

---

**MEMORIA TÉCNICA DE LA ACTIVIDAD**  
**"ESTADÍSTICA SOBRE EL SECTOR EXPORTADOR DE ANDALUCÍA"**

## ÍNDICE

<b>0. IDENTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD .....</b>	<b>3</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>2. OBJETIVOS .....</b>	<b>9</b>
<b>3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>11</b>
<b>4. PLAN DE ANÁLISIS, TABULACIÓN Y COMPILACIÓN .....</b>	<b>14</b>
<b>5. PLAN DE DIFUSIÓN .....</b>	<b>21</b>
<b>6. CRONOGRAMA .....</b>	<b>22</b>
<b>7. ANEXOS.....</b>	<b>23</b>

## **0. IDENTIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD**

### **Código y denominación de la actividad**

05.10.02 Estadística sobre el sector exportador de Andalucía

### **Tipo de actividad**

Actividad estadística

### **Clasificación de la actividad**

- En función de su etapa de desarrollo: operación
- En función de su objeto: actividad de producción

### **Área temática**

05. Actividad económica y tejido empresarial

### **Subárea temática**

10. Sector exterior

### **Sectores económicos u otros sectores cubiertos por la actividad**

Todos los sectores de la CNAE-09

### **Organismo responsable**

Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior.

### **Unidad ejecutora**

Agencia Andaluza de Promoción Exterior

### **Organismos colaboradores y convenio**

-

## 1. INTRODUCCIÓN

### Área de estudio

Con esta operación se obtiene información sobre el perfil de las empresas con establecimientos en Andalucía activas en los mercados exteriores, así como identificar las principales ventajas y detectar los principales obstáculos que encuentran en su internacionalización. Con ello se pretende conocer las características básicas que definen a los exportadores andaluces, en términos de estructuras y comportamientos, estrategias, frenos, demandas y preferencias. Como consecuencia, se sientan las bases para establecer diversos perfiles de las empresas con potencial exportador.

### Marco conceptual: conceptos y definiciones

Algunos de los conceptos utilizados en la operación se especifican a continuación:

- Actividades de I+D+i: Comprenden el trabajo creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar el volumen de conocimientos, incluido el conocimiento del hombre, cultura y la sociedad, y el uso de estos conocimientos para derivar nuevas aplicaciones. La innovación está constituida por todos aquellos pasos científicos, tecnológicos, de organización, financieros y comerciales, incluida la inversión en nuevos conocimientos, destinados a la introducción de productos (bienes o servicios) o procesos nuevos o sensiblemente mejorados.
- Adquisición 100%: Implica que la empresa adquiere el total del capital de una organización ubicada en otro país, ya sea por compra directa o en el mercado bursátil.
- Clasificación de la actividad mediante CNAE 09: mediante la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2009 (CNAE-2009), a nivel de sección y clase.
- Clasificación de productos exportados: según códigos TARIC (Integrated Tariff of the European Communities), presentados bien agrupados a dos dígitos ("capítulos"), cuatro dígitos ("aranceles") o completos.
- Clasificación de países en unidades territoriales superiores: agrupación de países basada en la Nomenclatura de Países y Territorios para las estadísticas de comercio exterior de la Unión Europea definida por Eurostat.
- Comercio electrónico: Las transacciones realizadas a través de redes basadas en protocolos de internet (TCP/IP) o sobre redes telemáticas. Los bienes y servicios se contratan a través de estas redes, pero el pago o entrega del producto puede facilitarse off-line, a través de

cualquier otro canal. Los pedidos realizados por teléfono, fax o mediante correo electrónico no se consideran comercio electrónico.

- Consortios de exportación: una agrupación de empresas competidoras o con líneas de producto complementarias que se unen para llevar a cabo una exportación común.
- Contrato de suministro: acuerdo por el cual se realizan prestaciones periódicas y sucesivas a una empresa local ubicada en otro país.
- Contratos de fabricación: Se entrega a una empresa ubicada en otro país el derecho a fabricar y vender sus productos.
- Contratos de asistencia técnica: Apoyo en algún déficit tecnológico a una empresa extranjera.
- Categoría de la empresa por tamaño: variable desarrollada a partir de datos de cifra de negocio, total de activos de la empresa y tamaño de plantilla de trabajadores, según Recomendación 2003/361/CE de la Comisión, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas.
- Microempresa: ocupa a menos de 10 personas y su volumen de negocios anual o su balance general anual no supera los 2 millones de euros.
- Empresa pequeña: ocupa a menos de 50 personas y su volumen de negocios anual o cuyo balance general anual no supera los 10 millones de euros.
- Empresa Mediana: ocupa a menos de 250 personas y su cifra de negocios anual no excede de 50 millones de euros o su balance general anual no excede de 43 millones de euros.
- Macroempresa: Otras categorías de empresa. resto de empresas que no cumplen ninguna de las condiciones marcadas por superar los 250 empleados y/o por exceder las cifras máximas de negocio o de balance general.
- Empresa: toda unidad jurídica que constituye una unidad organizativa de producción de bienes y servicios, y que disfruta de cierta autonomía de decisión, principalmente a la hora de emplear los recursos corrientes de que dispone. La empresa puede ejercer una o más actividades en uno o varios lugares.
- Establecimiento: unidad productora de bienes y/o servicios que desarrolla una o más actividades de carácter económico o social, bajo la responsabilidad de un titular o empresa, en un local situado en un emplazamiento fijo y permanente.
- Exportaciones de productos/mercancías: Aquellas operaciones a partir de las cuales un producto con origen en Andalucía es vendido en el extranjero.

