

Este artículo pertenece al nº19 de la revista electrónica: **“Proyección exterior de la economía española”**.

Haz clic [aquí](#) para leer la revista electrónica completa.

CHARLANDO CON... ANTONIO CASTRO, DIRECTOR GENERAL DE ANDALUCÍA TRADE



ANTONIO CASTRO, DIRECTOR GENERAL DE ANDALUCÍA TRADE.

“Una de nuestras estrategias en materia de internacionalización es la diversificación de mercados”.

“Andalucía TRADE está llamada a articular un volumen muy importante de financiación empresarial, en la que van a tener cabida préstamos, avales, garantías y participaciones en capital”.

“Andalucía necesita empresas de mayor tamaño”.

“En el exterior prestamos servicios en 70 países a través de 42 sedes internacionales”.

“El Brexit está suponiendo una importante oportunidad para captar empresas que buscan entornos más “amigables” tras la salida del Reino Unido de la Unión Europea”.

Antonio Castro, director general de Andalucía TRADE, Agencia para la Transformación y el Desarrollo Económico de la Junta de Andalucía, habla en esta entrevista con nuestra revista del papel del nuevo organismo de promoción de la Comunidad andaluza, sus líneas estratégicas, los problemas a los que se enfrentan las empresas andaluzas en su internacionalización, las perspectivas de la exportación, la captación de inversiones extranjeras en la región, etc.

Andalucía TRADE es un organismo nuevo. ¿Por qué surge? ¿Cuáles son sus objetivos, funciones, actividades principales?

La Agencia para la Transformación y el Desarrollo Económico, Andalucía TRADE, es un proyecto estratégico del Gobierno andaluz cuyo objetivo es trabajar para favorecer el crecimiento económico, promocionar las inversiones y la internacionalización, fomentar y facilitar la innovación, la I+D+i y la transferencia de conocimiento.

Nace para dar respuesta a una demanda histórica del empresariado andaluz, tener una ventanilla única que dé respuesta de manera ágil y eficiente a todas sus necesidades de apoyo y financiación para el crecimiento y la internacionalización de sus proyectos empresariales.

Eso, que es fácil decirlo, es complejo de realizar, ya que Andalucía TRADE supone también un esfuerzo de racionalización de la Administración. Somos una agencia pública bajo la que se han unido las tres entidades de la Administración andaluza que dedicadas al fomento y apoyo empresarial, la atracción de inversiones, el apoyo a la internacionalización y la transferencia de conocimiento. Esas son, por tanto, nuestras principales funciones.

En lo que se refiere a la promoción exterior, ¿cuáles son las líneas estratégicas básicas de Andalucía TRADE?

Aunque en estos momentos estamos terminando de perfilar el plan estratégico de Andalucía TRADE, sí podemos señalar que en materia de internacionalización tenemos dos objetivos fundamentales, alineados con la Estrategia de Internacionalización de la Economía Andaluza 2021-2027: incrementar las exportaciones y la inversión extranjera en Andalucía.

Para lo primero, las principales estrategias irán encaminadas hacia la diversificación, productiva y de mercados, de nuestras exportaciones, y el incremento de la base exportadora, tanto del número de empresas exportadoras como haciendo que las que ya exportan lo hagan de manera regular.

En 2022 en Andalucía se contabilizaban 26.667 exportadoras. De ellas, 5.880 alcanzaban la categoría de empresas exportadoras regulares, por llevar al menos cuatro años seguidos exportando. Son un 22,1% del total y su número creció un 5,6% sobre 2021, acaparando más el 86% del total de las exportaciones. Por tanto, esa es la categoría en la que más hay que insistir. No se trata tanto de tener más empresas exportadoras que realicen alguna venta ocasional cada año, sino de tener un corpus mayor de empresas

que exporten de manera regular, y ahí el margen de crecimiento es enorme. No hay que olvidar que en Andalucía tenemos más de medio millón de sociedades, aunque más del 95% son pymes, e incluso micropymes la gran mayoría de ellas.

Para dar el siguiente paso en materia de internacionalización, Andalucía necesita empresas de mayor tamaño, y Andalucía TRADE aglutina también los mecanismos de apoyo al crecimiento, financiación y transferencia de conocimiento para hacerlo posible

El otro gran objetivo de la internacionalización es la atracción de inversión extranjera, y en ello trabajaremos en una dirección que permita a las empresas ser atractivas al inversor y en la captación de grandes proyectos empresariales de inversión.

¿Cuáles son los principales obstáculos a los que se enfrentan las empresas andaluzas en su proceso de internacionalización?

Las principales trabas de las empresas andaluzas a la hora de exportar son fundamentalmente de carácter interno. Internacionalizarse va mucho más allá de realizar una operación de exportación con éxito; es todo un proceso en el que lo principal es la planificación, seguido del asesoramiento experto y del músculo financiero.

Para ello, como primer paso, necesitan un diagnóstico certero de su situación empresarial, de sus productos y mercados objetivo, y la elaboración de una estrategia a medio-largo plazo, que requiere de la adecuación de sus estructuras y productos a un proceso de internacionalización, acompañada siempre de un asesoramiento experto.

