsable al efecto con la suficiente cualificación en el ámbito internacional.</p> <p>Las medidas recogidas en esta línea contribuyen además a la generación de empleo estable y con una alta cualificación.</p>
------------------------------	---

MEDIDA 3.2.1	Incorporación de profesionales de internacionalización
OBJETIVOS	<p>Facilitar a la empresa la definición del perfil profesional que su empresa necesita.</p> <p>Ayudar a la empresa en la localización del perfil profesional adecuado para incorporar en su plantilla.</p> <p>Incrementar el empleo vinculado a la exportación.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de asesoramiento en recursos humanos</i></p> <p>Proporciona a las empresas un apoyo en consultoría para la incorporación de profesionales con especialización. Ayuda a la empresa en la concreción del puesto de trabajo a cubrir, enumerando las cualidades y aptitudes del perfil profesional a contratar así como relacionando las funciones y tareas vinculadas al puesto.</p> <p><i>Programa de incentivos a la incorporación de profesionales a las empresas</i></p> <p>Ayuda a las empresas andaluzas facilitando el desarrollo de un proyecto internacional mediante la incorporación de profesionales con especialización y experiencia contrastada en comercio internacional.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERIA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO.
IMPACTO	- Generación de empleo.

PREVISIBLE	- Profesionalización de la gestión internacional en la empresa.
------------	---

OBJETIVO 4 – DIVERSIFICAR GEOGRÁFICAMENTE LAS EXPORTACIONES: CAPTACIÓN DE CLIENTELA Y OPORTUNIDADES EN EL EXTRANJERO

Incrementar la internacionalización de la economía andaluza también es posible aprovechando todas las oportunidades que los mercados exteriores ofrecen. Hoy día, las exportaciones andaluzas dependen en un alto porcentaje del mercado europeo, pero es viable incrementar las ventas en Europa al tiempo que se abordan en mayor medida otras áreas geográficas con gran capacidad de compra y donde los productos andaluces pueden tener éxito.

La cercanía al mercado es la que permite conocer dichas oportunidades y, al mismo tiempo, contar con la información necesaria para casar la demanda con la oferta andaluza. La Red Exterior contribuye a este objetivo, pues la empresa puede contar con un apoyo en destino sin el cual difícilmente estaría capacitada para abordarlo.

LÍNEA ESTRATÉGICA 4.1	<p>Estudio y prospección de nuevos mercados</p> <p>La coyuntura económica reciente pone de manifiesto cómo, en función de factores muy diversos, los países o áreas económicas ganan o pierden peso en el conjunto mundial, alterando el mapa de los mercados más atractivos. Por ello, la internacionalización de la economía andaluza también pasa por un exhaustivo conocimiento de los mercados exteriores y un seguimiento continuado de su situación y perspectivas de evolución.</p> <p>Este análisis permite, en una primera fase, seleccionar los mercados más atractivos para la economía andaluza en función de criterios objetivos y cuantificables, evitando acomodarse y reducir el interés sólo a un grupo de mercados conocidos y con elevado grado de seguridad. En una segunda fase, es preciso seleccionar los sectores prioritarios andaluces a promocionar en cada país de manera particular.</p> <p>El conocimiento generado sobre los diferentes países ha de distribuirse entre las empresas andaluzas para orientarlas a la actividad comercial con los mismos y facilitarles el camino con apoyo de una potente Red Exterior.</p>
------------------------------	--

MEDIDA 4.1.1	Diversificación de mercados
---------------------	------------------------------------

OBJETIVOS	<p>Producir información útil sobre la comercialización de bienes y servicios andaluces en mercados exteriores.</p> <p>Difundir la información sobre mercados/sectores entre el tejido empresarial con el fin de motivarlos a la internacionalización y facilitar el camino para la comercialización.</p> <p>Prestar asesoramiento específico sobre algunos mercados, como el europeo en su conjunto.</p> <p>Difundir la responsabilidad social empresarial como elemento clave a la hora de la comercialización, especialmente en países de África, Asia y el sur de América.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de estudios de mercado</i> Producción, ya sea por organismos de la Junta de Andalucía o bien propiciados por los mismos, de documentos informativos relativos a mercados internacionales. Estos documentos proporcionarán información secundaria a las empresas interesadas en los mismos. Información que, en todo caso, permite a las empresas disminuir las incertidumbres con las que se encuentran en su proceso de internacionalización, ya que estos estudios facilitan información de interés sobre el mercado y los hábitos de consumo, canales de distribución, etc.</p> <p><i>Programa de asesoramiento específico en mercados</i> Este programa proporciona un asesoramiento específico para determinados mercados. Entre ellos se contempla la prestación de servicios a un conjunto de empresas del sector TIC para apoyar el posicionamiento de las mismas en Silicon Valley (Estados Unidos). Otra de las iniciativas apoya la realización de actividades de carácter informativo, divulgativo y formativo relacionadas con la Unión Europea, así como el apoyo a todos los centros de información europea de Andalucía pertenecientes a las redes de información creadas por la Comisión Europea.</p> <p><i>Programa de jornadas técnicas sobre mercados</i> Presentaciones informativas sobre la oferta andaluza en el exterior, o bien sobre la oferta de un mercado extranjero en Andalucía. Este instrumento permite que las empresas estén informadas sobre los mercados y sectores de su interés de manera activa y presencial. En estas jornadas, expertos en la materia comparten no sólo su conocimiento sino también su experiencia en dichos mercados, solventando muchas de las cuestiones que se</p>

	le plantearían a la empresa en su proceso de acercamiento al mercado, pero sin correr esos mismos riesgos.
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA Y ADMINISTRACIÓN LOCAL. CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior. CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO: Secretaría General de Innovación, Industria y Energía Dirección General de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Más exportaciones. - Más mercados destino de la exportación andaluza. - Más ventas en áreas geográficas no UE.

MEDIDA 4.1.2	Refuerzo de la Red Exterior
OBJETIVOS	Renovación y ampliación de la Red mediante Oficinas de Promoción de Negocio o Antenas según el mercado. Dotar la Red Exterior con los recursos necesarios para desarrollar las tareas encomendadas. Prestar servicio para la internacionalización de la economía andaluza en los mercados prioritarios.
PROGRAMAS	<i>Programa de gestión de la Red Exterior</i> Este programa recoge todas las tareas desarrolladas para definir la configuración de la Red Exterior así como la gestión y seguimiento del funcionamiento de cada oficina o antena. Para ello se elaborará un Plan País que será el marco rector de las actuaciones y sectores a potenciar en el mercado.
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Más mercados con apoyo a la empresa andaluza. - Ampliación de servicios de apoyo a la empresa andaluza en mercados exteriores.

LÍNEA ESTRATÉGICA 4.2	<p>Identificación de clientela en el exterior</p> <p>Para las empresas que comienzan su andadura en los mercados internacionales, o aquellas ya activas que se plantean ampliar mercados, es prioritario identificar clientes potenciales a los que presentar sus productos y servicios.</p> <p>No es tarea fácil para ellas, por lo que encontrar el apoyo de la administración es crucial: para investigar y acometer un mercado de la mano de especialistas y para tener un conocimiento preciso del mercado en el</p>
------------------------------	--

	<p>que desean entrar sin necesidad de viajar al destino hasta que ha contrastado sus posibilidades.</p> <p>El correcto desarrollo de estos trabajos requiere de una estrecha colaboración con la empresa. Sin un adecuado conocimiento de las características particulares de la empresa y del producto/servicio que se desea comercializar no se puede llevar a cabo una labor comercial adecuada y con posibilidad de éxito.</p>
--	--

MEDIDA 4.2.1	Actividad comercial para empresas
OBJETIVOS	<p>Ofrecer a la empresa colaboración para investigación y desarrollo comercial en los mercados exteriores.</p> <p>Realizar análisis de mercados de interés para nuestras empresas.</p> <p>Facilitar la actividad comercial de la empresa con carteras de clientes potenciales, prescriptores, colaboradores, etc. que sean de interés para las empresas andaluzas en los mercados exteriores.</p> <p>Posibilitar la implantación temporal de empresas en destino antes de llevar a cabo una implantación real mediante la creación de una filial o sucursal.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de proyectos individuales Red Exterior</i></p> <p>Este instrumento proporciona asesoramiento, asistencia personalizada y seguimiento continuado en materia de prospección, apertura y consolidación de un mercado en los países atendidos por la Red Exterior. Se pone así de manifiesto el papel activo que cumple la Red Exterior en el proceso de internacionalización de las empresas andaluzas, principalmente a través del sondeo y suministro de información de primera mano, así como la intermediación para poner a la empresa en contacto con clientes potenciales, tratando de encontrar el perfil más ajustado a sus necesidades.</p> <p><i>Programa de colaboración con importadores / prescriptores</i></p> <p>La colaboración con empresas importadoras y prescriptores de opinión persigue incentivar a quienes colaboran con empresas andaluzas fomentando el origen Andalucía en sus mercados a través del apoyo a un plan de marketing presentado por los mismos. De esta manera, se estimula la creatividad y dedicación de la empresa importadora a la vez que se contribuye a mejorar el posicionamiento de los productos andaluces en los mercados de destino.</p>

	<p><i>Encuentro / Enclave internacional</i></p> <p>Seminarios y reuniones dirigidos a acercar las empresas andaluzas a los mercados en los que se encuentra presente la Red Exterior. Además, con carácter bienal se celebra el Enclave Internacional, en el que pueden participar todas las empresas andaluzas interesadas en la internacionalización. A través de las jornadas y seminarios celebrados durante el Enclave, las empresas tienen la oportunidad de obtener información de primera mano sobre dichos mercados y sus sectores de interés, así como de concertar entrevistas con los expertos desplazados al efecto.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
IMPACTO PREVISIBLE	- Incremento de las exportaciones.