- Exportaciones de servicios: Comprenden los servicios prestados por su empresa o entidad a unidades no residentes. También se incluyen como exportaciones, los servicios que su empresa pueda proporcionar a no residentes a través de la subcontratación de otras empresas, ya sean estas residentes o no residentes.
- Empresa exportadora andaluza: se considera que una empresa es exportadora andaluza, si, teniendo algún establecimiento con actividad económica en Andalucía, ha realizado alguna exportación de bienes y/o servicios, ya sea a través de una exportación directa, ya sea a partir de una relación contractual, con alguna empresa ubicada fuera de España, independientemente de dónde se realice la gestión de la operación.
- Exportadores regulares: Han exportado durante al menos cuatro años consecutivos (2013, 2014, 2015 y 2016).
- Exportadores no regulares: No han exportado durante cuatro años consecutivos (2013, 2014, 2015 y 2016).
- Proactividad exportadora: variable construida sobre de autodefinición de las empresas a partir de frases propuestas en el cuestionario que reflejan distintos comportamientos de búsqueda de clientes fuera de España, de la continuidad en ese proceso de captación y de la valoración que se tiene de la estabilidad y fidelidad de la clientela conseguida en el extranjero.
- Exportadores pasivos: Se considera que una empresa es exportadora pasiva si los clientes extranjeros que posee han ido a buscarla a ella, y por tanto dicha empresa nunca ha hecho ninguna labor de búsqueda de clientes en el extranjero. Se autodefinen así: "La empresa exporta de manera pasiva porque los clientes extranjeros vienen a comprarle, pero no ha salido nunca a buscarlos".
- Exportadores potenciales: Se considera que una empresa es exportadora potencial si no tiene clientes consolidados en el extranjero y durante el año 2016 buscó clientes, pero no encontró o los que encontró no eran estables ni fiables. Se autodefinen así: "La empresa no tiene clientes consolidados en el extranjero y aunque realizó búsqueda de clientes no encontró nuevos clientes o no son estables/fiables"
- Exportadores activos discontinuos: Se considera que una empresa es exportadora activa discontinua si durante el 2016 no ha buscado nuevos clientes en el exterior y sin embargo tiene clientes consolidados en los mercados internacionales. Se autodefinen así: "La empresa vende en el extranjero, pero no realiza nuevas búsquedas de clientes en otros mercados"

- Exportadores activos continuos: Se considera que una empresa es exportadora activa continua si durante el 2016 ha realizado actividades de promoción exterior y búsqueda de nuevos clientes. Se autodefinen así: "La empresa vende en el extranjero y es activa en su promoción exterior y búsqueda de nuevos clientes en otros mercados"
- Exportación directa: la empresa exporta a un cliente en un mercado extranjero, sea cliente final, distribuidor, pequeño y gran comercio, etc. de forma directa o mediante comerciales propios o representantes/agentes que actúan en nombre de la empresa.
- Exportación a intermediario: la empresa exporta a un mercado extranjero a través de un intermediario como importador, bróker, trader, etc. que comercializa con posterioridad el producto de manera independiente.
- Franquicias al exterior: Consiste en la cesión del producto o línea de productos, servicio, nombres, marcas comerciales y knowhow (saber hacer) sobre los procedimientos de gestión y comercialización de un negocio a una empresa situada en un mercado exterior.
- Filial comercial: División comercial con personalidad jurídica. Actúa como importadora exclusiva de los productos de su empresa.
- Filial productiva: Implantación productiva y comercial de la empresa en el país de destino con personalidad jurídica propia.
- Licencias al exterior: Consiste en conceder o transferir a una entidad ubicada en otro país los derechos de propiedad intangibles que suelen incluir, fabricación, distribución, y venta para los productos/actividades objeto de la licencia.
- Oficina de representación en el exterior: Oficina comercial de la empresa sin personalidad jurídica propia, en países a los que exporta.
- Sucursal o Delegación: Constitución de una empresa en el país de destino con personalidad jurídica propia y con vocación comercial que puede ampliarse al montaje o fabricación local.
- Subcontrata: fabricación por cuenta de la empresa local ya establecida bajo directrices del inversor, quien también está a cargo de la comercialización y finanzas.
- Joint-Venture: Acuerdos entre dos o más empresas, en los cuales cada una mantiene su independencia, con la finalidad de crear una nueva organización en un tercer país distinto a la de las entidades matrices.
- Toma de participación: Implica que la empresa adquiere un porcentaje significativo de una organización ubicada en otro país, ya sea mediante compra directa o en el mercado bursátil.
- Personal dedicado a tiempo completo: Personal que trabaja más de 30 horas semanales.

- Personal a tiempo parcial: Personal que trabaja menos de 30 horas semanales.

### **Antecedentes: en el tiempo / en otros ámbitos**

La Estadística del sector exportador en Andalucía, se inicia con los datos correspondientes al año 2000. Es una operación que complementa la información ofrecida por otras operaciones relativas al sector exterior como es el caso de la Estadística de intercambios de bienes entre Estados de la Unión Europea y comercio extracomunitario. Resultados de Andalucía, e Índice de Valor Unitario para el Comercio Exterior de Andalucía.

En cuanto a los antecedentes de esta actividad, señalar que en 2008 se publicó la "Estadística sobre el sector exportador de Andalucía. Año 2008" y en 2012 se publicó la "Estadística sobre el sector exportador de Andalucía. Año 2012".

### **Justificación y utilidad**

La actividad "Estadística sobre el sector exportador de Andalucía", surge para satisfacer la necesidad de información sobre las empresas exportadoras andaluzas, cubriendo así el hueco que existe dentro de las estadísticas económicas que se realizan sobre el sector exterior, teniendo en cuenta el peso que dicho sector tiene en la Economía Regional.

En este sentido, da cumplimiento a los siguientes objetivos generales del Plan Estadístico y Cartográfico de Andalucía 2013-2020:

- Producir y difundir los datos estadísticos y cartográficos como información útil y reutilizable para la toma de decisiones participativas por la sociedad andaluza.



## 2. OBJETIVOS

### Objetivo general

Avanzar en el conocimiento sobre la balanza comercial, la inversión extranjera directa y la inversión directa andaluza en el exterior.

### Objetivos específicos

El objetivo de la estadística es profundizar en el conocimiento del sector exportador de Andalucía, conocer las características básicas que definen a los exportadores andaluces más relevantes en los mercados exteriores. Concretamente:

1. Obtener información sobre el perfil de la empresa exportadora en Andalucía. En concreto, profundizar en los siguientes aspectos:
  - Perfil de la empresa exportadora Andaluza
  - Actividad exportadora de las empresas andaluzas
  - Perfil de la fuerza de trabajo de las empresas exportadoras
  - Perfil del responsable de las operaciones internacionales
  - Objetivos, motivaciones, necesidades y limitaciones en los mercados exteriores
  - Formas y grado de internacionalización
  - Estrategias de exportación
  - Valoración de la experiencia exportadora
2. Completar la información relativa al sector exterior
3. Servir como herramienta de creación y evaluación de políticas orientadas al fomento de la actividad exterior para la Administración Pública competente y organismos dedicados a la promoción exterior.

