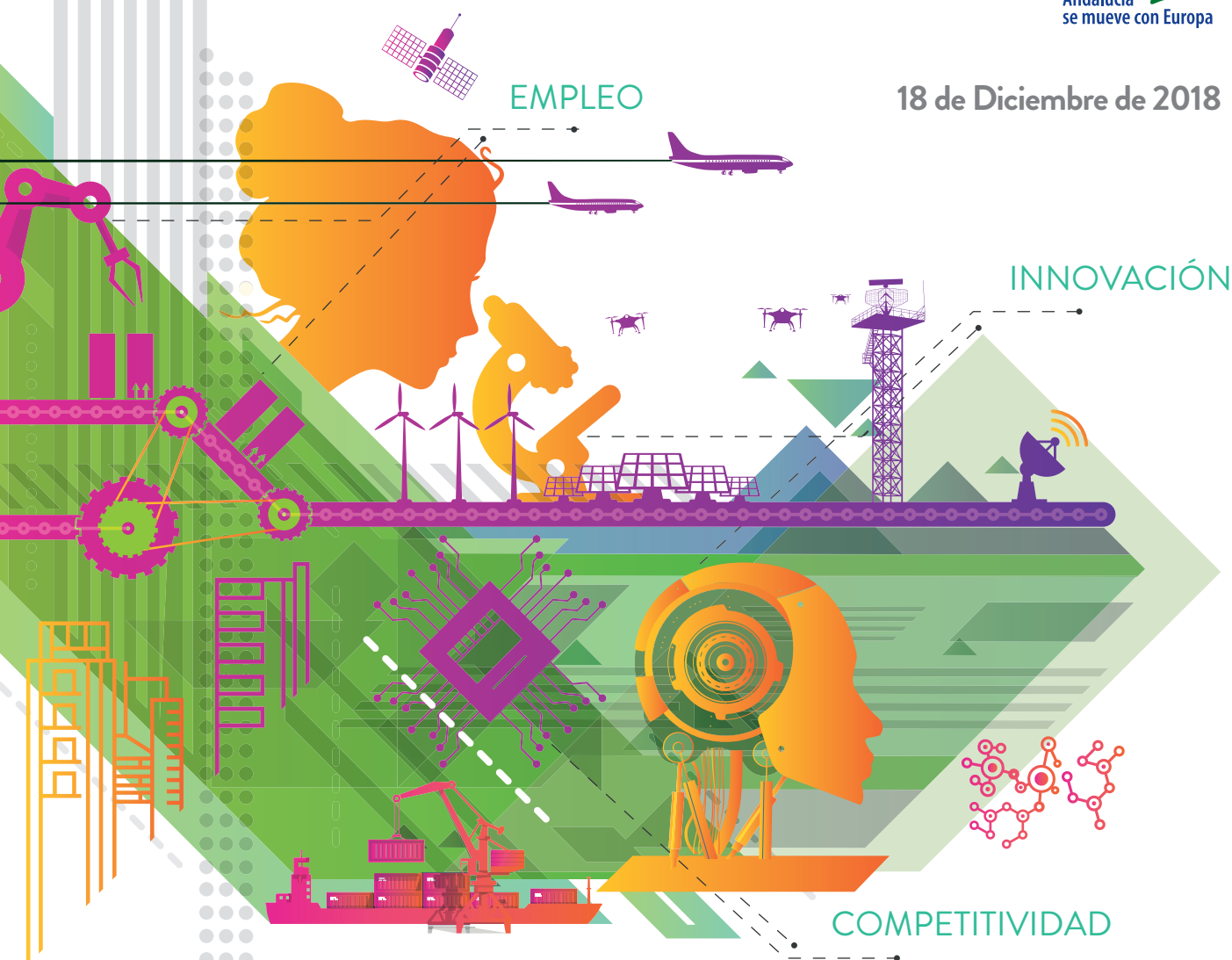


PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA
DIVULGACIÓN DE PROYECTOS Y ACTUACIONES
REALIZADAS POR LA AGENCIA IDEA Y COFINANCIADAS
POR EL FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL,
EN EJECUCIÓN DEL PROGRAMA OPERATIVO FEDER
ANDALUCÍA 2014-2020, A TRAVÉS DE LA SUBVENCIÓN
GLOBAL COMPETITIVIDAD-INNOVACIÓN-EMPLEO DE
ANDALUCÍA 2014-2020



18 de Diciembre de 2018



SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020

ANDALUCÍA **ES INDUSTRIA**
ANDALUCÍA **ES INNOVACIÓN**



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO

ÍNDICE

0 | INTRODUCCIÓN

1 | LA OPORTUNIDAD DE COMUNICAR CON ESTRATEGIA

2 | FONDOS ESTRUCTURALES Y DE INVERSIÓN EUROPEOS

2.1.- Programa Operativo FEDER 2014-2020

2.1.1.- Ejes, prioridades y objetivos

2.1.2.- Beneficiarios

2.2.- Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020

3 | ANÁLISIS DE CONTEXTO

3.1.- De la crisis a la recuperación

3.2.- La Agencia IDEA: un instrumento de apoyo en constante evolución

3.3.- Un modelo de gobernanza compartida para una comunicación integral

4 | OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

4.1.- Objetivos generales

4.2.- Objetivos estratégicos

4.3.- Objetivos instrumentales

4.4.- Objetivos operativos

5 | PÚBLICOS OBJETIVO

5.1.- Generalización y segmentación, un camino de ida y vuelta

5.2.- De la alianza a la complicidad

5.3.- ¿A quiénes? ¿Con quiénes? y ¿Para qué?