Desde Andalucía TRADE estamos en condiciones de incidir de manera más efectiva y eficiente en toda esa cadena de desarrollo, y en el apoyo a las empresas con una experiencia consolidada en los mercados internacionales, para hacerles ganar el músculo y tamaño, a través de un completo sistema de financiación empresarial que dé cobertura a todas las fases de crecimiento de los proyectos empresariales y las haga más competitiva en el mundo.

¿Qué tipos de apoyo o de servicios pueden encontrar las empresas andaluzas en TRADE?

Nuestra cartera de servicios se divide en tres grandes categorías.

Por una parte, el desarrollo de negocio, apostando por la transferencia de conocimiento, la inteligencia de negocio, los sectores estratégicos, los espacios productivos y clústeres, la prestación de servicios avanzados y la colaboración público-privada.

A esto se le une la internacionalización de las empresas andaluzas, el desarrollo de mercados, la captación de inversiones y un amplio servicio de consultoría a empresas.

Y finalmente, la financiación empresarial. Andalucía TRADE está llamada a articular una cantidad muy importante de fondos en el actual Marco Comunitario que nos lleva hasta 2027, mediante la creación de un completo sistema de financiación, que dé cobertura a todas las fases de los proyectos empresariales; un sistema en el que se den la mano los fondos europeos, fondos privados y se apueste por instrumentos financieros, además de diferentes convocatorias de subvenciones directas, con líneas de desarrollo industrial y digitalización e I+D+i empresarial y, por primera vez en Andalucía de manera específica, una línea de financiación para la internacionalización de la actividad empresarial.

Se trata de diseñar los instrumentos más certeros que, respetando las necesidades implícitas en la naturaleza de los fondos, las obligaciones que nos



marca el origen público de nuestros recursos, sean ágiles y eficaces. Porque las ayudas públicas o son rápidas o no son ayudas.

A los programas de ayudas directas se va a unir un conjunto de instrumentos financieros, en los que van a tener cabida préstamos, avales, garantías y participaciones en capital. Estamos preparando un ambicioso paquete con líneas o instrumentos para I+D + digitalización, instrumentos de capilaridad, subsidiación de los gastos financieros (préstamos y garantías) e internacionalización.

¿Cuáles son los mercados prioritarios en la estrategia de internacionalización de Andalucía TRADE?

Como he mencionado con anterioridad, una de nuestras estrategias en materia de internacionalización es la diversificación de mercados. En estos momentos, atendiendo a los datos de cierre de 2022, las ventas andaluzas en el exterior han crecido en todos los continentes, especialmente en América (34%) con un papel destacado de las exportaciones a Estados Unidos, que han crecido un 62%, y en Asia (26,2%) pero también lo ha hecho en Europa, África y Oceanía.

Nuestro objetivo es consolidar este ritmo de crecimiento en el top 10 de destinos de exportación (fundamentalmente países europeos, Estados Unidos, Marruecos y China), e incrementar las exportaciones fuera de ese top 10 en las áreas de mayor previsión de crecimiento, como son las de la región Asia Pacífico y África/Oriente Medio (en 2022 crecieron especialmente las exportaciones a Arabia Saudí, donde Andalucía sextuplicó sus ventas, y a Brasil (60%)).

¿Tiene previsto TRADE abrir nuevas oficinas de promoción o antenas?

En estos momentos contamos con una excelente cobertura del territorio nacional e internacional. Cuando se complete la integración, seremos 350 profesionales especializados, con presencia en las ocho provincias andaluzas, además de Madrid y Barcelona; y en el exterior prestamos servicios en 70 países a través de 42 sedes internacionales, muchas de ellas en locales de ICEX en embajadas.

No obstante, la evolución de los mercados y la nuestra propia irán determinando la necesidad de estar presentes en unos u otros países, ya sea con sede propia o mediante asociación con otras entidades con las que podamos colaborar para prestar nuestros servicios. Actualmente observamos con interés países de Latinoamérica, Oceanía Asia, e incluso Europa en estudio para posibles incorporaciones.

Las exportaciones españolas, tras un periodo de fuerte expansión, están dando en los últimos meses muestras de desaceleración. ¿Cómo están evolucionando las exportaciones andaluzas? ¿Qué previsiones sobre la evolución de las exportaciones haría cara al futuro?

Las exportaciones de Andalucía alcanzaron la cifra de 20.026 millones de euros en el primer semestre de 2023, lo que supone el segundo mejor registro de la historia para este periodo desde que se tienen datos homologables (1995). Si bien refleja una ralentización, ya que supone una bajada del 7,6% interanual, también significa un 15,8% más (2.736 millones de euros) que las ventas al exterior que se contabilizaron en enero-junio de 2018, periodo que hasta 2022 contaba con la mayor factura de los primeros seis meses de un año.

La tendencia de las exportaciones en los seis primeros meses de 2023 responde a un contexto marcado por la bajada del precio internacional de la energía y las materias primas industriales (combustibles, minerales, hierro y acero, etc.), unido a la fuerte sequía. Esta última afecta significativamente a la factura exterior de ámbitos tan relevantes como el aceite de oliva o las frutas, pese a lo cual Andalucía mantiene el liderazgo de las exportaciones agroalimentarias de España, con el 23,6% del total. Esto demuestra la competitividad y el buen aprovechamiento del agua que realizan los agricultores andaluces y el complejo agroindustrial.