### Ejes transversales

- Cohesión: es pertinente al eje de cohesión porque estudia variables que contribuyen a corregir desigualdades económicas, sociales o territoriales.

- Sostenibilidad: para esta actividad no es aplicable el eje transversal de sostenibilidad.
- Innovación: para esta actividad, no es aplicable el eje transversal de innovación.
- Género: esta actividad es pertinente al eje transversal de género ya que estudia variables relativas a personas.
- Evaluación de la eficacia de las políticas públicas: la actividad es pertinente a este eje en cuanto produce información de calidad requerida para la ejecución y el seguimiento de políticas europeas, nacionales y autonómicas en el ámbito de competencia de la Junta de Andalucía. En concreto, contribuye a la planificación en materia de comercio exterior.

### 3. METODOLOGÍA

#### Ámbito de estudio

Población objeto de estudio: La encuesta se dirige a empresas con establecimientos con actividad económica que se encuentren en la Comunidad Autónoma de Andalucía y que hayan exportado durante el año 2016.

Debido a la inexistencia de un censo oficial de empresas exportadoras, se ha procedido a elaborar un directorio de empresas exportadoras andaluzas a partir de las distintas fuentes con información sobre comercio exterior:

- Encuesta Anual de Comercio.
- Encuesta Industrial.
- Encuesta Sobre Innovación en las Empresas.
- Encuesta Sobre el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y del Comercio Electrónico en las Empresas.
- Encuesta Anual de Servicios.
- Indicadores de Confianza Empresarial de Andalucía.
- Directorio de Empresas de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior.
- Directorio de Empresas Exportadoras e Importadoras Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España.
- Directorios de Exportadores Españoles - ICEX España, Exportación e Inversión.

El directorio resultante ha sido de 9.720 empresas.

El período de referencia de la encuesta es el año 2016. Los datos solicitados hacen referencia al ejercicio económico de todo el año.

La unidad investigada: es el elemento de la población que se analiza en un estudio concreto. En esta encuesta la unidad estadística observada ha sido la empresa con establecimientos con actividad económica en la Comunidad Autónoma de Andalucía y que hayan comercializado sus servicios y/o productos al exterior durante el año 2016.

La unidad es la empresa, con independencia de que sean los establecimientos –uno o más de uno– propiedad de cada empresa.

La información económica para la realización del estudio se ha solicitado a la unidad empresa en su conjunto.

Periodicidad en la recogida: Cuatrienal.

Desagregación territorial máxima alcanzada: Comunidad Autónoma de Andalucía.

### **Variables**

- Perfil de la empresa exportadora
- Actividad exportadora de la empresa
- Elementos descriptivos de la actividad empresarial de los exportadores
- Formas y grado de internacionalización
- Conocimiento y valoración de las entidades que fomentan la exportación
- Objetivos, motivaciones, necesidades y limitaciones en los mercados exteriores
- El empleo de las empresas exportadoras
- Perfil del responsable de las relaciones internacionales

### **Recogida de información**

Los datos se han obtenido a través de la encuesta sobre el sector exportador (Anexo) que se ha enviado a cada una de las empresas que tienen sede en el territorio de Andalucía con actividad en el exterior durante el año 2016.

Esta encuesta se ha enviado a todas las empresas por correo postal y ellas elegían la manera de cumplimentarlo. Las opciones que tenían fueron: en papel, a través del formulario electrónico, cuyo enlace se facilitaba en cada encuesta o por teléfono, con ayuda de personal especializado. El cuestionario se podía enviar por correo postal con el sobre franqueado, por e-mail o por fax.

Vía de respuesta:

- On-line: 83,24%

- Postal: 9,74%
- E-mail: 7,02%

Al recopilar todos los micro datos obtenidos a través de la encuesta, se procede a su depuración y tratamiento de los mismos.

### **Restricciones y alternativas**

La principal restricción, es conocer el marco de población de la encuesta, debido a que no existe un registro en el que se recojan además de las empresas exportadoras las consideradas como potencialmente exportadoras.

Al recibir el cuestionario, muchas empresas se ponían en contacto con el equipo encargado de resolver las dudas, para indicar que ellos no son exportadores. Sin embargo, sí lo eran y se ha podido remediar este desconocimiento, hasta cierto punto, con la ayuda del personal especializado. A continuación, se describe los casos más significativos:

- Empresas que prestaban el servicio en territorio nacional a extranjeros, argumentaban que no se trataba de un comercio internacional.
- Empresas que exportaban servicios, indicaban que no eran exportadores ya que para ellos una "exportación" eran productos y no una prestación de servicios. Algunos casos más concretos fueron, por ejemplo, los hoteles, las agencias de viajes, los rent a car, etc...
- Pequeños negocios que hacían alguna exportación ocasional, no se consideraban a sí mismos exportadores.

Otra restricción viene dada por el retraso en la recepción de la información que puede provocar a su vez retraso en el cumplimiento de los plazos, estableciéndose contacto telefónico con las unidades informantes.

#### **4. PLAN DE ANÁLISIS, TABULACIÓN Y COMPILACIÓN**

##### **Preparación y tratamiento base de la información**

La información se tratará en base de datos estableciéndose una serie de filtros que permitan detectar errores y para poder proceder a la tabulación de los resultados.

Las empresas serán clasificadas según su actividad principal y su tamaño y en función de los productos que exporten codificados según partida arancelaria. Asimismo, se clasificarán las empresas según el volumen de exportaciones que realicen y el estrato de empleo donde se ubiquen.

##### **Sistemas de codificación y nomenclaturas utilizados**

Para la elaboración de esta actividad estadística se hacen uso de las siguientes nomenclaturas y sistemas de codificación:

###### Arancel Integrado de las Comunidades Europeas (TARIC)

El Arancel Integrado de la comunidad (TARIC: acrónimo de "Tarif Intégré de la Communauté") es un instrumento que fue creado al mismo tiempo que la Nomenclatura Combinada (NC) por el Reglamento 2658/87 (art. 2). Se trata de una nomenclatura de mercancías basada en la Nomenclatura Combinada en la que se integran todas las medidas arancelarias, agrarias y de política comercial que abarca la legislación comunitaria. Esta codificación se aplica a las mercancías que se importen o exporten por los estados miembros de la UE, siendo de uso obligatorio en el comercio con terceros países en las declaraciones aduaneras y estadísticas mediante su inscripción en la casilla 33 del Documento Único Administrativo (DUA).