5.3.1.- Público directo

5.3.2.- Públicos prescriptores

5.3.3.- Públicos aliados

5.3.4.- Medios de comunicación

5.3.5.- Público general. Sociedad andaluza

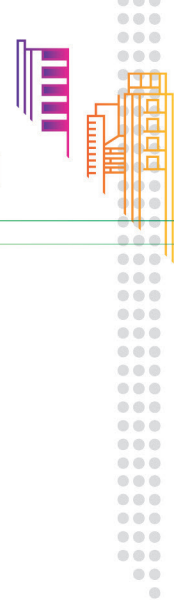
6 | EL DISCURSO: ANDALUCÍA, EL ÉXITO DE EUROPA

6.1.- Aportando cohesión a Europa

6.2.- Aportando cohesión a España

6.3.- Construyendo una región cohesionada





7 | **LÍNEAS ESTRATÉGICAS**

7.1.- Bases para una estrategia integradora

7.2.- Líneas estratégicas

8 | **ACCIONES, INSTRUMENTOS Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN**

8.1.- Mapeado de fuentes y flujos de información

8.2.- Radiografía de aliados y flujos de difusión

8.3.- Set de prescriptores

8.4.- Press Box

8.5.- Organización de jornadas formativas para periodistas especializados en Economía

8.6.- Actos de presentación regional y provinciales

8.7.- Mailing personalizado

8.8.- E-mailing

8.9.- Espacios de Innovación de Andalucía

8.10.- Estrategia Clúster de Andalucía

8.11.- Informes de balance para difusión a la carta a medios de comunicación

8.12.- Iniciativa Territorial Integrada de la Provincia de Cádiz 2014-2020

8.13.- Captación de inversiones

8.14.- Buenas prácticas

8.15.- Soportes publicitarios con contenido informativo redaccional en grupos de comunicación andaluces

8.16.- Participación en ferias y eventos

8.17.- Revista IDEA Digital

8.18.- Comunicación online: web, redes sociales y comunicación 2.0

8.19.- Página web: microsite sobre FEDER y la Subvención Global de Andalucía 2014-2020

8.20.- Desarrollo de una APP de asistencia a beneficiarios

8.21.- Plan de medios para la ejecución de campañas publicitarias en soportes impresos y online

9 | **MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN A CUMPLIR POR LOS BENEFICIARIOS**

10 | **EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN**



00 | INTRODUCCIÓN

El presente documento constituye el Plan Estratégico de Comunicación para la divulgación de proyectos y actuaciones realizadas por la Agencia IDEA y cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en ejecución del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020, a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación Empleo de Andalucía 2014-2020.

Para la elaboración de este Plan de Comunicación se han tenido en cuenta los siguientes documentos de referencia:

- Plan Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020 (Versión aprobada)
- Plan Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020 (Estrategias y actuaciones)
- Estrategia de Comunicación de los P.O. FEDER y FSE de Andalucía 2014-2020
- Informe de ejecución anual 2016 del P.O. FEDER de Andalucía 2014-2020
- Evaluación Final del Plan de Comunicación de los P.O. FEDER y FSE de Andalucía 2007-2013

El Plan Estratégico de Comunicación desarrollado debe ser analizado desde dos premisas:

- **Es una propuesta de aproximación**, ya que el método de trabajo basa gran parte de su éxito en el análisis de lo que se ha hecho y se está haciendo hasta el momento, pero también tiene en cuenta el contexto cambiante en el que se va a desarrollar hasta finales de 2020. Precisamente, fruto de ese análisis y su consiguiente diagnóstico, muchas de las propuestas que se realizan en este documento podrán ser afinadas y reprogramadas en el transcurso

de su ejecución para poder optimizar sus resultados, así como para formular cualesquiera otras que se consideren de interés.

- **Es una propuesta abierta, flexible y en constante revisión**, dado que son muchos los factores que deberán irse incorporando al Plan durante este proceso, tanto en contenidos (nuevas convocatorias de incentivos, programas, planes, ...), como en calendario, dado que en el marco de ejecución se producirán procesos electorales de diversa índole que pueden afectar al desarrollo, planificación y enfoque de las distintas acciones de comunicación, en cumplimiento de la preceptiva normativa establecida. De esta forma, se plantean revisiones semestrales de las acciones definidas en este Plan con el fin de poder reorientarlas una vez analizados sus resultados.