MEDIDA 4.2.2	Localización de eventos promocionales
OBJETIVOS	Investigar los mercados para localizar los principales eventos de promoción internacional. Elaborar informes sobre las características de los eventos de promoción así como las oportunidades que pueden ofrecer a las empresas andaluzas participantes.
PROGRAMAS	<i>Programa de visitas prospectivas</i> Visitas del personal de EXTENDA y de la Red Exterior a distintos eventos y/o mercados. Ello permite su promoción en futuros servicios a prestar a las empresas andaluzas. Se trata sobre todo de identificar mercados, nichos de mercado y tendencias que puedan suponer una oportunidad para la oferta exportable andaluza.
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
IMPACTO PREVISIBLE	- Diversificación de la oferta de eventos promocionales. - Mejor selección de los eventos de interés por parte de las empresas andaluzas.

LÍNEA ESTRATÉGICA 4.3	<p>Detección de oportunidades en el extranjero</p> <p>La estratégica situación de la Red Exterior permite tener conocimiento de ofertas firmes de compra por parte de empresas importadoras extranjeras que son auténticas oportunidades de negocio para las empresas andaluzas, bien para ampliar su cartera de clientes en el mercado bien para iniciarse en el mismo.</p> <p>Los proyectos y licitaciones, tanto públicos como</p>
------------------------------	--

	<p>privados, así como las que provienen de las Instituciones Financieras Internacionales de Desarrollo, conocidas como el mercado multilateral, suponen grandes oportunidades de negocio para las empresas andaluzas.</p> <p>En todos los casos, la labor de detección así como el asesoramiento posterior a la empresa andaluza para satisfacer la demanda localizada, son esenciales para aumentar las posibilidades de negocio en el exterior.</p>
--	---

MEDIDA 4.3.1	Atención de demandas de compra de clientes extranjeros
OBJETIVOS	<p>Incrementar las exportaciones de bienes y servicios andaluces mediante la obtención de oportunidades reales de venta para las empresas andaluzas.</p> <p>Canalizar las oportunidades de negocio hacia las empresas con potencial real para atenderlas.</p> <p>Prestar servicio a las empresas extranjeras facilitándoles el camino hacia los proveedores andaluces.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Oportunidades de negocio captadas por la Red Exterior</i></p> <p>Identificación de peticiones concretas de negocio que se difunden entre las empresas andaluzas potencialmente interesadas. La Red Exterior utiliza sus contactos y conocimiento de importadores locales en beneficio del tejido empresarial andaluz, facilitando en definitiva, el encuentro entre la oferta exportable andaluza y la demanda de estos productos y servicios en el extranjero.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Más empresas usuarias de los servicios de apoyo - Incremento de las exportaciones. - Mayor servicio al cliente potencial en mercados de la Red Exterior.

MEDIDA 4.3.2	Aprovechar oportunidades de proyectos con financiación pública, privada y multilateral
OBJETIVOS	<p>Remitir a las empresas interesadas información sobre proyectos y licitaciones internacionales abiertas, tanto públicos como privados.</p> <p>Prestar asesoramiento a las empresas sobre la presentación de propuestas.</p> <p>Facilitar a las empresas el conocimiento de otras que trabajen ya en el mercado del proyecto o licitación así como acceso a bases de datos de especialistas y a potenciales socios locales e internacionales con los que</p>

	formar un consorcio.
PROGRAMAS	<p><i>Oportunidades de negocio multilateral y licitaciones públicas o privadas</i></p> <p>Conjunto de actuaciones enfocadas al asesoramiento a las empresas para el acceso al negocio que generan las Instituciones Financieras Internacionales de Desarrollo y las licitaciones y proyectos públicos o privados internacionales de interés para las empresas.</p> <p>El soporte a la empresa en este complejo ámbito cubre diferentes necesidades. En primer lugar, se le debe proporcionar la información sobre proyectos y licitaciones internacionales abiertas y como complemento el asesoramiento y formación necesarios para la presentación de propuestas. Tendrán además la posibilidad de conocer otras empresas andaluzas que trabajan en este mercado, así como potenciales socios locales e internacionales con los que formar un consorcio.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Más empresas del sector Servicios internacionalizadas. - Mayor captación de negocio en el mercado Multilateral.

OBJETIVO 5 – ATRAER INVERSIÓN DIRECTA EXTRANJERA A ANDALUCÍA: CAPTACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA

Andalucía tiene una economía diversificada con una amplia gama de sectores industriales consolidados y emergentes. Entre ellos, contamos con sectores estratégicos como Aeronáutico, TIC, Biotecnología, Energías Renovables y Agricultura y Alimentación, hacia los cuales es posible atraer inversiones extranjeras.

La inversión exterior supone una entrada directa de riqueza y, de manera indirecta, la generación de conocimiento, incremento de la competitividad o creación de empleo entre otros efectos positivos.

Para difundir el atractivo de Andalucía y sus sectores se llevará a cabo una actividad promocional que permita el contacto con instituciones extranjeras públicas y privadas de interés a las que se presentará *Invest in Andalucía-Spain* como colaborador de quien quiera invertir en Andalucía.

Este trabajo que se desarrolla en mercados extranjeros da lugar también al

contacto directo con empresas que tienen proyectos de inversión, con las cuales, una vez identificadas, se trabajará de manera directa.

<p>LÍNEA ESTRATÉGICA 5.1</p>	<p>Captación de inversión directa extranjera</p> <p>Parte de la decisión de la empresa extranjera de invertir en otro país se fundamenta en la posibilidad de hacer una correcta planificación del proyecto, que sin la ayuda local lógicamente resulta más complicado. Por ello, para apoyar al inversor se le atiende desde la fase de planificación, para que pueda contar con la información que necesite sobre la región en cuanto a su economía, la industria y el mercado. También se le asesorará para la ubicación de la sede e incluso con la elaboración de proyectos para el inversor.</p> <p>El inversor también demanda apoyos para la implementación de su proyecto como la coordinación de visitas estratégicas para el proyecto o el suministro de la información, mano de obra disponible, costes laborales, contratación, costes operativos e impuestos, facilitando acceso a potenciales incentivos a la inversión o asesoramiento sobre aspectos legales.</p>
--	---

<p>MEDIDA 5.1.1</p>	<p>Promoción andaluza para la captación de IDE y gestión de proyectos de inversión</p>
<p>OBJETIVOS</p>	<p>Incrementar la inversión directa extranjera en Andalucía. Elaborar información de utilidad para las empresas inversoras extranjeras. Promocionar los sectores prioritarios en aquellos mercados idóneos para la atracción de inversiones. Atender aquellos eventos relacionados con las inversiones exteriores donde se puedan promocionar Andalucía y captar oportunidades. Identificar empresas con proyectos de inversión y ofrecerles de manera directa apoyo para localización en Andalucía. Establecer redes de contactos e intermediación en relación con las inversiones exteriores.</p>
<p>PROGRAMAS</p>	<p><i>Programa de promoción de Andalucía como destino de inversiones</i> Programa dirigido a posicionar la Comunidad Autónoma como destino de inversiones en los mercados</p>

	<p>internacionales, mediante acciones promocionales dentro o fuera de Andalucía.</p> <p>Programa de atracción de inversiones Programa dirigido a atraer inversión directa extranjera a Andalucía. Está pensado para ayudar a las empresas extranjeras a establecer su negocio en la región, ofreciéndoles servicios personalizados sin coste y durante todas las fases de su proyecto de inversión. Las empresas extranjeras interesadas en establecerse en Andalucía disfrutarán de una serie de ventajas competitivas como son, por ejemplo, la ubicación geográfica y la infraestructura de transportes.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	<p>CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agenda Andaluza de Promoción Exterior. CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO: IDEA-Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía.</p>
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento de la inversión directa extranjera en Andalucía. - Más empleo estable vinculado a la inversión directa extranjera.

LÍNEA ESTRATÉGICA 5.2	<p>Consolidación de inversión directa extranjera</p> <p>Para la consolidación del proyecto de las empresas inversoras extranjeras es necesario mantener un diálogo permanente con las empresas extranjeras ubicadas en Andalucía y favorecer su llegada y continuidad en la región, facilitándoles la integración, el acceso a fuerza laboral, contacto con proveedores, financiación, etc.</p>
------------------------------	--

MEDIDA 5.2.1	Atención a las empresas inversoras extranjeras
OBJETIVOS	<p>Consolidar la inversión extranjera en Andalucía. Establecer medidas de apoyo a las empresas inversoras extranjeras. Prestar al inversor la atención necesaria para la continuidad de su proyecto en la región.</p>
PROGRAMAS	<p>Programa de consolidación de inversión extranjera Programa dirigido a atender las necesidades de los inversores ya implantados en Andalucía. Está pensado para mantener las inversiones de alto valor añadido y fomentar la reinversión de multinacionales ya implantadas en la región. Se proporcionarán para ello una serie de servicios especialmente diseñados para atender la integración del personal de multinacionales</p>

	en Andalucía, facilitar contactos con otros profesionales, tales como proveedores, y ayudar en todo lo relacionado con el acceso a la financiación, fondos y socios tecnológicos.
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO: IDEA-Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento del stock de inversión directa extranjera en Andalucía. - Más empleo estable vinculado a la inversión directa extranjera. - Mayor competitividad de la economía andaluza.