###### Nomenclatura Combinada (NC 2016)

La Nomenclatura Combinada es la clasificación de los bienes utilizados en la Unión Europea a efectos de estadísticas de comercio exterior. También se utiliza por la Dirección General "Fiscalidad y Unión Aduanera" de la Comisión Europea a efectos de derechos de aduana.

Se trata de una nomenclatura de mercancías que fue creada para satisfacer, al mismo tiempo, tanto las exigencias del arancel aduanero común como las de las estadísticas de comercio exterior de la Unión Europea. De esta manera, es una clasificación de las mercancías que son objeto de comercio intra y extra comunitario.

###### Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2009 (CNAE-2009)

El objetivo de esta clasificación es establecer un conjunto jerarquizado de actividades económicas que pueda ser utilizado para:

- 1) Favorecer la implementación de estadísticas nacionales que puedan ser diferenciadas de acuerdo con las actividades establecidas.
- 2) Clasificar unidades estadísticas y entidades según la actividad económica ejercida.

Está estructurada en cuatro niveles:

- Sección - Nivel: Primero – N.º de categorías: 21 – Identificación: Código alfabético de 1 letra.
- División – Nivel: Segundo – N.º de categorías: 88 – Identificación: Código numérico de 2 dígitos.
- Grupo – Nivel: Tercero – N.º de categorías: 272 – Identificación: Código numérico de 3 dígitos.
- Clase – Nivel: Cuarto – N.º de categorías: 629 – Identificación: Código numérico de 4 dígitos.

### **Criterios y variables de clasificación**

Clasificaciones diseñadas para la actividad en concreto:

- **Clasificación de productos exportados:** según códigos TARIC (Integrated Tariff of the European Communities), presentados bien agrupados a dos dígitos ("capítulos"), cuatro dígitos ("aranceles") o completos.
- **Clasificación de países en unidades territoriales superiores:** agrupación de países basada en la Nomenclatura de Países y Territorios para las estadísticas de comercio exterior de la Unión Europea definida por Eurostat.
- **Clasificación de sectores de actividad:** a partir de la CNAE-09.
- **Categoría empresarial:** variable desarrollada a partir de datos de cifra de negocio y tamaño de plantilla de trabajadores, según Recomendación 2003/361/CE de la Comisión, de 6 de mayo de 2003, sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas.
- **Tipología de exportadores: REGULAR/NO REGULAR.**
- **Proactividad exportadora:** variable construida sobre de autodefinición de las empresas a partir de frases propuestas en el cuestionario que reflejan distintos comportamientos de

búsqueda de clientes fuera de España, de la continuidad en ese proceso de captación y de la valoración que se tiene de la estabilidad y fidelidad de la clientela conseguida en el extranjero.

- Etapa en el proceso de internacionalización: Iniciación/Desarrollo/Consolidación.

### **Análisis realizado y metodología**

Una vez recibidos los cuestionarios se traslada la información a una base de datos en donde se establecerán una serie de filtros para poder así detectar errores y proceder a la tabulación de los resultados.

Una vez depurada la información de la base de datos, se lleva a cabo un análisis y explotación de esta. Los valores mostrados en las tablas se corresponden al cálculo de alguna de las siguientes variables, dependiendo de la tabla, para cada criterio o variable de clasificación estudiada en cada caso:

- **% empresas:** Es la variable de cálculo utilizada en la mayoría de las tablas. Representa la concentración de empresas en cada criterio o variable de clasificación.

Para aquellas tablas con respuesta múltiple, no tiene por qué sumar 100%.

Para aquellas tablas de las que no se han podido conseguir todas las respuestas, se ha tenido en cuenta el total de respuestas válidas en las bases de los porcentajes.

En aquellas tablas dirigidas a un segmento concreto de empresas, se ha especificado una nota a pie de tabla.

- **% acumulado:** En tablas con % empresas, se ha calculado el % acumulado para aquellos casos que se han considerado útil, acumulando el % empresas de la primera fila a la última hasta sumar 100%, lo que permite observar de manera directa la concentración de empresas hasta el nivel de clasificación deseado.
- **% implantaciones:** se ha calculado sobre el total de número de implantaciones en el exterior de las empresas, contestadas sólo por las empresas con inversión en el exterior, por lo que la suma dará 100%.
- **% empleados:** calculado sobre el total de número de empleados indicado por las empresas, entendiendo número de empleados como número medio de personas ocupadas en la empresa.



## **Control de calidad**

Durante el trabajo de campo, se ha llevado a cabo un control que consistía en:

CIF: se verifica que el realmente exista y además que el primer carácter es a acorde con el tipo de sociedad expresado en la razón social.

Razón social: se comprueba que existe y coincide con la información previa que se tiene de ella.

Dirección: se comprueba que está indicada y, en caso de que sea necesario, se actualiza.

A todas las empresas que presentaron encuestas incompletas o que tenían alguna respuesta incongruente, se les ha pedido de nuevo la información necesaria para completar los datos.

Parte de la información pedida en la encuesta, supuso un problema para conseguirla, ya que, las propias empresas no disponían de algunos datos y no tienen ese nivel pedido de desglosado. Además, en algunas cuestiones como datos de opinión, actitudes, etc. Las medidas existentes son demasiado subjetivas. A través de la atención telefónica, muchas de las empresas han podido resolver sus dudas y cumplimentar correctamente el cuestionario, pero muchas otras decidieron dejarlos en blanco.

Aquellas encuestas de las que no se han podido conseguir todos los datos, no se han utilizado en las bases de los porcentajes ni en los cálculos de estadísticos de tendencia central o de dispersión.

## **Garantía de secreto estadístico**

Los datos difundidos por la 'Estadística sobre el Sector Exportador de Andalucía' garantizan completamente el secreto estadístico ya que no permiten la identificación directa e indirecta de las personas físicas o jurídicas participantes en el estudio.

A las empresas participantes en el estudio se les ha informado previamente de la garantía de guardar secreto estadístico sobre todos los datos cedidos a EXTENDA, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley de Estadística de la Comunidad Autónoma de Andalucía y demás normativa de aplicación.

## **Normas y estándares de aplicación**

-

## **Posibles resultados**

Las empresas serán clasificadas según su actividad principal y su tamaño y en función de los productos y/o servicios que exporten codificados según partida arancelaria o Cnae09. Así mismo,

se clasificarán las empresas según el volumen de exportaciones que realicen y el estrato de empleo donde se ubiquen.