Desde estas dos premisas, se diseña un Plan Estratégico de Comunicación que busca conseguir la máxima difusión de las actuaciones que la Agencia IDEA ha llevado a cabo, continúa ejecutando y ejecutará en el período de vigencia de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empresa de Andalucía 2014-2020.

Igualmente, este Plan Estratégico de Comunicación viene a tomar en consideración la normativa sobre información y publicidad de los fondos europeos. Así, la Agencia IDEA, como gestora de Fondos FEDER, está sujeta al cumplimiento de los artículos 115, 116, 117 y el Anexo XII del Reglamento (UE) nº 1303/2013 de Disposiciones Comunes en el que se recogen las responsabilidades en materia de información y comunicación que deben cumplir los organismos que gestionen fondos europeos.

La Agencia IDEA tiene la obligación de dar a conocer a los ciudadanos el papel y los logros de la política de cohesión y de los Fondos por medio de acciones de información y comunicación acerca de los resultados y el impacto del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020 y la Subvención Global de Andalucía 2014-2020 en particular.

Además, la Agencia IDEA debe aplicar lo establecido en los artículos 3, 4 y Anexo II del Reglamento de Ejecución (UE) nº 821/2014, en lo que se refiere a las características técnicas de las medidas de información y comunicación.

Por otra parte, en el documento “DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DE LA AGENCIA DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE ANDALUCÍA IDEA, COMO ORGANISMO INTERMEDIO DE LA SUBVENCIÓN GLOBAL DE ANDALUCÍA COMPETITIVIDAD-INNOVACIÓN-EMPLEO FEDER ANDALUCÍA 2014-2020”, de abril de 2017, en su epígrafe 2 “Funciones que son delegadas por la Autoridad de Gestión” se recoge que la Agencia IDEA como Organismo Intermedio debe desarrollar una serie de funciones de tipo general que son necesarias para el desarrollo completo de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020 y entre estas funciones se encuentran las relacionadas con las acciones de comunicación e información.

En concreto, en el mencionado documento, las funciones generales que se recogen, relacionadas con información y comunicación, son:

- 1) Difusión del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020 y la Subvención Global de Andalucía 2014-2020, mediante los diferentes canales de comunicación, dirigidos a los agentes afectados por las medidas e instrumentos de apoyo contemplados en los Fondos Europeos FEDER 2014-2020 de Andalucía.

- 2) Información y Publicidad. En línea con la Estrategia de Comunicación de los P.O. FEDER y FSE de Andalucía 2014-2020 aprobada el 17 de mayo de 2016 por el Comité de Seguimiento del P.O. FEDER de Andalucía 2014-2020, la Agencia IDEA debe realizar las siguientes funciones:

- a) Coordinación por parte del Área de Comunicación de la Agencia IDEA de las actividades a llevar a cabo en materia de información y publicidad.
- b) Diseño y ejecución de una estrategia de comunicación destinada a hacer llegar al público la máxima información sobre el apoyo ofrecido a través de operaciones financiadas por la Subvención Global de Andalucía 2014-2020. De esta forma, se garantiza una amplia difusión a los beneficiarios potenciales y a todas las partes interesadas, junto con información detallada del apoyo financiero procedente de los Fondos Europeos.



01 | LA OPORTUNIDAD DE COMUNICAR CON ESTRATEGIA

En primer lugar, es importante incardinar este Plan en las Estrategias de Comunicación de los Programas FEDER y FSE de Andalucía 2014-2020. Comunicar compartiendo las directrices de esa Estrategia, es más, formando parte activa de esa Estrategia, va a posibilitar ser mucho más efectivos en los resultados en una doble vertiente:

- En primer lugar, porque sus directrices focalizan perfectamente los objetivos, públicos, enfoque, materiales, etc., de forma que la difusión y comunicación de las acciones ejecutadas en el marco de esta Subvención Global van:
 - a contribuir de manera muy efectiva y, desde su singularidad, a dar a conocer al público en general los logros alcanzados con los Fondos que la Unión Europea destina a las políticas de cohesión;
 - a concienciar a la población en general sobre los objetivos de estas políticas desde el conocimiento de esos logros, aportando por ello un valor tan importante como la transparencia;
 - y a posibilitar que tanto las autoridades y organismos de gestión, como los beneficiarios de los proyectos, compartan la necesidad de comunicar y difundir de forma particular su existencia, su utilización y sus resultados de forma que contribuyan a alcanzar sus objetivos globales.
- Y, en segundo lugar, porque participar activamente de sus recomendaciones e instrumentos de conocimiento y

evaluación van a reforzar la imagen de la Agencia IDEA como un organismo diligente en su cometido y de la Junta de Andalucía como una administración eficaz y eficiente en el uso y destino de estos fondos de cara a los responsables europeos de estas políticas. Para ello, la participación activa en el sistema INFOCO de la Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda, contribuyendo a la mejora de los indicadores de comunicación; compartir con anticipación información que permita adecuar el calendario de realización de algunas actuaciones concretas de información y publicidad con otras que se pudieran realizar para evitar solapamientos; o la recopilación y puesta a disposición de forma continua de todas las plataformas y herramientas disponibles como RIBERA o las Redes AGRIPA o RETINA, así como la red europea de comunicación INFORM entre otras, deben propiciar una mayor reputación de la Agencia IDEA por visibilizar internamente lo que se hace y lo que se cuenta.