OBJETIVO 6 – IMPULSAR LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

El punto de partida idóneo es contar con un riguroso conocimiento de la realidad del sector exterior andaluz y la posibilidad de trasladarla a todas las partes interesadas. El diagnóstico permanente del comercio y las inversiones exteriores se entiende como una premisa necesaria para avanzar en la internacionalización de la economía.

Deben aprovecharse todos los canales disponibles a través de los cuales se comunique dicha información para lograr un impacto suficiente. Lógicamente, las tecnologías de la información y la comunicación son esenciales hoy día para ahorrar costes y ganar en alcance, pero no puede olvidarse la atención personalizada y el contacto directo con las empresas que deben encontrar siempre un interlocutor adecuado.

La colaboración institucional es determinante para trabajar en la misma dirección y compartir esfuerzos y recursos. Es preciso concitar en el objetivo de la internacionalización a organismos públicos y privados, empresas y sociedad en su conjunto, así como a los trabajadores y trabajadoras y sus organizaciones sindicales representativas. La participación de todos ellos, en un contexto de comunicación y transparencia, es de capital importancia para el desarrollo económico.

Así, la evaluación permanente de las políticas públicas obra como complemento imprescindible a lo anterior. El seguimiento y evaluación de los programas desarrollados en el marco del presente plan es garantía de mejora continua, sobre todo, por la marcada orientación a resultados que se establece.

LÍNEA ESTRATÉGICA 6.1	Información del sector exterior andaluz La información y el conocimiento constituyen una potente arma para la internacionalización, pues permiten establecer el punto de partida y el de llegada, basando las decisiones en razones fundamentadas y contrastadas. Por ello, para avanzar es importante dedicar esfuerzos a la generación de información sobre
--	--

	<p>la situación de Andalucía y la trayectoria de su sector exterior en los últimos años, así como su posicionamiento en el contexto.</p> <p>Los datos estadísticos son una fuente excepcional para el seguimiento del sector exterior y un riguroso análisis de los mismos, analizando y comparando con el entorno, permite extraer conclusiones y detectar señales a considerar. El estudio del sector exterior ha de complementarse, para valorarlo en su justa medida, con la información de la situación económica que lo condiciona, así como la situación de los mercados más atractivos para el sector exterior andaluz, tanto por la relación que ya exista como por la que pudiera existir.</p> <p>Este conocimiento permitirá realizar previsiones y establecer metas alcanzables, ajustadas a las posibilidades de la región, considerando cada una de las peculiaridades del sector exterior andaluz.</p> <p>Los avances en el sector exterior andaluz en los últimos años, coincidiendo precisamente con una coyuntura económica tan desfavorable, deben ser el mejor acicate para impulsar aún más el comercio y las inversiones exteriores. Dar a conocer los cambios que se operan en la región gracias al comercio o las inversiones exteriores abre un mundo de oportunidades a aquellas empresas con una actitud dubitativa sobre el potencial que los mercados exteriores ofrecen. Trasladar a la sociedad y a las empresas los avances de la región en la internacionalización contribuye paulatinamente a divulgar una imagen de Andalucía menos encerrada en sí misma y, por el contrario, más cercana al resto del mundo.</p> <p>Se debe acompañar esa labor informativa con una amplia difusión de las ayudas para la internacionalización de las empresas andaluzas. Hay que establecer una comunicación de doble dirección donde se puedan captar necesidades y demandas del tejido empresarial. Facilitar la comunicación mediante todos los canales posibles, tradicionales o con el uso de nuevas tecnologías.</p>
--	--

MEDIDA 6.1.1	Seguimiento del sector exterior andaluz
--------------	---

OBJETIVOS	<p>Contar con un diagnóstico permanente del sector exterior andaluz.</p> <p>Prever la evolución del sector exterior para implementar medidas adecuadas.</p> <p>Profundizar en el conocimiento del tejido empresarial y el empleo vinculado al sector exterior.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa estadístico anual: Comexta, IVUS, flujos de inversión extranjera, empresa exportadora</i></p> <p>Seguimiento permanente de la situación del sector exterior andaluz. Permite conocer la estructura y evolución del sector exterior andaluz, cuyas implicaciones afectan a cualquier rama productiva de la economía andaluza.</p> <p><i>Programa de estudios sobre empresas exportadoras andaluzas</i></p> <p>Seguimiento de la realidad de las empresas exportadoras andaluzas, pymes en su gran mayoría, que permite conocer con mayor exactitud las dificultades y barreras con que se encuentran en sus proyectos de internacionalización. Gracias a estos estudios se detectan las necesidades del tejido empresarial y se pueden anticipar ayudas para ofrecerles un apoyo adecuado.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	<p>CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.</p>
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor conocimiento de la economía andaluza. - Rigurosidad en el análisis del sector exterior.

MEDIDA 6.1.2	Difusión de información
OBJETIVOS	<p>Difundir la evolución de la economía andaluza.</p> <p>Generalizar el conocimiento sobre la internacionalización en el conjunto de la sociedad.</p> <p>Aprovechar la información positiva sobre el sector exterior para fomentar el interés en el mismo de la sociedad.</p> <p>Realizar jornadas y reuniones de difusión de los servicios para la internacionalización.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de comunicación</i></p> <p>Recoge un conjunto de actuaciones con las que se trata de hacer visible la actividad de la Administración para el desarrollo de la internacionalización, así como de la actividad y experiencia de las propias empresas. Además de reuniones individuales con empresas interesadas, se cuenta para ello con el portal Web de EXTENDA, la</p>

	difusión a través de medios de comunicación de prensa escrita, radio y televisión así como mediante las redes sociales.
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Acercamiento del sector exterior a la sociedad. - Difusión de los servicios de apoyo a la internacionalización.

LÍNEA ESTRATÉGICA 6.2	<p>Eficiencia en la gestión del apoyo a la internacionalización</p> <p>La coordinación de los esfuerzos y recursos de todos los entes que ofrecen servicios para la internacionalización, o que de alguna manera estén involucrados en su progreso, fomenta un uso adecuado de los recursos disponibles, el aprovechamiento de sinergias y la eficiencia en la gestión. El diálogo entre instituciones elimina duplicidades que puedan crear confusión en las empresas usuarias.</p> <p>Esta colaboración institucional debe quedar plasmada en documentos de consenso, fruto del trabajo conjunto y, al mismo tiempo, de compromiso con las conclusiones obtenidas.</p> <p>Las empresas, los trabajadores y trabajadoras y usuarios de los servicios para la internacionalización deben ser la voz más potente. La participación empresarial es la más relevante pues del diálogo con las mismas se debe obtener una visión de los avances logrados así como conocimiento de sus demandas.</p> <p>Para ello, hay que implementar las herramientas necesarias para un fácil acceso de los usuarios a los servicios para la internacionalización, agilizando y simplificando trámites gracias al uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Y adicionalmente habilitar espacios de comunicación, accesibles online, plataformas que se presten al debate y en las que se puedan verter opiniones y demandas empresariales y, al mismo tiempo, que impulsen la interrelación entre las empresas vinculadas con la internacionalización.</p>
------------------------------	--

MEDIDA 6.2.1	Fomento de la colaboración institucional
---------------------	---

OBJETIVOS	<p>Compartir metas y objetivos para avanzar en la misma dirección.</p> <p>Sumar recursos y evitar incoherencias y duplicidades.</p> <p>Aportar la voz de Andalucía en los foros adecuados.</p> <p>Propiciar la consideración del factor internacional en el resto de políticas económicas de la región.</p>
PROGRAMAS	<p>Colaboración con instituciones y organismos con competencias en internacionalización</p> <p>Fomentar mecanismos para trabajar por la internacionalización de la economía andaluza de manera horizontal en la Administración autonómica. Coordinación de programaciones con otras instituciones orientadas hacia la internacionalización, como el <i>ICEX-España Exportación e Inversiones</i> o las Cámaras de Comercio. Participar en foros de coordinación como el Consejo Interterritorial de Internacionalización. Fomentar la celebración de reuniones con agrupaciones empresariales sectoriales para compartir conocimiento y extraer propuestas de actuación.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	TODAS LAS CONSEJERÍAS PARTICIPANTES EN EL PLAN
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor número de acciones desarrolladas en cooperación entre consejerías. - Mayor eficacia del presupuesto de internacionalización.