Los contenidos de esta publicación se desarrollan en cuatro bloques principales:

- Perfil de la empresa exportadora de Andalucía.
  - Forma jurídica de la empresa.
  - Sede en Andalucía de la empresa por provincia.
  - Actividad económica principal de la empresa.
  - Ranking de las 20 primeras actividades económicas por CNAE09.
  - Categoría de la empresa según tamaño.
  - Importe neto de la cifra de negocios por estratos.
  - Titularidad de la empresa.
  - Sexo del máximo responsable legal de la empresa.
  - Pertenencia de la empresa a grupo empresarial.
  - Pertenencia de la empresa a una asociación empresarial.
  - Antigüedad de la empresa desde su constitución.
  - Control / Participación sobre empresas extranjeras.
  - Empresas participadas por capital extranjero.
  - Cotización en bolsa.
  - Empresas que realizan inversiones de I+D+i.
  - Empresas con planes de igualdad u otras medidas de promoción de género.
- Resultado de las actividades de comercio exterior.
  - Actividad exportadora de la empresa.
  - Ranking de los 20 Productos más exportados por capítulo TARIC.
  - Ranking de los 20 productos más exportados por arancel TARIC.
  - Ranking de los 20 servicios más exportados por CNAE09.
  - Número de países a los que exporta la empresa.
  - Ranking de los 20 principales países a los que exportaron las empresas.
  - Agrupación de países a los que exportan por Área geográfica.
  - Ranking de los 20 principales países a los que les gustaría exportar.
  - Agrupación de países a los que les gustaría exportar por Área geográfica.
  - Valor de exportación de la empresa por estratos.
  - Porcentaje que supone la exportación de la empresa sobre su importe neto de la cifra de negocios.
  - Antigüedad de la empresa en comercio exterior.

- Regularidad en la exportación.
- Empresas regulares por provincia según su sede en Andalucía.
- Exportación continuada en las empresas regulares.
- Certificados de calidad.
- Aportación de beneficio del certificado de calidad en el comercio exterior.
- Exportación de marca propia.
- Operaciones en el exterior a través del comercio electrónico.
- Porcentaje de las operaciones realizadas a través de comercio electrónico en las exportaciones.
- Proactividad exportadora.
- Etapa en el proceso de internacionalización.
- Modalidad de exportación con la que operan las empresas.
- Modalidad de inversión exterior con la que operan las empresas.
- Objetivos, motivaciones, necesidades y limitaciones en los mercados exteriores.
  - Principales objetivos en los mercados exteriores.
  - Principales motivaciones para acceder a los mercados exteriores.
  - Necesidades a la hora de operar en los mercados exteriores.
  - Factores que dificultan la actividad exportadora.
  - Experiencia en los mercados exteriores.
- El empleo en la empresa.
  - Número medio de personas ocupadas en la empresa.
  - Empleados por sexo y localización del puesto.
  - Empleados a tiempo parcial y completo.
  - Nivel de formación de los empleados.
  - Empresas con empleados dedicados exclusivamente a la exportación.
  - Empleados con dedicación exclusiva a la exportación por localización del puesto.
  - Grado de dedicación de la plantilla de la empresa a tareas de la exportación.
  - Becarios en la empresa.
  - Perfil del responsable de las operaciones con el exterior.
  - Sexo del responsable de operaciones con el exterior.
  - Cargo del responsable de operaciones con el exterior.
  - Nivel de estudio del responsable de exportación.
  - Rango salarial neto.
  - Conocimiento de idiomas del responsable de exportación.
  - Importancia de conocer idiomas.
  - Experiencia en internacionalización del responsable de exportación.

- Importancia de la experiencia en internacionalización.
- Formación específica sobre internacionalización del responsable de exportación.
- Importancia de cursos específicos sobre internacionalización.
- Formación realizada en los últimos tres años por el responsable de exportación.

### **Niveles de desagregación territorial alcanzados**

Autonómica

### **Unidades de medida utilizadas**

Porcentaje

### **Indicadores que se van a construir**

-

## **5. PLAN DE DIFUSIÓN**

### **Denominación de la publicación**

Estadística sobre el sector exportador de Andalucía

### **Organismo difusor**

EXTENDA-Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

### **Tipo de producto de difusión**

Tablas y gráficos

### **Medio de difusión (Internet, CD-DVD, publicación impresa)**

Internet

### **URL**

<https://www.extenda.es/observatorio-de-la-internacionalizacion-de-la-economia-andaluza/>

### **Periodicidad de la publicación**

Cuatrienal

### **Periodicidad de difusión de resultados**

Cuatrienal

### **Perfil de los receptores (descripción de los usuarios potenciales de los datos)**

La información va dirigida a todo tipo de usuario: Organismos Autonómicos, nacionales e internacionales, así como a usuarios particulares interesados en la materia.

### **Disponibilidad de bases de datos**

No

### **Posibilidad de peticiones específicas a demanda o disponibilidad de microdatos**

Existe la posibilidad de llevar a cabo tabulaciones especiales previa solicitud al Área correspondiente de EXTENDA, siempre y cuando quede salvaguardado en todo momento el secreto estadístico.

## 6. CRONOGRAMA

Fase	Tarea	Año 2018												Año 2019												
		En e	Fe b	Ma r	Ab r	Ma y	Ju n	Ju l	Ag o	Se p	Oc t	No v	Di c	En e	Fe b	Ma r	Ab r	Ma y	Ju n	Ju l	Ag o	Se p	Oc t	No v	Di c	
Estudios previos y diseño	Elaboración del directorio																									
	Preparación del cuestionario y software adecuado																									
Recogida u obtención de información	Envío de los cuestionarios																									
	Recogida de la información																									



## **7. ANEXOS**

Cuestionario “ENCUESTA DEL SECTOREXPORADOR DE ANDALUCÍA. AÑO 2016”



**ENCUESTA DEL SECTOR EXPORTADOR DE ANDALUCÍA. AÑO 2016**

**DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA**

**DATOS DE LA SEDE SOCIAL DE LA EMPRESA**

Nombre o razón social de la empresa		
CIF/ NIF	Acrónimo o nombre comercial	
Domicilio social		
Código postal	Municipio	
Provincia	Teléfono	Fax
e-mail de la empresa	Página web	

**DATOS DE CONTACTO**

Nombre	Apellidos	Cargo que ocupa en la empresa
Teléfono	Fax	e-mail

**Naturaleza, características y finalidad**

Esta encuesta se enmarca dentro del Plan Estadístico de Andalucía. La información que se solicita en este cuestionario tiene por finalidad la elaboración de estadísticas oficiales sobre comercio exterior, con objeto de conocer la composición, el funcionamiento y el perfil de las empresas exportadoras con establecimiento en

**Legislación**

**Estadística de cumplimiento obligatoria**

**Secreto estadístico**

Todos los datos de índole privada, personal, familiar, económica y financiera pertenecientes a personas físicas y jurídicas están amparados por el secreto estadístico. Asimismo, todas las personas, órganos e instituciones que intervengan en las actividades estadísticas tienen la obligación de mantener el secreto estadístico (artículos 9, 12 y 13 de la Ley 4/1989 de 12 de diciembre, de Estadística de la Comunidad Autónoma de Andalucía).