En ese sentido, se propone un Plan que, desde una visión integral de comunicación 360°, siga aportando mejoras a algunas realidades que aún persisten en la comunicación actual. Un Plan para

- CONTAR MÁS: se hace más de lo que se cuenta.
- CONTAR MEJOR: lo que se hace va más allá del propio hecho, cada información aporta a un todo con un por qué (políticas de cohesión europea), un para qué (Competitividad- Innovación- Empleo), un cómo (Subvención Global de Andalucía 2014-2020 e instrumentos)

y un quién (Agencia IDEA, públicos aliados y empresas).

- **MÁS GENTE CONTANDO:** se trata de conseguir que sean muchos más los que cuenten (organismos, instituciones, empresas, personas, ...), aportándoles los contenidos necesarios e induciendo las alianzas oportunas.

- **EN MÁS SITIOS, DE MÁS FORMAS, PARALLEGARAMÁS:** hay que trabajar la siguiente escala: contenidos, formatos, canales, prescriptores. Una comunicación 360°, multicanal, en todos los formatos y multidireccional, y desde una visión integral de todos los objetivos tanto de la Agencia IDEA como de la Junta de Andalucía y de las autoridades europeas.



02 | FONDOS ESTRUCTURALES Y DE INVERSIÓN EUROPEOS

Los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (Fondos EIE) son los recursos financieros que la Unión Europea pone a disposición de los Estados Miembros para financiar la política de cohesión, que tiene como objetivos la inversión en crecimiento y empleo y la cooperación territorial europea. A través de ellos se desarrolla una actuación conjunta orientada a apoyar la cohesión económica, social y territorial y a alcanzar los objetivos de la Estrategia Europa 2020 por los que la Unión Europea ha apostado en este período: un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.

Existen cinco fondos:

- Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).
- Fondo Social Europeo (FSE).
- Fondo de Cohesión (FC).
- Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER).
- Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca (FEMP).

El Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) funciona desde 1975 para el desarrollo y ajuste estructural de las economías regionales, el cambio económico, la mejora de la competitividad y la cooperación territorial.

El Fondo Social Europeo (FSE) contribuye, desde 1958, a la adaptación de los trabajadores y las empresas, el acceso al empleo, la participación en el mercado de trabajo y la inclusión social de las personas desfavorecidas.

Los otros tres son: el Fondo de Cohesión, que ayuda a los Estados y regiones menos desarrolladas, el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y el Fondo Europeo de la Pesca y Marítimo.

La UE establece el marco de la política de cohesión para un periodo de 7 años. Para el periodo actual, que cubre los años 2014-2020 se pretende una mayor coordinación y cooperación entre todos los fondos disponibles, que ascienden a 351.800 millones de euros.

Con carácter general, los Fondos EIE se estructuran a nivel nacional y regional a través de los denominados “Programas Operativos” que pueden ser regionales y plurirregionales. En Andalucía, además de los programas plurirregionales, contamos en este período con Programas Operativos específicos para FEDER, Fondo Social Europeo (FSE) y la Iniciativa de Empleo Juvenil, el Programa de Desarrollo Rural (FEADER) y el correspondiente al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca (FEMP).

2.1_ PROGRAMA OPERATIVO FEDER DE ANDALUCÍA 2014-2020

El Programa Operativo FEDER de Andalucía para el período 2014-2020 se diseña en coherencia con las prioridades estratégicas de la Política Regional Europea para el desarrollo económico y la política de cohesión, con la finalidad de lograr que Andalucía avance en las siguientes prioridades que se refuerzan mutuamente:

- Crecimiento inteligente: una economía basada en el conocimiento y la innovación.
- Crecimiento sostenible: una economía que haga un uso eficaz de los recursos y que sea más verde y competitiva.
- Crecimiento integrador: una economía con alto nivel de empleo, cohesión social y territorial.