MEDIDA 6.2.2	Cercanía al usuario
OBJETIVOS	<p>Facilitar el acceso a la información y los servicios a las empresas y personas usuarias de los programas contenidos en este Plan.</p> <p>Reducir los trámites para las empresas usuarias.</p> <p>Incremento de la transparencia en la gestión.</p> <p>Habilitar espacios de información y comunicación donde tengan voz todas las partes.</p>
PROGRAMAS	<p>Programa de impulso de la e-Administración en la gestión de la internacionalización</p> <p>Impulso de las oficinas virtuales que faciliten la solicitud de participación en los diferentes programas y que permita un seguimiento del trámite por parte de la empresa. Reducción de la documentación requerida y acortamiento de plazos de gestión.</p> <p>Extenda Plus</p> <p>Red profesional de la internacionalización. Permite a las empresas interesadas en la internacionalización estar al</p>

	día de las últimas noticias de su sector, participar en foros profesionales y contactar con otras empresas. Es un instrumento más que facilitará a las empresas la cercanía y la información.
ORGANISMOS IMPLICADOS	CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y CONOCIMIENTO: EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor número de empresas y personas usuarias de los servicios. - Incremento del diálogo con las empresas y personas usuarias.

MEDIDA 6.2.3	Evaluación de políticas públicas
OBJETIVOS	<p>Revisar la ejecución frente a los compromisos adquiridos. Evaluar los recursos comprometidos y la eficacia de los mismos.</p> <p>Evaluar el grado de consecución de metas marcadas. Elaborar informes con la participación de todas las partes implicadas.</p> <p>Difundir las conclusiones de la evaluación y seguimiento.</p>
PROGRAMAS	<p><i>Programa de evaluación y seguimiento de políticas públicas de internacionalización</i></p> <p>Conjunto de actuaciones desarrolladas para medir la intensidad de las políticas públicas aplicadas a la internacionalización, la adecuación de las mismas a las necesidades, así como de los resultados obtenidos. Los resultados obtenidos se sumarán a las evaluaciones de impacto, ejecución y gasto económico que se vienen siguiendo en los planes anteriores.</p> <p><i>Programa Actitud Internacional</i></p> <p>Seguimiento de la propensión hacia la internacionalización en un ámbito determinado como pueda ser el entorno universitario, población en general, etc. con el objetivo de detectar si se incrementa la actitud internacional o no.</p>
ORGANISMOS IMPLICADOS	TODAS LAS CONSEJERÍAS PARTICIPANTES EN EL PLAN
IMPACTO PREVISIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor eficacia en la gestión. - Transparencia en el desarrollo de actuaciones.

7 ■ SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El seguimiento y la evaluación proporcionan la información necesaria para revisar la planificación y modificar la intervención, de manera que se asegure en mayor medida el logro de los objetivos marcados. Al mismo tiempo, favorece la formación, aprendizaje y capacitación de las organizaciones e instituciones que participan en el proceso, propiciando los intercambios entre los diferentes agentes implicados.



Por ello, el seguimiento y la evaluación del Plan se estructuran en torno a unos informes que tendrán en consideración el contexto de ejecución del Plan, la cuantificación de los indicadores establecidos y la ejecución financiera.

El Plan debe evaluarse con la siguiente periodicidad, entendiéndose que la evaluación de cada periodo proporciona además un beneficio adicional según se indica:

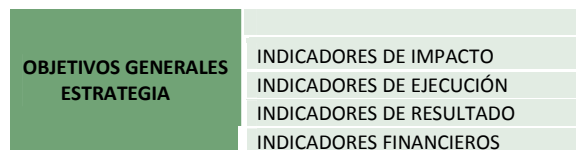
- **Anual.** La finalización de cada ejercicio representa una oportunidad para analizar los datos y revisar resultados y los servicios a corto plazo.
- **Intermedia – Programa Operativo 2015-2017.** Esta evaluación se realizará a mitad de camino en la ejecución del Plan (primer trimestre de 2018) y tiene como objetivo emprender las acciones de ajuste que fueran convenientes y disponer de criterios fundados con los que ordenar las medidas futuras. El ejercicio de evaluación intermedia debe conducir, ante todo, a la adecuación y adaptabilidad del Plan a las referencias del contexto regional, nacional, europeo e internacional en el que se desenvuelve.
- **Final - 2021.** Una vez finalizada la ejecución del Plan, éste debe someterse a un proceso de evaluación con un doble objetivo: por un lado contar con un elemento de referencia para posteriores actuaciones; y por otro, establecer una valoración global del Plan en términos de sus realizaciones y logros.

Los indicadores se establecen ex ante a la ejecución del Plan, para así poder garantizar su evaluación. De ahí la importancia que se les otorga. Pero esto no impide que a lo largo del periodo de ejecución y debido a distintas razones, se pueda modificar el número de indicadores que forman parte de la batería diseñada al principio.

Los distintos tipos de indicadores diseñados para el seguimiento y evaluación de este Plan son los siguientes:

- Los **indicadores de impacto** hacen referencia a las consecuencias del Plan más allá de los efectos inmediatos sobre sus beneficiarios directos.

- Los **indicadores de ejecución** exponen la actividad programada en cada medida y se calculan en unidades materiales o económicas (número de empresas financiadas, número de publicaciones, etc.).
- Los **indicadores de resultado** revelan la satisfacción de las empresas y personas usuarias, así como los réditos logrados (logros alcanzados gracias a la participación en el mismo).
- Los **indicadores financieros** tienen que ver con el presupuesto asignado y ejecutado en cada nivel de la intervención (medidas y ejes).



La Comisión de Seguimiento y Evaluación del Plan estará formada por los siguientes miembros:

- La persona titular de la Secretaría General de Economía de la Consejería de Economía y Conocimiento, que ostentará la Presidencia.
- La persona titular de EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, que ostentará la Vicepresidencia.
- Cuatro vocales representantes designados por la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA).
- Dos vocales representantes designados por la Confederación Sindical de Comisiones Obreras de Andalucía (CCOO-A).
- Dos vocales representantes designados por la Unión General de Trabajadores de Andalucía (UGT-A).
- La persona titular de la Dirección de Planificación y Estrategia de EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, que ostentará la Secretaría.

Y tendrá las siguientes funciones:

- a. Efectuar el seguimiento y evaluación de las actuaciones y programas.
- b. Proponer directrices para la ejecución de los programas operativos del Plan y las prioridades entre las actuaciones previstas en los mismos.
- c. Realizar la propuesta de revisión y actualización de sus líneas directrices a la persona titular de la Consejería de Economía y Conocimiento.
- d. Analizar los informes elaborados por el Comité Técnico, integrado por las consejerías participantes en el Plan.
- e. Solicitar al Comité Técnico cuanta información precise para el adecuado ejercicio de sus funciones.
- f. Conocer el desarrollo de la gestión del Plan y participar, en su caso, de nuevas iniciativas.

Estará asistida por una Secretaría Técnica que actuará como órgano de soporte permanente a la misma. Dicha función recaerá en el Área de Planificación y Estrategia de la EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior. Cuando la especialidad de las cuestiones a analizar así lo requiera, se podrán crear grupos de trabajo específicos o incorporar personas especializadas en la materia como apoyo técnico a las personas integrantes de la Comisión.

El esquema de seguimiento de este Plan de Internacionalización se ajustará al modelo de concertación social pactado por la Junta de Andalucía y los agentes económicos y sociales.

CUADRO DE INDICADORES

OBJETIVO 1 – INCREMENTAR EL PESO DEL SECTOR EXTERIOR EN EL PIB: FOMENTAR LA INTERNACIONALIZACIÓN

	Indicadores
Resultado	Incremento exportaciones Grado de satisfacción de empresas usuarias con los servicios Nº empresas inician/reinician actividad exportadora Nº de empresas beneficiarias Inversión inducida (€) Presupuesto ejecutado (€)

	Indicadores Ejecución
LINEA 1.1	Impulso al emprendimiento internacional
MEDIDA 1.1.1	Cubrir las necesidades iniciales de información y asesoramiento Nº emprendedores asesorados Nº autónomos asesorados Nº empresas economía social asesoradas Nº consultas atendidas
MEDIDA 1.1.2	Impulsar nuevas empresas a la internacionalización Nº empresas apoyadas en condiciones preferentes
MEDIDA 1.1.3	Diseño de planes de internacionalización Nº empresas asesoradas en Diagnóstico Nº empresas asesoradas en Implantación
LINEA 1.2	Posibilitar el desarrollo de planes de internacionalización de las empresas

MEDIDA 1.2.1	Potenciar el acceso a la financiación
	Nº empresas financiadas
MEDIDA 1.2.2	Facilitar la inversión exterior
	Nº empresas apoyadas para la implantación exterior
LINEA 1.3	Facilitar la promoción internacional
MEDIDA 1.3.1	Promoción internacional de productos agroalimentarios
	Nº acciones de promoción agrupada realizadas Nº empresas apoyadas en promoción (agrupada) Nº empresas apoyadas en promoción (individual)
MEDIDA 1.3.2	Promoción internacional de bienes de consumo
	Nº acciones de promoción agrupada realizadas Nº empresas apoyadas en promoción (agrupada) Nº empresas apoyadas en promoción (individual)
MEDIDA 1.3.3	Promoción internacional de productos tecnológicos e industriales
	Nº acciones de promoción agrupada realizadas Nº empresas apoyadas en promoción (agrupada) Nº empresas apoyadas en promoción (individual)
MEDIDA 1.3.4	Promoción internacional de servicios
	Nº acciones de promoción agrupada realizadas Nº empresas apoyadas en promoción (agrupada) Nº empresas apoyadas en promoción (individual)

OBJETIVO 2 – FORTALECER EL TEJIDO EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN: CONSOLIDAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ANDALUZAS Y POTENCIAR LA COOPERACION EMPRESARIAL