**Obligación de facilitar los datos**

La ley 4/89 establece que es obligatorio suministrar la información necesaria para la elaboración de las estadísticas oficiales. La obligación de suministrar información se extiende a todas las personas privadas, físicas y jurídicas, y Administraciones y Entidades Públicas que tengan su domicilio, residencia o actividad en el territorio de Andalucía (artículo 14 de la Ley 4/1989). Esta actividad estadística está incluida en el Plan Estadístico y Cartográfico de Andalucía 2010-2013, aprobado por la Ley 3/2013, de 24 de julio. Las personas que suministren datos deben contestar

**Incumplimiento**

El incumplimiento de las obligaciones impuestas por la Ley 4/1989, constituye infracción administrativa y será sancionado con lo previsto en dicha Ley. Las infracciones muy graves serán sancionadas con multas de 3.005 a 30.051 euros. Las infracciones graves serán sancionadas con multas de 301 a 3.004 euros. Las infracciones leves serán sancionadas con multas de hasta 300 euros (Artículo 46 de la Ley 4/1989).



#### A.5 Año de creación de la empresa

Indique el año de creación de su empresa:

#### A.6 Otros datos

- ¿Pertenece la empresa a alguna asociación empresarial? Sí  No
- ¿Tiene la empresa control/participación sobre alguna empresa extranjera? Sí  No
- Si la empresa está participada por capital extranjero, indique en qué porcentaje:  

<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
CAPITAL NACIONAL	CAPITAL EXTRANJERO
- La empresa dispone de planes de igualdad u otras medidas de promoción de género y erradicación de la discriminación contra las mujeres Sí  No

### B. ACTIVIDAD EXPORTADORA

#### B.1 Indique en qué situación se encontraba su empresa durante el ejercicio 2016

- Exportadora exclusivamente
- Exportadora e importadora
- Sin actividad en el exterior  → FIN de cuestionario

#### B.2. Productos/servicios que exportó en el 2016

Las exportaciones de productos/mercancías comprenderán todas aquellas operaciones a partir de la cuales un producto con origen Andalucía es vendido al extranjero.

Las exportaciones de servicios comprenden los servicios prestados por su empresa o entidad a unidades no residentes. También se incluyen como exportaciones, los servicios que su empresa pueda proporcionar a no residentes a través de la subcontratación de otras empresas, ya sean éstas residentes o no residentes. Para una mejor comprensión de las distintas rúbricas consulte el ANEXO.

- Descripción de los principales productos/servicios que exportó:
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
- Valor total de exportaciones: (€) \_\_\_\_\_
- Porcentaje que suponen las exportaciones sobre el importe neto de la cifra de negocios: (%)       %

#### B.3. Principales países a los que exportó en el 2016

País 1: \_\_\_\_\_ País 2: \_\_\_\_\_ País 3: \_\_\_\_\_  
 Nº de países a los que exporta: \_\_\_\_\_ (Indique el número)

#### B.4. Países a los que le gustaría exportar (Países objetivo si los hubiere)

País 1: \_\_\_\_\_ País 2: \_\_\_\_\_ País 3: \_\_\_\_\_

#### B.5. Indique cuál de las siguientes situaciones definen mejor a su empresa actualmente

- La empresa exporta de manera pasiva porque los clientes extranjeros vienen a comprarle pero no ha salido nunca a buscarlos \_\_\_\_\_
- La empresa no tiene clientes consolidados en el extranjero y aunque realizó búsqueda de clientes no encontró nuevos clientes o no son estables/fiables \_\_\_\_\_
- La empresa vende en el extranjero pero no realiza nuevas búsquedas de clientes en otros mercados \_\_\_\_\_
- La empresa vende en el extranjero y es activa en su promoción exterior y búsqueda de nuevos clientes en otros mercados \_\_\_\_\_

**B.6. Tiempo que lleva operando en los mercados exteriores**

1. Año en el que realizó la primera exportación:

2. Año desde el que exporta de forma continuada:

3. Marque con una X el año o los años en los que haya exportado o esté exportando:

2013	2014	2015	2016	2017	2018
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**B.7 EN RELACIÓN A LOS SIGUIENTES ORGANISMOS RELACIONADOS CON EL COMERCIO EXTERIOR. INDIQUE:**

	Conoce		¿Está Interesado?		Si ha recibido información y/o ayuda, ¿Le ha sido útil para su proceso de internacionalización?*					
	Sí	No	Sí	No	1	2	3	4	5	
1. EXTENDA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ICEX	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Cámaras de Comercio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Otros*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

\*Indique cuál, por favor \_\_\_\_\_

\*\*Teniendo en cuenta que 1 se considera poco útil y 5 muy útil.

**B.8 Certificados de calidad**

1. ¿Tiene su empresa algún certificado o está en proceso de recibirlo?

Sí  No  (Pase al apartado **B.9**)

\* Denominación completa del certificado de calidad \_\_\_\_\_

\*¿Cree que le ha aportado algún beneficio a la hora de participar en el mercado exterior los certificados de calidad?

Sí  No

**B.9 Cotización en Bolsa**

¿Cotiza en bolsa? Sí  → Indíquenos desde qué año

No  (Pase al apartado **B.10**)

**B.10 Indique todas las opciones que correspondan en cuanto a las marcas propias de los productos que exportan**

- No tiene marcas propias
- Exporta con marcas registradas en España
- Tiene marcas registradas en el extranjero

**B.11 ¿Realiza operaciones con el exterior a través del comercio electrónico?**

Entendiendo como comercio electrónico: Las transacciones realizadas a través de redes basadas en protocolos de internet (TCP/IP) o sobre redes telemáticas. Los bienes y servicios se contratan a través de estas redes, pero el pago o entrega del producto puede facilitarse off-line, a través de cualquier otro canal. Los pedidos realizados por teléfono, fax o mediante correo electrónico no se consideran comercio electrónico.