Sequía, inflación, guerra en Ucrania, tensiones en las cadenas de suministros y bajada del precio internacional de las materias primas energéticas forman una tormenta perfecta para la desaceleración del comercio internacional. Aun así, estamos en el segundo mejor semestre exportador de Andalucía de la historia desde que se tienen datos homologables (1995).

¿Cómo se está comportando la inversión extranjera en Andalucía? ¿Cuáles son los principales atractivos que ofrece la región para los inversores extranjeros?

El año pasado fue un año de récords. No sólo cerramos 2022 con un récord de exportaciones de 43.000 millones de euros, sino también de inversión extranjera (1.265 millones de euros), y en el caso de la IED,

ésta creció un 30% respecto a 2021, un crecimiento que es una tendencia continuada desde 2019 y no se debe a la casualidad.

Andalucía ofrece una ubicación estratégica, uno de los mayores mercados de Europa, excelentes infraestructuras logísticas, tecnológicas y de comunicación; una potente cartera de talento e innovación, una completa red de espacios científicos y tecnológicos, que soporta un importante sistema ciencia-tecnología-empresa, competitividad en costes, y una de las mejores calidades de vida del entorno europeo.



EN LA IMAGEN, UNA DE LAS EMPRESAS UBICADAS EN EL MÁLAGA TECHPARK (PARQUE TECNOLÓGICO DE ANDALUCÍA).

A todo ello se suma que el actual Gobierno andaluz ofrece un amplio horizonte de

estabilidad política, institucional y financiera, seguridad jurídica y certidumbre en sus políticas. Todo ello, y el contexto económico generado, hace a Andalucía atractiva al inversor que, en definitiva, demanda confianza y certidumbre. Hablamos de medidas encaminadas a facilitar la inversión, como la reducción de hasta 400 procedimientos burocráticos, el ajuste fiscal (seis bajadas de impuestos con las que se ha conseguido recaudar más, dejar más dinero en el bolsillo de los ciudadanos y también ser un polo atractivo para la inversión) y, ahora, la creación de Andalucía TRADE como puerta de entrada al inversor.

**¿Cuáles son los instrumentos básicos de actuación de TRADE para atraer inversiones extranjeras?
¿Tienen prevista la introducción de nuevos instrumentos?**

Andalucía TRADE ofrece a los inversores una de las carteras de servicios personalizados más completas que se pueden encontrar en el ámbito de la Administración. No sólo durante todas las fases del proyecto de inversión, sino también en el *aftercare*.

En la fase de planificación ofrecemos información precisa y objetiva sobre todo lo que pueda requerir el inversor: regulación sectorial, situación de la industria y del mercado, localización para cada proyecto, oportunidades de negocio y/o adquisición de empresas, mano de obra disponible, costes laborales y operativos, propiedad intelectual, fiscalidad, así como la obtención de permisos de trabajo y residencia, información sobre ayudas y fuentes de financiación aplicables al proyecto.

En la fase de Implementación ofrecemos un paquete de servicios de *softlanding* que van desde la organización y coordinación de agendas de reuniones y visitas del inversor a instituciones, empresas, universidades y socios potenciales (financieros y tecnológicos), hasta la organización de las visitas a las

localizaciones preseleccionadas siguiendo por la información y el seguimiento de los permisos y trámites administrativos requeridos para el inicio de su actividad.

Finalmente, en la fase de desarrollo ofrecemos un servicio de *aftercare* personalizado a la multinacional establecida en Andalucía, mediante el seguimiento a su proyecto, preparación de ofertas concretas a la matriz, así como asesoramiento en potenciales planes de expansión en la región.

Pero en Andalucía TRADE no estamos a la espera de la llegada de los proyectos. Durante todo el año desarrollamos una estrategia de promoción y búsqueda proactiva de proyectos a través de nuestra red exterior, asistiendo a todos aquellos eventos nacionales e internacionales donde sea posible encontrar nuevos inversores para Andalucía y asociándonos con todas las entidades que nos faciliten acceder a nuevos proyectos.

¿Qué países valoran como más interesantes para la captación de inversiones extranjeras?

Andalucía recibe flujos de inversión fundamentalmente de la OCDE (82% en la última década) y dentro de la OCDE, los países europeos siguen siendo su principal fuente, con un 57% de la inversión en el mismo periodo, aunque han ido cediendo protagonismo a las inversiones norteamericanas y asiáticas.

No obstante, los proyectos procedentes de América Latina y Caribe vienen experimentando un lento ascenso en los últimos 5 años hasta alcanzar el 8% y las inversiones recibidas de África se han reducido en el último lustro a un 0,1% marginal, pese a que somos conscientes del evidente potencial.

Por países en 2022 destacaron Australia y el Reino Unido. El Brexit está suponiendo una importante oportunidad para captar empresas que buscan entornos más “amigables” tras la salida del Reino Unido de la Unión Europea.