	Indicadores
Resultado	Diversificación sectorial de las exportaciones Incremento exportaciones de media/alta intensidad tecnológica (%) Grado de satisfacción de empresas usuarias con los servicios Nº empresas exportadoras regulares que inician/reinician actividad exportadora Nº de empresas beneficiarias Nº empleos vinculados a la inversión en el exterior Presupuesto ejecutado (€)

	Indicadores Ejecución
LINEA 2.1	Desarrollar la oferta exportable
MEDIDA 2.1.1	Diversificar los sectores exportadores

	Nº estudios realizados Nº proyectos de investigación Nº patentes comercializadas Nº acciones para impulso sectorial Nº clústeres en internacionalización
LINEA 2.2	Impulsar la innovación
MEDIDA 2.2.1	Fomentar nuevas fórmulas de comercialización
	Nº acciones para innovación comercial Nº plataformas sectoriales Nº empresas integradas en las plataformas
MEDIDA 2.2.2	Potenciar el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
	Nº acciones para fomento TIC Nº empresas participantes en acciones para fomento TIC Nº proyectos subvencionados en Turismo
LINEA 2.3	Promover la cooperación empresarial
MEDIDA 2.3.1	Colaboración con agrupaciones empresariales para promoción sectorial
	Nº campañas sectoriales Nº asociaciones apoyadas Nº de proyectos de internacionalización realizados
MEDIDA 2.3.2	Incrementar las oportunidades para las empresas a través de la cooperación
	Nº grupos exportación apoyados Nº de proyectos transfronterizos y transnacionales desarrollados Nº acciones con las Comunidades Andaluza
MEDIDA 2.3.3	Fomentar las alianzas estratégicas
	Nº empresas vinculadas a la red Nº de alianzas empresariales realizadas
LINEA 2.4	Fomentar la cultura de la internacionalización
MEDIDA 2.4.1	Reconocimiento empresarial en el ámbito de la internacionalización
	Nº casos empresariales difundidos

OBJETIVO 3 – SOSTENIBILIDAD Y GENERACION DE EMPLEO DE CALIDAD: CUALIFICACIÓN PROFESIONAL, EMPLEO ESTABLE Y EN IGUALDAD

	Indicadores
Resultado	Grado de satisfacción de las empresas usuarias con los servicios Nº alumnos formados Nº de empresas beneficiarias Presupuesto ejecutado (€)

	Indicadores Ejecución
LINEA 3.1	Formación en internacionalización
MEDIDA 3.1.1	Formación a las empresas
	Nº cursos de formación desarrollados Nº empresas apoyadas en formación Nº de jóvenes formados Nº de mujeres formadas Nº de personas formadas por titulación
MEDIDA 3.1.2	Formación para la generación de profesionales
	Nº becas concedidas Nº acciones formativas para el empleo Nº acciones en Cátedras de internacionalización Nº de jóvenes formados Nº de mujeres formadas Nº de personas formadas por titulación
LINEA 3.2	Dotación de recursos humanos cualificados
MEDIDA 3.2.1	Incorporación de profesionales de internacionalización
	Nº empresas asesoradas en RRHH Nº de profesionales contratados

OBJETIVO 4 – DIVERSIFICAR GEOGRÁFICAMENTE LAS EXPORTACIONES: CAPTACIÓN DE CLIENTELA Y OPORTUNIDADES EN EL EXTRANJERO

	Indicadores
Resultado	% incremento exportaciones por área geográfica Grado de satisfacción de las empresas usuarias con los servicios Incremento empresas exportadoras por áreas geográficas Nº de empresas beneficiarias Presupuesto ejecutado (€)

	Indicadores Ejecución
LINEA 4.1	Estudio y prospección de nuevos mercados
MEDIDA 4.1.1	Diversificación de mercados
	Nº de estudios de mercado Nº de jornadas técnicas Nº asesoramiento específico en mercados
MEDIDA 4.1.2	Refuerzo de la Red Exterior
	Nº de oficinas y antenas

LINEA 4.2	Identificación de clientela para comercialización
MEDIDA 4.2.1	Actividad comercial para empresas
	Nº de empresas atendidas por la Red Exterior Nº de eventos con importadores/prescriptores
MEDIDA 4.2.2	Localización de eventos promocionales
	Nº de visitas prospectivas
LINEA 4.3	Detección de oportunidades en el extranjero
MEDIDA 4.3.1	Atención de demandas de compra de clientes extranjeros
	Nº de oportunidades de negocio distribuidas por la Red Exterior Nº de empresas que utilizan este servicio
MEDIDA 4.3.2	Aprovechar oportunidades de proyectos con financiación pública, privada y multilateral
	Nº empresas receptoras de oportunidades de negocio en licitaciones y proyectos públicos, privados y multilateral

OBJETIVO 5 – ATRAER INVERSIÓN DIRECTA EXTRANJERA A ANDALUCÍA: CAPTACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA

	Indicadores
Resultado	Incremento de la inversión extranjera recibida Nº empresas inversoras Incremento del stock de inversión extranjera en Andalucía Nº empresas andaluzas/año que reciben inversión extranjera Nº de empleos vinculados a la inversión extranjera Presupuesto ejecutado (€)

	Indicadores Ejecución
LINEA 5.1	Captación de inversión directa extranjera
MEDIDA 5.1.1	Promoción andaluza para la captación de IDE y gestión de proyectos de inversión
	Nº acciones de promoción de difusión de Andalucía Nº de contactos realizados en el extranjero Nº nuevos proyectos gestionados en el año
LINEA 5.2	Consolidación de inversión directa extranjera
MEDIDA 5.2.1	Atención al inversor extranjero
	Nº consultas de inversores atendidas Nº de acciones de aftercare

OBJETIVO 6 – IMPULSAR LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE

LA INTERNACIONALIZACIÓN

	Indicadores
Resultado	Nº de acciones ejecutadas de manera conjunta con otros organismos Presupuesto ejecutado (€)

	Indicadores Ejecución
LINEA 6.1	Información del sector exterior andaluz
MEDIDA 6.1.1	Seguimiento del sector exterior andaluz
	Nº publicaciones estadísticas Nº informes empresa internacional
MEDIDA 6.1.2	Difusión de información
	Nº de actividades comerciales (visitas y reuniones) Nº impactos en comunicación
LINEA 6.2	Eficiencia en la gestión del apoyo a la internacionalización
MEDIDA 6.2.1	Fomento de la colaboración institucional
	Nº reuniones de colaboración
MEDIDA 6.2.2	Cercanía al usuario
	Nº de solicitudes de participaciones tramitadas online Nº usuarios Extenda Plus
MEDIDA 6.2.3	Evaluación de políticas públicas
	Nº informes evaluación y seguimiento Nº de consultas realizadas

8. PLAN OPERATIVO 2015-2017

8.1 PROGRAMAS

OBJETIVO 1- INCREMENTAR EL PESO DEL SECTOR EXTERIOR EN EL PIB: FOMENTAR LA INTERNACIONALIZACIÓN

LÍNEA ESTRATÉGICA 1.1: IMPULSO AL EMPRENDIMIENTO INTERNACIONAL

MEDIDA ESTRATÉGICA 1.1.1	Cubrir las necesidades iniciales de información y asesoramiento
PROGRAMA DE EMPRENDEDORES INTERNACIONALES	
Servicios básicos de información, asesoramiento y formación dirigidos a orientar a los emprendedores andaluces hacia la internacionalización de productos y servicios.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Información • Formación • Asesoramiento especializado 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (Fundación Andalucía Emprende)	
PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN EN EL TRABAJO AUTÓNOMO	
Este programa comprende actuaciones variadas orientadas a la investigación, asesoramiento y difusión sobre la iniciación a la exportación de productos y servicios, así como el acceso a nuevos mercados para los trabajadores autónomos andaluces.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Investigación (estudios sectoriales) • Asesoramiento • Difusión 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (D.G. Economía Social y Autónomos)	
PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA SOCIAL	
Actuaciones de difusión de la economía social y de financiación de proyectos empresariales de cooperación y formación en los que la internacionalización de la empresa está considerada un área formativa prioritaria.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Difusión • Financiación 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (D.G. Economía Social y Autónomos)	
PROGRAMA DE INFORMACIÓN	
Servicio que proporciona a la empresa andaluza respuesta a sus necesidades de información en materia de comercio exterior, ya sea sectorial, técnica o sobre los	

mercados de su interés.
ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de información de EXTENDA (consultas) • Jornadas técnicas • Asesores virtuales
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

MEDIDA ESTRATÉGICA 1.1.2	Impulsar nuevas empresas a la internacionalización
PROGRAMA DE APOYO A LA INCORPORACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN	
Rebaja progresiva en las cuotas de participación en acciones como misiones comerciales, talleres, asesoramiento en recursos humanos y proyectos individuales de la Red Exterior para determinadas empresas.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Reducción 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

MEDIDA ESTRATÉGICA 1.1.3	Diseño de planes de internacionalización
PROGRAMA DE ASESORAMIENTO EN DIAGNÓSTICO	
Asesoramiento que permite a la empresa definir su plan de internacionalización.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento • Diagnóstico empresarial 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
PROGRAMA DE ASESORAMIENTO EN IMPLANTACIÓN	
Asesoramiento destinado a las empresas que quieran implantarse comercialmente en el exterior a través del establecimiento de filiales comerciales.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento • Implantación empresarial 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