Sí  No  (Pase al apartado **B.12**)

Las operaciones realizadas a través de comercio electrónico suponen para su empresa:

- Menos del 25%
- Entre el 25% y el 50%
- Entre el 51% y el 75%
- Más del 75%

**B.12 Si realiza alguna inversión o desarrolla alguna actividad I+D+i indique el porcentaje**

Las actividades de I+D+i comprenden el trabajo creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar el volumen de conocimientos, incluido el conocimiento del hombre, cultura y la sociedad, y el uso de estos conocimientos para derivar nuevas aplicaciones. La innovación está constituida por todos aquellos pasos científicos, tecnológicos, de organización, financieros y comerciales, incluida la inversión en nuevos conocimientos, destinados a la introducción de productos (bienes o servicios) o procesos nuevos o sensiblemente mejorados.

Menos del 25%     Entre el 25% y el 50%     Entre el 51% y el 75%     Más del 75%

**C. EN RELACION AL EMPLEO DE LA EMPRESA**

**C.1. En relación al número de empleados en el 2016**

	Número medio de personas ocupadas en la empresa		
	Hombres	Mujeres	TOTAL
1.En Andalucía .....	_____	_____	_____
2.En el resto de España .....	_____	_____	_____
3.En el resto del mundo .....	_____	_____	_____
<b>TOTAL</b> .....	_____	_____	_____

**C.2. En relación a la temporalidad de los empleados en el año 2016**

El personal dedicado a tiempo completo y a tiempo parcial. Entendiendo por tiempo completo, el personal que trabaja más de 30 horas semanales, y como tiempo parcial el personal que trabaja menos de 30 horas semanales.

	Número medio de personas ocupadas en la empresa					
	A tiempo completo		A tiempo parcial		TOTAL	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
1.En Andalucía .....	_____	_____	_____	_____	_____	_____
2.En el resto de España .....	_____	_____	_____	_____	_____	_____
3.En el resto del mundo .....	_____	_____	_____	_____	_____	_____
<b>TOTAL</b> .....	_____	_____	_____	_____	_____	_____

**C.3. En relación a la formación de los empleados en el año 2016**

1. Indique el nº de empleados que hay en la empresa en función de la cualificación de los mismos.

	Número de empleados		
	Hombres	Mujeres	TOTAL
A. Licenciados .....	_____	_____	_____
B. Técnicos superiores y diplomados .....	_____	_____	_____
C. Educación secundaria .....	_____	_____	_____
D. Educación primaria .....	_____	_____	_____
E. Sin estudios .....	_____	_____	_____
<b>TOTAL</b> .....	_____	_____	_____

**C.4. Empleo en la actividad exportadora en el 2016**

	Número medio de personas ocupadas en la empresa		
	Hombres	Mujeres	TOTAL
1.Dedicados exclusivamente a actividades de exportación en Andalucía: .....	_____	_____	_____
2.Dedicados exclusivamente a actividades de exportación en España: .....	_____	_____	_____
3.Dedicados exclusivamente a actividades de exportación en el extranjero: .....	_____	_____	_____
<b>TOTAL</b> .....	_____	_____	_____

### C.5. Grado de dedicación de la plantilla de la empresa a tareas de exportación en el 2016

	Hombres	Mujeres	TOTAL
1. Número de horas dedicadas a tareas de exportación como proporción del total de horas trabajadas por la plantilla (Indicar %) _____	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

### C.6. ¿Tiene algún becario en la empresa?

	Hombres	Mujeres	TOTAL
<input type="checkbox"/> Sí, trabajando en temas relacionados con comercio internacional _____	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Sí, trabajando en otros departamentos. _____	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> No, la empresa no tiene ningún becario			

## D. PERFIL DEL RESPONSABLE DE LAS OPERACIONES CON EL EXTERIOR

En las actividades que realiza su empresa en los mercados exteriores, defina a la persona encargada o responsable de las operaciones relacionadas con el exterior.

### D.1. Cargo que ocupa en la empresa

1. Propietario _____ <input type="checkbox"/>	6. Director Departamento de Exportación _____ <input type="checkbox"/>
2. Consejero Delegado _____ <input type="checkbox"/>	7. Director Comercial _____ <input type="checkbox"/>
3. Director General _____ <input type="checkbox"/>	8. Director Financiero _____ <input type="checkbox"/>
4. Director Gerente _____ <input type="checkbox"/>	9. Otros. Indique cual: _____ <input type="checkbox"/>
5. Director de Operaciones _____ <input type="checkbox"/>	

### D.2. Sexo del responsable de las operaciones con el exterior

Hombre  Mujer

### D.3. Nivel de estudios

1. Sin estudios reglados _____ <input type="checkbox"/>	6. Formación profesional _____ <input type="checkbox"/>
2. Educación primaria _____ <input type="checkbox"/>	7. Estudios universitarios _____ <input type="checkbox"/>
3. Educación secundaria _____ <input type="checkbox"/>	8. Otros. Indique cual: _____ <input type="checkbox"/>

### D.4. Indique el rango salarial actual neto

- Entre 12.000€ y 18.000€
- Entre 18.001€ y 24.000€
- Entre 24.001€ y 30.000€
- Entre 30.001€ y 36.000€
- Más de 36.000€

### D.5. Conocimientos específicos en internacionalización

#### 1. Conocimiento de idiomas

A. ¿Qué idiomas extranjeros domina? \_\_\_\_\_

B. Valore la importancia de conocer idiomas  Elevado  Intermedio  Reducido  No pertinente

#### 2. Experiencia profesional

A. Indique el número de años que lleva dedicado a la internacionalización \_\_\_\_\_ (Años)

B. Valore la importancia de la experiencia  Elevado  Intermedio  Reducido  No pertinente

#### 3. Estudios específicos en internacionalización

A. ¿Ha realizado algún curso específico sobre internacionalización? Sí  No

B. Valore la importancia de estos cursos específicos  Elevado  Intermedio  Reducido  No pertinente

#### D.6. Formación continua

Indique si en los últimos 3 años ha realizado algún curso, seminario, master...