Para optimizar la inversión de los Fondos EIE en la Estrategia Europa 2020, la UE define los siguientes Objetivos Temáticos, que se recogen en el P.O. FEDER Andalucía 2014-2020:

- OT1.- Potenciar la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación;
- OT2.- Mejorar el uso y la calidad de las tecnologías de la información y de la comunicación y el acceso a las mismas;
- OT3.- Mejorar la competitividad de las pymes, del sector agrícola (en el caso del FEADER) y del sector de la pesca y la acuicultura (en el caso del FEMP)
- OT4.- Favorecer la transición a una economía baja en carbono en todos los sectores;
- OT5.- Promover la adaptación al cambio climático y la prevención y gestión de riesgos;
- OT6.- Conservar y proteger el medio ambiente y promover la eficiencia de los recursos;
- OT7.- Promover el transporte sostenible y eliminar los estrangulamientos en las infraestructuras de red fundamentales;
- OT8.- Promover la sostenibilidad y la calidad en el empleo y favorecer la movilidad laboral;
- OT9.- Promover la inclusión social y luchar contra la pobreza y cualquier forma de discriminación;
- OT10.- Invertir en educación y formación profesional para la adquisición de capacidades y un aprendizaje permanente;

El P.O. FEDER Andalucía 2014-2020 para este periodo tiene un gasto público total de 3.635,4 millones de euros.

2.2_ SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD-INNOVACIÓN- EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020

La Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 se configura como un conjunto integrado de actuaciones que tienen como objetivo mejorar la competitividad y el desarrollo de las empresas en Andalucía, especialmente de las pymes, a través de una serie de medidas dirigidas a la mejora del ecosistema de innovación andaluz y de un portfolio de incentivos y de servicios orientados a impulsar el crecimiento económico y el empleo estable y de calidad en la región, fomentando la incorporación de la innovación en las empresas andaluzas.

La Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo 2014-2020 está cofinanciada por el **Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)** y se integra en el Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020.

El Organismo Intermedio de la Subvención Global, responsable de su gestión, es la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, que viene encargándose de este instrumento en los sucesivos periodos de programación europea, desde 1991 de manera ininterrumpida.

2.2.1- EJES, PRIORIDADES Y OBJETIVOS

La Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 se estructura en torno a tres Ejes Prioritarios (EP) del P.O. FEDER Andalucía 2014-2020:

- EP1: Potenciar la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación.
- EP2: Mejorar el uso y la calidad de las tecnologías de la información y de las comunicaciones y el acceso a ellas.
- EP3: Mejorar la competitividad de las pymes.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN DE LA SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD-INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020

En este sentido, la actuación de la Agencia IDEA se concentra en cinco prioridades de inversión, dos de ellas vinculadas al EP1, una al EP2, y dos al EP3:

- 01 | Mejora de las infraestructuras de I+i y las capacidades para impulsar la excelencia en materia de I+i, y el fomento de los centros de competencias, en particular de interés europeo.
- 02 | Fomento de la inversión empresarial en I+i, desarrollo de vínculos y sinergias entre empresas, centros de investigación y desarrollo, así como el sector de la enseñanza superior.
- 03 | Desarrollo de productos y servicios de TIC, comercio electrónico y una mayor demanda de TIC.
- 04 | Fomento del espíritu empresarial, en particular, facilitando la explotación económica de nuevas ideas y promoviendo la creación de nuevas empresas, también mediante viveros.
- 05 | Apoyo a la capacidad de las pymes para crecer en los mercados regionales, nacionales e internacionales y para implicarse en los procesos de innovación.



Y siete objetivos específicos:

- 01 | Fortalecimiento de las instituciones de I+D y creación, consolidación y mejora de las infraestructuras científicas y tecnológicas.
- 02 | Impulso y promoción de actividades de I+D+i lideradas por las empresas, apoyo a la creación y consolidación de empresas innovadoras y apoyo a la compra pública innovadora.
- 03 | Transferencia de conocimiento y cooperación entre empresas y centros de investigación.
- 04 | Desarrollo de la economía digital, incluyendo el comercio electrónico, para el crecimiento, la competitividad y la internacionalización de las empresas españolas.
- 05 | Creación de nuevas empresas y viveros de empresas, en particular, mejorando el acceso a la financiación y a servicios de apoyo avanzados.
- 06 | Promoción del crecimiento y la consolidación de las pymes, en particular, mejorando su financiación, tecnología y acceso a servicios de apoyo avanzados, incluyendo los sectores agrícola, marino, marítimo, turístico, cultural y comercial.
- 07 | Promoción de la internacionalización de las pymes.

Adicionalmente, la Subvención Global de Andalucía contempla, en el marco del Eje Prioritario de Asistencia Técnica del P.O. FEDER Andalucía 2014-2020, un conjunto de actuaciones tendentes a lograr una eficaz

implementación de la misma: apoyo a la actividad de gestión y control, los mecanismos de coordinación, evaluación, así como la comunicación a todos los agentes que configuran el ecosistema empresarial de Andalucía, administraciones públicas, agentes económicos y sociales y sociedad civil.