LÍNEA ESTRATÉGICA 1.2: POSIBILITAR EL DESARROLLO DE PLANES DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

MEDIDA ESTRATÉGICA	Potenciar el acceso a la financiación
---------------------------	--

1.2.1	
PROGRAMA DE FONDO REEMBOLSABLE DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN	
Gestión de la oferta de financiación de proyectos empresariales para la internacionalización mediante el Fondo de Internacionalización.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Fondo para la internacionalización de la economía 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
Consejería de Empleo, Empresa y Comercio (IDEA-Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía)	
PROGRAMA DE AYUDAS FINANCIERAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN	
Concesión de incentivos reembolsables para las empresas exportadoras andaluzas que lo necesiten para llevar a cabo su plan de internacionalización.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Financiación reembolsable Bonificación de tipos de interés 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

MEDIDA ESTRATÉGICA	Facilitar la inversión exterior
1.2.2	
PROGRAMA DE APOYO A LA IMPLANTACIÓN EN EL EXTERIOR	
Apoyo a las empresas andaluzas que quieran afianzar su presencia en mercados exteriores a través de una implantación comercial.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Financiación Incentivos 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

LÍNEA ESTRATÉGICA 1.3: FACILITAR LA PROMOCIÓN INTERNACIONAL

MEDIDA ESTRATÉGICA	Promoción internacional de productos agroalimentarios
1.3.1	
PROGRAMA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS	
Herramientas variadas que facilitan a las empresas andaluzas la promoción de sus productos agroalimentarios en otros mercados, mediante la participación agrupada en eventos de promoción.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Ferias comerciales internacionales Misiones comerciales directas e inversas Promociones en puntos de venta Campañas sectoriales Encuentros empresariales 	

<ul style="list-style-type: none"> Degustaciones Acciones singulares
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)
Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural
PROGRAMA DE APOYO INDIVIDUAL A PLANES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS AGROALIMENTARIAS-CHEQUE EXPORTACIÓN
Apoyo dirigido a incentivar la participación de la empresa andaluza en actividades promocionales en el extranjero.
ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> Incentivos
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

MEDIDA ESTRATÉGICA	Promoción internacional de bienes de consumo
1.3.2	
PROGRAMA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE BIENES DE CONSUMO	
Herramientas variadas que facilitan a las empresas andaluzas la promoción de sus bienes de consumo en otros mercados, mediante la participación agrupada en eventos de promoción.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Ferias comerciales internacionales Misiones comerciales directas e inversas Campañas sectoriales Promociones en punto de venta Encuentros empresariales Desfiles Showrooms Acciones singulares 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
PROGRAMA DE APOYO INDIVIDUAL A PLANES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS DE BIENES DE CONSUMO-CHEQUE EXPORTACIÓN	
Apoyo dirigido a incentivar la participación de la empresa andaluza en actividades promocionales en el extranjero.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Incentivos 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

MEDIDA ESTRATÉGICA	Promoción internacional de productos tecnológicos e industriales
1.3.3	
PROGRAMA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS TECNOLÓGICOS E INDUSTRIALES	
Herramientas variadas que facilitan a las empresas andaluzas la promoción de sus	

productos tecnológicos e industriales en otros mercados, mediante la participación agrupada en eventos de promoción.
ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Ferias internacionales • Misiones comerciales directas e inversas • Promociones en punto de venta • Campañas sectoriales • Encuentros empresariales • Showrooms • Acciones singulares
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)
PROGRAMA DE APOYO INDIVIDUAL A PLANES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS DE PRODUCTOS TECNOLÓGICOS E INDUSTRIALES-CHEQUE EXPORTACIÓN
Dirigido a incentivar la participación de la empresa andaluza en actividades promocionales en el extranjero.
ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

MEDIDA ESTRATÉGICA	Promoción internacional de servicios
1.3.4	
PROGRAMA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE SERVICIOS	
Herramientas variadas que facilitan a las empresas andaluzas la promoción de sus servicios en otros mercados, mediante la participación agrupada en eventos de promoción.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Ferias comerciales internacionales • Misiones comerciales directas e inversas • Encuentros empresariales • Acciones singulares 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
Consejería de Turismo y Deporte (Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía)	
Consejería de Cultura	
PROGRAMA DE APOYO INDIVIDUAL A PLANES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS-CHEQUE EXPORTACIÓN	
Dirigido a incentivar la participación de la empresa andaluza en actividades promocionales en el extranjero.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

**OBJETIVO 2- FORTALECER EL TEJIDO EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN:
CONSOLIDAR LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ANDALUZAS
Y POTENCIAR LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL**

LÍNEA ESTRATÉGICA 2.1: DESARROLLAR LA OFERTA EXPORTABLE

MEDIDA ESTRATÉGICA 2.1.1	Diversificar los sectores exportadores
PROGRAMA DE PUBLICACIONES, ESTUDIOS Y ANÁLISIS SECTORIAL	
Elaboración de informes y publicación de documentos sobre sectores de la oferta exportable andaluza, así como sobre el tejido empresarial andaluz.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios sectoriales • Informes • Otras publicaciones 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio	
PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN	
Celebración de jornadas y participación en eventos para fomentar el acceso de las empresas andaluzas a los proyectos de investigación I+D con financiación europea.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Jornadas 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (S.G. de Universidades, Investigación y Tecnología)	
Consejería de Salud	
Consejería de Empleo, Empresa y Comercio (S.G. de Innovación, Industria y Energía)	
Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio	
PROGRAMA DE ACTUACIONES PARA IMPULSO SECTORIAL	
Actuaciones singulares para impulsar la promoción de sectores con potencial para contribuir a la diversificación sectorial de las exportaciones andaluzas.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Jornadas • Cursos 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Empleo, Empresa y Comercio (S.G. de Innovación, Industria y Energía)	
Consejería de Fomento y Vivienda	
Consejería de Turismo y Deporte (Fundación Real Escuela Andaluza de Arte Ecuestre)	
Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio	
PROGRAMA DE PROYECCIÓN INTERNACIONAL DE CLÚSTERES ANDALUCES	
Impulso de la proyección internacional de los clústeres andaluces.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	

- Acciones de fomento y difusión

CONSEJERÍAS PARTICIPANTES

Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio

LÍNEA ESTRATÉGICA 2.2: IMPULSAR LA INNOVACIÓN

MEDIDA ESTRATÉGICA 2.2.1	Fomentar nuevas fórmulas de comercialización socialmente responsables
PROGRAMA DE INNOVACIÓN COMERCIAL	
Herramientas que permiten a las empresas andaluzas familiarizarse con el uso de los instrumentos de promoción y comercialización online, así como con el uso de las redes sociales.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Jornadas informativas • E-business • Otras 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
PLATAFORMAS SECTORIALES PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN	
Plataformas virtuales que se ponen al alcance de las empresas andaluzas para que presenten su oferta y se promocionen.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Portales sectoriales 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
Consejería de Turismo y Deporte (Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía)	
Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio	

MEDIDA ESTRATÉGICA 2.2.2	Potenciar el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
PROGRAMA ANDALUCÍA LAB	
Acciones para transmitir conocimientos a los profesionales y actores del sector turístico andaluz.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Formación • Jornadas de difusión 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Turismo y Deporte	
PROGRAMA DE APOYO PARA EL FOMENTO DE SERVICIOS TURÍSTICOS	
Subvenciones para fomentar los servicios turísticos y la creación de nuevos productos (modalidad ITP).	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Subvenciones 	

CONSEJERÍAS PARTICIPANTES

Consejería de Turismo y Deporte

LÍNEA ESTRATÉGICA 2.3: PROMOVER LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL

MEDIDA ESTRATÉGICA 2.3.1	Colaboración con agrupaciones empresariales para promoción sectorial
---------------------------------	---

PROGRAMA DE CAMPAÑAS SECTORIALES

Combinación de acciones de promoción y comunicación de sectores prioritarios de la oferta exportable andaluza en mercados estratégicos

ACTUACIONES A DESARROLLAR

- Campañas sectoriales

CONSEJERÍAS PARTICIPANTES

Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

PROGRAMA DE INCENTIVOS A LAS ASOCIACIONES SECTORIALES

Refuerzo que se ofrece a las asociaciones sectoriales en sus actuaciones en el extranjero y que beneficia a las empresas asociadas.

ACTUACIONES A DESARROLLAR

- Incentivos

CONSEJERÍAS PARTICIPANTES

Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

MEDIDA ESTRATÉGICA 2.3.2	Incrementar las oportunidades para las empresas a través de la cooperación
---------------------------------	---

PROGRAMA DE ASESORAMIENTO PARA LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL

Asesoramiento que se presta a los grupos o consorcio para que diseñen su plan de internacionalización cuando éstos no disponen de los conocimientos, experiencia o el tiempo necesarios.

ACTUACIONES A DESARROLLAR

- Encuentros empresariales
- Grupos de exportación

CONSEJERÍAS PARTICIPANTES

Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

PROGRAMA DE INCENTIVOS A LA COOPERACIÓN

Ayuda a las empresas andaluzas interesadas en la cooperación empresarial en el sector exterior a través de la formación de un grupo de exportación o consorcio.

ACTUACIONES A DESARROLLAR

- Asesoramiento

CONSEJERÍAS PARTICIPANTES

Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

PROGRAMA DE COOPERACIÓN TRANSFRONTERIZA Y TRANSNACIONAL

Orientado al desarrollo empresarial en la Unión Europea.