- Comercio exterior
- Administración y gestión de empresas
- Marketing, gestión comercial y publicidad
- Informática, internet, etc
- Nuevas técnicas de producción en su sector
- Comercio electrónico
- Idiomas
- Otros. Indique la materia \_\_\_\_\_
- No ha realizado ninguna acción formativa en los últimos tres años
- No ha encontrado la oferta formativa que necesita. Si es así, por favor, indique cuál: \_\_\_\_\_

#### E. EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS

##### E.1. Indique en qué momento del proceso de internacionalización se encuentra su empresa

- 1. Iniciación: La empresa se encuentra en una etapa de iniciación al comercio exterior \_\_\_\_\_
- 2. Desarrollo: La empresa exporta a mercados exteriores \_\_\_\_\_
- 3. Consolidación: La empresa tiene consolidado su actividad exterior y el negocio en otros mercados \_\_\_\_\_

##### E.2. Indique cual de las siguientes modalidades de internacionalización opera su empresa

En el ANEXO puede encontrar las definiciones de cada una de las formas de exportación que se indican.

*Exportación	En la Unión Europea	En el resto del mundo
1. Exportación directa _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Exportación a intermediario _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Licencias al exterior _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Franquicias al exterior _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Contratos de fabricación _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Contratos de asistencia técnica _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Subcontrata _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Contrato de suministro _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Inversión Exterior	Indique el número de implantaciones	En la Unión Europea	En el resto del mundo
1. Oficina de representación _____	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Sucursal o Delegación _____	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Joint Venture _____	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Consorcios de exportación _____	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Filial comercial _____	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Filial productiva _____	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Toma de participación _____	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Adquisición 100% _____	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Otras formas no contempladas	En la Unión Europea	En el resto del mundo
1. Otras formas. Indíquelas: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## F. OBJETIVOS, MOTIVACIONES, NECESIDADES Y LIMITACIONES EN LOS MERCADOS EXTERIORES

### F.1 OBJETIVOS EN LOS MERCADOS EXTERIORES

La actividad en los mercados exteriores llevada a cabo por su empresa puede estar orientada a diferentes objetivos. Indique los tres principales objetivos de la estrategia internacional de su empresa, entre los siguientes:

- 1. Vender más a los clientes extranjeros que ya tiene
- 2. Captar nuevos clientes en los mercados exteriores en los que ya ha vendido antes
- 3. Diversificación de mercados y riesgos
- 4. Reducción de costes de localización y transacción
- 5. Búsqueda en el exterior de recursos naturales, financieros o tecnología para mejorar su cadena de valor
- 6. Ocupación de capacidad productiva sobrante
- 7. Optimización de procesos, organización o gestión
- 8. La empresa no tenía previsto ningún objetivo estratégico de comercio exterior para este año
- 9. Otro objetivo. Indique cual: \_\_\_\_\_

### F.2 MOTIVACIONES PARA ACCEDER A LOS MERCADOS EXTERIORES

Seleccione las tres principales razones que motivan a su empresa a vender en mercados exteriores.

- 1. Cambios de mentalidad y actitudes en la empresa
- 2. Mayor rentabilidad e incremento de beneficios
- 3. Mejora del prestigio o imagen de la empresa
- 4. Presión Institucional o de los propios clientes
- 5. Seguimiento de competidores nacionales, que están exportando
- 6. Aprovechar nuevas oportunidades ante la entrada en el mercado nacional de empresas competidoras extranjeras
- 7. Buscar alternativas al lento crecimiento, estancamiento o caída del mercado nacional
- 8. Otro motivo. Indique cual: \_\_\_\_\_

### F.3 NECESIDADES A LA HORA DE OPERAR EN LOS MERCADOS EXTERIORES

Indique qué grado tiene cada necesidad para su empresa a la hora de operar en los mercados exteriores.

	Grado de necesidad			
	Elevado	Intermedio	Reducido	No pertinente
1. Necesidades de información sobre cómo exportar, qué exportar y cómo cobrar _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Localizar importadores y/o distribuidores fiables que coloquen el producto en los mercados exteriores _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Consolidación de mi producto o marca _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Acceso más directo a los canales de distribución o los clientes finales _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Apoyo económico para realizar viajes y actividades de promoción _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Apoyo para la implantación en mercados exteriores _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Orientación y financiación para exportar conjuntamente con otras empresas _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Localización de nuevos clientes o socios en otros mercados _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Necesidades en formación y recursos humanos _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Apoyo en aseguramiento de cobro _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Asesoramiento sobre estrategia empresarial _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Financiación para mi proyecto de internacionalización _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Otras necesidades. Indíquelas _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



#### F.4 FACTORES QUE DIFICULTAN LA ACTIVIDAD EXPORTADORA

En la actividad exportadora llevada a cabo por su empresa, ha podido encontrar factores que dificulten su actividad. Señale el grado de importancia de las siguientes dificultades:

	Grado de importancia			
	Elevado	Intermedio	Reducido	No pertinente
1. Dificultades de producción y/o adaptación del producto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Capacidad financiera de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Carencia de personal con formación adecuada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Falta de estrategia empresarial o plan definido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Escaso compromiso con el proceso de internacionalización	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Costes del proceso de internacionalización	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Ausencia de información adecuada sobre el sector y el mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Desconocimiento para realizar la selección de mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Localización de posibles clientes o socios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Dificultad para la implantación en otros mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Desconocimiento de ayudas disponibles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Existencia de una alta competitividad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Los riesgos de cobro y fluctuaciones en cambios y tipo de interés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Inseguridad jurídica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Problemas logísticos y de aprovisionamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Normativas y requisitos legales en los mercados de interés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### F.5 VALORE SU EXPERIENCIA EN SU TRAYECTORIA INTERNACIONAL

En relación a su actividad con el exterior, valore la experiencia adquirida por su empresa.

	Valoración de la experiencia*			
	Elevado	Intermedio	Reducido	No pertinente
1. Competitividad de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Capacidad productiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Calidad de la producción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Beneficio empresarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Rentabilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Imagen de la empresa/marca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Incremento del empleo en su empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Riesgo financiero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Costes de producción, comerciales y de distribución	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Experiencia positiva para el desarrollo de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

\*Se considera Elevado como una experiencia muy positiva mientras que Reducido se considera una experiencia negativa.

Sí, quiero recibir información sobre los servicios que ofrece Extenda

¿Desea recibir el cuestionario por correo electrónico en las próximas encuestaciones y así colaborar con el medio ambiente?

Sí  No