2.2.1.- **BENEFICIARIOS**

Con carácter general los beneficiarios de la Subvención Global de Andalucía serán las empresas. No obstante, cada convocatoria concreta de ayuda establecerá los beneficiarios específicos entre los que podrán incluirse, entre otros:

Para las actuaciones incluidas en el Eje Prioritario 1, potenciar la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación:

- Las empresas.
- Las agrupaciones o asociaciones de carácter empresarial y las fundaciones que realicen por sí mismas actividad económica.
- Los organismos públicos de investigación.
- Las universidades públicas, sus institutos universitarios, y las universidades privadas.
- Otras entidades públicas y privadas sin ánimo de lucro que realicen y/o gestionen actividades de I+D+i.
- Los centros tecnológicos y centros de apoyo a la innovación tecnológica pertenecientes al sistema andaluz de agentes del conocimiento.
- Las entidades promotoras o gestoras de clúster o de espacios de innovación.





Para las actuaciones incluidas en el Eje Prioritario 2, mejorar el uso y la calidad de las tecnologías de la información y de las comunicaciones y el acceso a ellas:

- Las pymes.

Para las actuaciones incluidas en el Eje Prioritario 3, mejorar la competitividad de las pymes:

- Las pymes.
- Las asociaciones de empresas y las fundaciones que realicen actividades económicas.
- Las entidades promotoras o gestoras de clúster y/o de los espacios de innovación.

- Los centros de excelencia e instituciones de conocimiento de referencia nacional e internacional carentes de ánimo de lucro.
- Los ayuntamientos para las actuaciones individuales en espacios productivos y de innovación.
- Las diputaciones provinciales para las actuaciones conjuntas en espacios productivos y de innovación.
- Otros organismos u entidades públicas que sean titulares o presten los servicios a las infraestructuras e instalaciones productivas y de innovación.



03 | ANÁLISIS DE CONTEXTO

3.1_ DE LA CRISIS A LA RECUPERACIÓN

En una primera aproximación al contexto socioeconómico en el que se desarrolla la Subvención Global de Andalucía es necesario hacer un somero análisis de los principales datos que afectan a las variables de Competitividad, Innovación y Empleo de la Comunidad Autónoma.

El anterior marco de apoyo comunitario, articulado a través del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2007-2013 y la Subvención Global Innovación-Tecnología-Empresa de Andalucía 2007-2013, coincidió con los años más duros de la crisis, que tuvieron un gran impacto en la economía y el mercado laboral andaluz.

Durante esos años (2007-2013), la economía andaluza registró un descenso acumulado del 7,9%, una pérdida de 667.100 empleos (un -20,6%) y la desaparición de 51.294 empresas de los sectores no agrarios (un -9,8%), por citar sólo tres de los indicadores de referencia más representativos.¹

Sin embargo, esa curva descendente en las métricas ha cambiado su tendencia a partir de 2014, coincidiendo con la entrada en vigor del nuevo Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020.

La economía andaluza viene registrando un notable dinamismo en los últimos años, especialmente en 2017, con un intenso ritmo de crecimiento del PIB y del empleo, y un diferencial favorable respecto a su entorno europeo. Un comportamiento que está permitiendo a Andalucía avanzar en el proceso de convergencia europea retomado tras los años de crisis.

De acuerdo con los últimos datos publicados de la Contabilidad Regional Trimestral de Andalucía que elabora el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), en el cuarto trimestre de 2017, la economía andaluza registró

un incremento real del PIB del 0,7% respecto al trimestre anterior, por encima de la Zona Euro y la Unión Europea. Con ello, encadena **más de cuatro años consecutivos con tasas intertrimestrales positivas**, desde el tercer trimestre de 2013.

En términos interanuales, el **incremento real del PIB en 2017 ha sido del 3%**, casi medio punto más elevado que la media de la Zona Euro (2,6%), superando también el resultado de las principales economías del área, como Alemania (2,8%) o Francia (2,2%).

Este crecimiento de la economía andaluza, del 3% interanual en el acumulado de 2017, se ha sustentado, por el lado de la oferta, en los sectores productivos no agrarios, y, por el de la demanda, en el notable impulso de los componentes internos.

El principal resultado de este dinamismo de la actividad económica y la demanda se observa en el mercado laboral, donde se ha mantenido el proceso de creación de empleo y reducción del número de parados y la tasa de paro que se viene registrando desde 2014.

De esta forma, Andalucía viene encadenando **cuatro años consecutivos de descensos del paro** y ha descontado de las cifras de desempleados a más de medio millón de personas.

En 2017, Andalucía fue la **región donde más se redujo el desempleo en términos porcentuales y absolutos**. El mercado laboral andaluz creó 126.400 empleos en 2017 hasta rozar los tres millones de ocupados y redujo el paro en 159.700 personas hasta situarse el total en 960.600, prácticamente los mismos niveles de ocupación y desempleo del año 2009, según la Encuesta de Población Activa.