ACTUACIONES A DESARROLLAR

<ul style="list-style-type: none"> • Promoción • Información • Asesoramiento
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de la Presidencia y Administración Local Consejería de Empleo, Empresa y Comercio (S.G. de Innovación, Industria y Energía)
PROGRAMA COMUNIDADES ANDALUZAS-CONECTANDO
Potenciación de las relaciones sociales, culturales, económicas y políticas con los territorios donde existan comunidades andaluzas.
ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de promoción de empresas y productos andaluces en los países donde están reconocidas estas comunidades • Encuentro entre empresas andaluzas y asociaciones de andaluces en el extranjero
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de la Presidencia y Administración Local

MEDIDA ESTRATÉGICA 2.3.3	Fomentar las alianzas estratégicas
PROGRAMA DE REDES DE COOPERACIÓN ESTRATÉGICA	
Foro que funciona como punto de encuentro internacional para empresas que busquen alianzas con otras empresas, proveedores, ampliar y/o complementar su cartera de productos y servicios.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Foro • Encuentros • Jornadas 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

LÍNEA ESTRATÉGICA 2.4: FOMENTAR LA CULTURA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

MEDIDA ESTRATÉGICA 2.4.1	Reconocimiento empresarial en el ámbito de la internacionalización
PREMIOS ALAS	
Reconocimiento social e institucional a las empresas que hayan destacado más en las distintas facetas de un proceso de internacionalización.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Evento anual 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
PROGRAMA DE ESTUDIO Y DIFUSIÓN DE CASOS DE ÉXITO	
Estudios que analizan casos empresariales de internacionalización.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios • Informes de casos empresariales • Jornadas / Encuentros empresariales de difusión de los casos • Vídeos testimoniales de empresas para emisión en web • Concesión de premios 	

CONSEJERÍAS PARTICIPANTES

Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)
--

OBJETIVO 3- SOSTENIBILIDAD Y GENERACIÓN DE EMPLEO DE CALIDAD: CUALIFICACIÓN PROFESIONAL, EMPLEO ESTABLE Y EN IGUALDAD

LÍNEA ESTRATÉGICA 3.1: FORMACIÓN EN INTERNACIONALIZACIÓN

MEDIDA ESTRATÉGICA 3.1.1	Formación a las empresas
PROGRAMA IDIOMAS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN	
Oferta formativa de cursos de idiomas específicos para la internacionalización.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none">• Cursos de formación	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
PROGRAMA DE FORMACIÓN TÉCNICA	
Programa anual de formación para participación agrupada de empresas.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none">• Cursos de formación	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

MEDIDA ESTRATÉGICA 3.1.2	Formación para la generación de profesionales
PROGRAMA DE FORMACION PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN	
Programas de ayuda a la formación.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none">• Formación EXTENDA de internacionalización• Becas Fulbright• Becas Talentia y Talentia Postdoc• Becas Andalucía Talenthub	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Agencia Andaluza del Conocimiento, S.G. de Universidades, Investigación y Tecnología)	
PROGRAMA DE FORMACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPLEO	
Subvenciones para la formación en materias relacionadas con el comercio internacional, el marketing y los idiomas.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none">• Cursos de formación	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Empleo, Empresa y Comercio	
PROGRAMA DE SELECCIÓN Y FORMACIÓN DE PROFESIONALES PARA LA	

INTERNACIONALIZACIÓN
Homogeneización y homologación de profesionales de comercio internacional.
ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> Profesionales internacionales
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)
PROGRAMA DE CÁTEDRAS DE INTERNACIONALIZACIÓN
Orientadas a aproximar el mundo de la internacionalización a los estudiantes de las universidades andaluzas.
ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> Seminarios y jornadas Investigación Publicaciones
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

LÍNEA ESTRATÉGICA 3.2: DOTACIÓN DE RECURSOS HUMANOS CUALIFICADOS

MEDIDA ESTRATÉGICA	Incorporación de profesionales de internacionalización
3.2.1	
PROGRAMA DE ASESORAMIENTO EN RECURSOS HUMANOS	
Proporciona a las empresas asesoramiento para la incorporación de profesionales especializados.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Consultoría 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Agenda Andaluza del Conocimiento)	
PROGRAMA DE INCENTIVOS A LA INCORPORACIÓN DE PROFESIONALES A LAS EMPRESAS	
Ayuda a las empresas andaluzas facilitando el desarrollo de un proyecto internacional mediante la incorporación de un profesional especializado y con experiencia contrastada en comercio internacional.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Incentivos 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

OBJETIVO 4- DIVERSIFICAR GEOGRÁFICAMENTE LAS EXPORTACIONES: CAPTACIÓN DE CLIENTELA Y OPORTUNIDADES EN EL EXTRANJERO

LÍNEA ESTRATÉGICA 4.1: ESTUDIO Y PROSPECCIÓN DE NUEVOS MERCADOS

MEDIDA ESTRATÉGICA 4.1.1	Diversificación de mercados
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE MERCADO	
Producción, por organismos de la Junta de Andalucía o bien propiciados por los mismos, de documentos informativos relativos a mercados internacionales.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Estudios de mercado 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
PROGRAMA DE ASESORAMIENTO ESPECÍFICO EN MERCADOS	
Prestación de servicios de asesoramiento específico.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Asesoramiento Información Formación 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de la Presidencia y Administración Local	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
Consejería de Empleo, Empresa y Comercio (S.G. Innovación, Industria y Energía)	
PROGRAMA DE JORNADAS TÉCNICAS SOBRE MERCADOS	
Presentaciones informativas sobre la oferta andaluza en el exterior, o bien sobre la oferta de un mercado extranjero en Andalucía.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Jornadas Talleres 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

MEDIDA ESTRATÉGICA 4.1.2	Refuerzo de la Red Exterior
PROGRAMA DE GESTIÓN DE LA RED EXTERIOR	
Tareas para definir la gestión de la Red Exterior.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Estudios de mercado 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

LÍNEA ESTRATÉGICA 4.2: IDENTIFICACIÓN DE CLIENTELA EN EL EXTERIOR

MEDIDA ESTRATÉGICA 4.2.1	Actividad comercial para empresas
PROGRAMA DE PROYECTOS INDIVIDUALES RED EXTERIOR	
Programa que proporciona asesoramiento, asistencia personalizada y seguimiento en	

materia de prospección, apertura y consolidación en un mercado en los países atendidos por la Red Exterior.
ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos individuales
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)
PROGRAMA DE COLABORACIÓN CON IMPORTADORES/PRESCRIPTORES
Incentivos que se ofrecen a quienes colaboran con empresas andaluzas, o bien fomentando el origen Andalucía en sus mercados a través del apoyo a un plan de marketing presentado por los mismos.
ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a importadores/prescriptores
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)
ENCUENTRO/ENCLAVE INTERNACIONAL
Seminarios y reuniones dirigidos a acercar las empresas andaluzas a los mercados en los que se encuentra presente la Red Exterior.
ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Encuentro bienal
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

MEDIDA ESTRATÉGICA 4.2.2	Localización de eventos promocionales
PROGRAMA DE VISITAS PROSPECTIVAS	
Visitas de los técnicos de Extenda y del personal de la Red Exterior a distintos eventos y/o mercados con vistas a su promoción en futuros servicios a prestar a las empresas andaluzas.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Visitas de prospección 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

LÍNEA ESTRATÉGICA 4.3: DETECCIÓN DE OPORTUNIDADES EN EL EXTRANJERO

MEDIDA ESTRATÉGICA 4.3.1	Atención de demandas de compra de clientes extranjeros
OPORTUNIDADES DE NEGOCIO CAPTADAS POR LA RED EXTERIOR	
Petición concretas de negocio identificadas por EXTENDA y que se difunden entre las empresas andaluzas potencialmente interesadas.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	

<ul style="list-style-type: none"> Oportunidades de negocio
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

MEDIDA ESTRATÉGICA 4.3.2	Aprovechar oportunidades de proyectos con financiación pública, privada y multilateral
OPORTUNIDADES DE NEGOCIO MULTILATERAL Y LICITACIONES PÚBLICAS O PRIVADAS	
Conjunto de actuaciones enfocadas al asesoramiento a las empresas para el acceso al negocio que generan las Instituciones Financieras Internacionales de Desarrollo y las licitaciones y proyectos públicos o privados internacionales de interés para las empresas.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Información Formación Promoción 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

OBJETIVO 5- ATRAER INVERSIÓN DIRECTA EXTRANJERA A ANDALUCÍA: CAPTACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA

LÍNEA ESTRATÉGICA 5.1: CAPTACIÓN DE INVERSIÓN DIRECTA EXTRANJERA

MEDIDA ESTRATÉGICA 5.1.1	Promoción andaluza para la captación de IDE y gestión de proyectos de inversión
PROGRAMA DE ATRACCIÓN DE INVERSIONES	
Programa dirigido a atraer inversión directa extranjera a Andalucía.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> Difusión ventajas de Andalucía Promoción de Andalucía como destino de inversión directa extranjera Identificación de proyectos de inversión y gestión de los mismos 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	
Consejería de Empleo, Empresa y Comercio (IDEA-Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía)	

LÍNEA ESTRATÉGICA 5.2: CONSOLIDACIÓN DE INVERSIÓN DIRECTA EXTRANJERA

MEDIDA ESTRATÉGICA 5.2.1	Atención a las empresas inversoras extranjeras
PROGRAMA DE CONSOLIDACIÓN DE INVERSIÓN DIRECTA EXTRANJERA	
Programa dirigido a atender las necesidades de las empresas inversoras extranjeras ya implantadas en Andalucía.	

ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Información necesaria para las empresas inversoras extranjeras • Asesoramiento para la localización • Política de incentivos
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Empleo, Empresa y Comercio (IDEA-Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía)

OBJETIVO 6- IMPULSAR LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

LÍNEA ESTRATÉGICA 6.1: INFORMACIÓN DEL SECTOR EXTERIOR ANDALUZ

MEDIDA ESTRATÉGICA	Seguimiento del sector exterior andaluz
6.1.1	
PROGRAMA ESTADÍSTICO ANUAL: COMEXTA, IVUS, FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA, EMPRESA EXPORTADORA	
Programa dirigido a asegurar el seguimiento permanente del sector exterior andaluz.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Informes estadísticos • Encuestas 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento	
PROGRAMA DE ESTUDIOS SOBRE EMPRESAS EXPORTADORAS	
Programa orientado a realizar un seguimiento de la realidad de las empresas exportadoras andaluzas, para conocer en profundidad las dificultades con que se encuentran en sus procesos de internacionalización.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

MEDIDA ESTRATÉGICA	Difusión de información
6.1.2	
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN	
Actuaciones para hacer visible la actividad de la Administración en el desarrollo de la internacionalización.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Portal web EXTENDA • Envíos a medios de comunicación (prensa, radio, televisión...) • Redes sociales • Boletín informativo semanal 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

LÍNEA ESTRATÉGICA 6.2: EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DEL APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN

MEDIDA ESTRATÉGICA 6.2.1	Fomento de la colaboración institucional
COLABORACIÓN CON INSTITUCIONES Y ORGANISMOS CON COMPETENCIAS EN INTERNACIONALIZACIÓN	
Fomento de los mecanismos que permiten trabajar por la internacionalización de la economía andaluza de manera horizontal en la Administración autonómica.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación de programaciones • Foros de coordinación • Reuniones con agrupaciones empresariales 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Todas las consejerías participantes en el Plan	

MEDIDA ESTRATÉGICA 6.2.2	Cercanía al usuario
PROGRAMA DE IMPULSO DE LA E-ADMINISTRACIÓN EN GESTIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN	
Impulso de las oficinas virtuales que faciliten la solicitud de participación en los diferentes programas y que permita un seguimiento del trámite por parte de la empresa.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Solicitudes online • Sugerencias online • Sistemas de clave de acceso por cliente 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Red Exterior)	
EXTENDA PLUS	
Red profesional de la internacionalización	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Extenda Plus 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)	

MEDIDA ESTRATÉGICA 6.2.3	Evaluación de políticas públicas
PROGRAMA DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE INTERNACIONALIZACIÓN	
Actuaciones orientadas a medir la intensidad de las políticas públicas aplicadas a la internacionalización, su adecuación y los resultados obtenidos.	
ACTUACIONES A DESARROLLAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Informes 	
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES	
Todas las consejerías participantes en el Plan	
PROGRAMA DE ACTITUD INTERNACIONAL	
Consultas orientadas a detectar la propensión hacia la internacionalización en ámbitos	

determinados.
ACTUACIONES A DESARROLLAR
<ul style="list-style-type: none"> • Foro • Consultas
CONSEJERÍAS PARTICIPANTES
Consejería de Economía y Conocimiento (EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

9 ■ ESCENARIO FINANCIERO

9.1 RECURSOS FINANCIEROS

Como se ha indicado en el capítulo anterior, la gestión de las actuaciones vinculadas al desarrollo del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza Horizonte 2020 corresponderá en su mayor parte a la Consejería de Economía y Conocimiento, principalmente a través de EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

En consecuencia, por lo que se refiere a los recursos financieros disponibles para la ejecución de este Plan, debemos distinguir los siguientes supuestos:

- Actuaciones llevadas a cabo por EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, financiadas con recursos propios de la Junta de Andalucía. En este supuesto, por motivos de prudencia financiera, se ha formulado la hipótesis del mantenimiento del mismo nivel de recursos financieros del año 2015, compuesto tanto por la transferencia de financiación a EXTENDA (12,9 millones de euros) como por la financiación de actuaciones de apoyo a la internacionalización de la economía que no son elegibles con cargo a Fondos Europeos (3 millones), durante todo el período 2015-2020, lo que arrojaría un total de 95,6 millones de euros.
- Actuaciones llevadas a cabo por EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, financiadas con cargo al antiguo programa operativo 2007-2013, en virtud de la regla financiera “n+2”. Estas actuaciones, que ascienden a 11,8 millones, sólo son aplicables al ejercicio 2015.
- Actuaciones financiadas con cargo a los fondos europeos en el período 2015-2020. Dichas actuaciones son las que aparecen en la programación presentada ante la Comisión Europea para los Programas Operativos del período 2014-2020. En concreto, las actuaciones de apoyo a la internacionalización de las empresas se recogen en el Objetivo Temático 3 (“Mejorar la competitividad de las PYMEs”) del Programa Operativo FEDER para dicho período, y se estima que las mismas podrían ascender a 125 millones de euros, distribuidas en tres grandes grupos de acciones:

- De un lado, la puesta en marcha de incentivos tanto a empresas con importante presencia en la internacionalización de la economía andaluza como a la puesta en marcha de una estrategia para la captación de inversiones extranjeras directas en los sectores de mayor atractivo para la inversión productiva en Andalucía, regulados actualmente en el Programa de Incentivos para el Desarrollo Industrial y la Creación de Empleo en Andalucía, gestionado por la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, por importe de 45 millones de euros.
- De otro, la puesta en marcha de programas de promoción internacional de la actual oferta de productos turísticos de Andalucía, por importe de 60 millones de euros.
- Por último, la puesta en marcha de líneas específicas para la internacionalización de las empresas andaluzas, por importe de 20 millones de euros.

Estos grupos de actuaciones se llevarán a cabo por las Consejerías que sean competentes en las respectivas materias indicadas, con arreglo a lo que se indique en el Programa Operativo correspondiente. Dado que en el momento de redacción del presente Plan Estratégico aún no se ha producido la aprobación de los Programas Operativos, las cifras anteriormente indicadas corresponden a una previsión de programación de los fondos europeos en el período 2014-2020, por lo que aún no tienen reflejo presupuestario en el ámbito de los órganos gestores.

- Actuaciones llevadas a cabo por otras Consejerías, conforme a lo indicado en el capítulo 7 del presente Plan Estratégico y a la distribución de competencias que tenga lugar en cada momento. Estas Consejerías llevarán a cabo estas actuaciones con arreglo a las disponibilidades presupuestarias existentes para cada ejercicio presupuestario, por lo que las mismas no pueden ser objeto de concreción en el momento de elaboración del presente Plan.
- Por último, entre los recursos financieros aplicables a la ejecución de actuaciones del Plan, deben incluirse dos de tipo extrapresupuestario: en primer lugar, los recursos propios generados en cada año por EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, que se estimarían en 1 millón de euros para cada ejercicio, lo que daría un total de 6 millones para el período 2015-2020. En segundo lugar, el Fondo de apoyo a la internacionalización de las empresas, creado por la disposición adicional novena de la Ley 3/2008, de 23 de diciembre, del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2009, y regulado mediante Convenio entre la Consejería de Hacienda y Administración Pública y la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, de fecha 4 de febrero de 2011. Dicho Fondo tiene una dotación actual de 50 millones de euros, procedentes de las provisiones de fondos incluidas en los presupuestos de la Junta de Andalucía para los años 2009 y 2012. Al tratarse de un fondo de naturaleza retornable, y que los objetivos del mismo entroncan directamente con los del Plan Estratégico de Internacionalización, se considera que esta dotación puede añadirse de forma íntegra a los recursos financieros destinados al Plan Estratégico, sin que sea posible su distribución por anualidades.

En conjunto, la suma de los recursos financieros indicados en los párrafos anteriores asciende a un total de 288,6 millones de euros

9.2 CUADRO FINANCIERO POR OBJETIVOS DEL PLAN

La distribución del total de recursos financieros prevista para cada uno de los Objetivos se desglosa como sigue:

	2015-2020
OBJETIVO 1.- Incrementar el peso del sector exterior en el PIB: fomentar la internacionalización.	202.781.849,62 €
OBJETIVO 2.- Fortalecer el tejido empresarial y la innovación: consolidar la internacionalización de las empresas andaluzas y potenciar la cooperación empresarial.	11.828.170,91 €
OBJETIVO 3.- Sostenibilidad y generación de empleo de calidad: cualificación profesional, contratación estable y en igualdad	32.640.967,01 €
OBJETIVO 4.- Diversificar geográficamente las exportaciones: captación de clientela y oportunidades en el extranjero.	24.474.103,31 €
OBJETIVO 5.- Atraer inversión directa extranjera a Andalucía: captación y consolidación de inversión extranjera	2.541.894,06 €
OBJETIVO 6.- Impulsar los servicios de información, gestión y evaluación de la internacionalización.	14.311.553,09 €
TOTAL	288.578.538 €