¹ IECA (Contabilidad Regional Trimestral de Andalucía), INE (Directorio Central de Empresas)

También fue la **Comunidad Autónoma de España donde más se incrementó la ocupación**, (un 4,4%) respecto al año anterior, hasta sumar 2.971.600 ocupados, mientras que en España la ocupación creció en 490.300 personas (2,65%). Un proceso de incremento del empleo que se caracteriza, entre otros, por ser generalizado por sexo y edad; tanto en trabajadores por cuenta propia como asalariados, especialmente, dentro de estos últimos, en el empleo indefinido. De

Este favorable comportamiento de la economía andaluza se produce además en un contexto de **aumento de la confianza de los empresarios andaluces** en la marcha de la economía, como refleja el Índice de Confianza Empresarial Armonizado (ICEA), que alcanza para el primer trimestre de 2018 un crecimiento interanual del 2,2%, destacando especialmente el aumento de confianza en el sector industrial.



otro lado, se ha centrado en los colectivos de población con mayor formación, es decir, con estudios secundarios y/o universitarios.

Por sexos, la población parada disminuyó en el último año un 16,6% en los hombres y un 11,8% en las mujeres.

Durante el año 2017, el paro andaluz bajó en todos los sectores, encabezados por la construcción (33,1%), seguido de la agricultura (13,6%), el colectivo que busca su primer empleo (13,46%), los servicios (12,91%) y la industria (12,82%).

En cuanto al **tejido empresarial**, según datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística, a 1 de enero de 2017, Andalucía cuenta con **501.745 empresas**, lo que supone el **15,3% del tejido empresarial del país**, sólo por detrás de Cataluña y Madrid. Esta cifra ha venido creciendo año tras año desde las 472.370 empresas que registraba Andalucía en 2013.

En cuanto a la distribución por sectores de estas empresas, en Andalucía, como en el conjunto del país, el mayor grupo lo conforman las del sector servicios (285.746), seguidas de las dedicadas al comercio (135.495), a la construcción (52.860) y a la industria (27.644).

3.2_ LA AGENCIA IDEA: UN INSTRUMENTO DE APOYO EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, es la agencia de desarrollo regional del Gobierno andaluz. Como tal, la Agencia IDEA contribuye al desarrollo económico de Andalucía, elevando la competitividad y productividad de las empresas, fortaleciendo el tejido industrial con mayor número de empresas y de mayor tamaño y promocionando Andalucía en el exterior para la captación de inversiones en aquellos mercados más estratégicos para los intereses de la Comunidad.

En este contexto, la Agencia IDEA realiza un gran esfuerzo en la labor de apoyo al empresariado andaluz: desde la gestión y concesión de incentivos a las empresas y prestación de servicios empresariales avanzados a la gestión de proyectos y programas de desarrollo del Gobierno andaluz, así como en la construcción de infraestructuras industriales y tecnológicas y la participación en proyectos internacionales.

Además, dentro de su cometido para la promoción del desarrollo económico en nuestra región, la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA instrumenta la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 tras su designación como Organismo Intermedio por el Gobierno de España. La Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 está integrada en el Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020.

Las últimas tres décadas han permitido a la Agencia IDEA acumular una experiencia profunda que la ha consolidado como el claro referente para los distintos actores implicados en los

procesos de desarrollo regional de la Comunidad Autónoma andaluza, e incluso, ha servido de ejemplo para la creación de organismos similares en otras regiones del país o en otros países del mundo, habiendo obtenido el reconocimiento de las propias instituciones europeas competentes en la materia como órgano gestor de sus fondos en Andalucía.

La Agencia IDEA es hoy una institución altamente valorada nacional e internacionalmente, tanto por la gestión eficiente que ha venido haciendo de los importantes recursos públicos que se le han encomendado en apoyo del sector empresarial andaluz, como por su capacidad para adaptarse a los nuevos retos y desafíos que han ido planteando los cambios producidos en la escena internacional, así como la propia evolución de los modelos económicos, sociales y territoriales derivados fundamentalmente del proceso de globalización.

En este tiempo, la Agencia IDEA ha evolucionado desde el enfoque más tradicional que han tenido las agencias de desarrollo, centradas en dar respuesta a planteamientos empresariales, a crisis industriales, a iniciativas del sector productivo, etc., hasta convertirse en una organización claramente proactiva, que se anticipa a las necesidades del colectivo empresarial, que plantea oportunidades al tejido productivo, que ofrece ventanas de mejora a las personas emprendedoras y que da respuesta de manera ágil, eficiente y desburocratizada a la iniciativa privada.

Se trata, por tanto, de un proceso de permanente evolución que ha conllevado un progresivo rediseño de sus instrumentos de apoyo a las empresas andaluzas.

La crisis financiera internacional que se desencadenó en la segunda mitad de 2007 con una enorme virulencia, y que devino en **una crisis**



económica a escala global, supuso, en el caso concreto de Andalucía, **el punto de inflexión en el ciclo de crecimiento económico y del empleo** que durante 14 años ininterrumpidos venía protagonizando la Comunidad, marcando el inicio de una fuerte depresión que se ha prolongado hasta final de 2013 y cuyos efectos aún permanecen.

Los pasos dados por el Gobierno andaluz hasta ese momento han permitido que, a pesar del fuerte impacto que la crisis ha tenido en la economía y el empleo de la región, el tejido productivo andaluz haya logrado superar algunos lastres históricos y haya reforzado sus posiciones en algunos elementos claves, abriéndose a nuevos mercados, obteniendo cifras récord en exportaciones y consolidándose como la segunda comunidad industrial del país.

Para ello ha sido determinante contar con una política continuada de apoyo al tejido productivo, adaptada a las directrices de la Unión Europea, que ha facilitado la introducción de elementos tecnológicos e innovadores en el empresariado andaluz como factor diferencial frente a otros modelos económicos emergentes.

En este último período ha sido determinante el papel desempeñado por la Agencia IDEA, que, a través de sus **diferentes programas de incentivos e instrumentos financieros para el apoyo empresarial**, además de favorecer la modernización y la cooperación empresarial también ha modulado la intensidad de sus ayudas, potenciando la aparición de espacios innovadores de especialización y el trabajo en red en sectores considerados estratégicos como el aeronáutico, el agroindustrial, el biotecnológico, el metalmeccánico, las TICs y los sectores emergentes, el sector energético o el medioambiental, entre otros.

Y más allá de los nuevos conceptos incentivables, que han permitido reorientar la inversión empresarial hacia elementos de mayor valor añadido, tanto a la innovación en los procesos productivos como a la innovación mediante cambios trascendentes en la actividad, a la generación de nuevos productos, de nuevos servicios y de nuevos mercados, también se ha avanzado de forma importante en la relación entre la Administración y las empresas. Se han ido reduciendo progresivamente los plazos de respuesta, concentrando las diferentes disposiciones de ayudas, estableciendo una entrada única para todas las solicitudes y un único órgano gestor para la tramitación, justificación y abono de los incentivos: la Agencia IDEA.

3.3_ UN MODELO DE GOBERNANZA COMPARTIDA PARA UNA COMUNICACIÓN INTEGRAL

El propio diseño del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020 ha contado desde su gestación con la participación de un nutrido grupo de instituciones, entidades y colectivos públicos y privados representativos de las líneas de trabajo de cada uno de los Objetivos Temáticos.

La composición de potenciales participantes en cada objetivo temático se ha realizado mediante un estudio de mercado específico para la región de Andalucía, incluyendo unas fichas descriptivas de actuación del organismo candidato y su vinculación con la materia de análisis. Asimismo, se ha tenido en cuenta para la selección los siguientes criterios: número de asociados, miembros que comprende, especificidad, exclusividad con la materia de análisis, aproximación sectorial, impacto multisectorial y territorial, importancia en términos económicos y de empleo que genera su actividad, igualdad entre hombres y mujeres presencia o implantación en toda Andalucía.

Este análisis, junto al contraste de la información por parte de la propia Junta de Andalucía en sus respectivos ámbitos de competencias, se ha traducido en la constitución formal de un **partenariado** conformado por **225 socios** pertenecientes a **24 categorías** representativas de las ocho provincias andaluzas y de los principales sectores de la actividad económica y el ámbito social, que se tendrán en cuenta como aliados fundamentales en la definición de los públicos objetivos de este Plan de Comunicación.

Y este modelo de gobernanza y corresponsabilidad con los principales agentes económicos y sociales de Andalucía se viene aplicando con éxito en la definición de todas y cada una de las estrategias transversales de carácter regional que ha aprobado el Gobierno andaluz:

- **la Agenda por el Empleo**
- **el Plan Económico de Andalucía 2014-2020**
- la Estrategia de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente de Andalucía (**RIS3 - Andalucía**)
- el **Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza 2020**
- el Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (**PAIDI 2020**)
- la **Estrategia Industrial de Andalucía 2020**



04 | OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

4.1_ OBJETIVOS GENERALES

La estrategia del Programa Operativo FEDER en Andalucía para el período 2014-2020 debe contribuir a las prioridades estratégicas de la Política Regional Europea para el desarrollo económico y la política de cohesión, cuyo marco de referencia viene determinado por la Estrategia Europa 2020, que tiene como objetivo luchar contra las debilidades estructurales a través de tres prioridades, que se refuerzan mutuamente:

- **Crecimiento inteligente:** una economía basada en el conocimiento y la innovación.
- **Crecimiento sostenible:** una economía que haga un uso eficaz de los recursos y que sea más verde y competitiva.
- **Crecimiento integrador:** una economía con alto nivel de empleo, cohesión social y territorial.

En este sentido, el punto de partida para el proceso de elaboración del P.O. FEDER 2014-2020 ha sido la propia Estrategia Europa 2020, a lo que se han unido la estrategia económica general diseñada por la Junta de Andalucía para el mismo período, contenida en la **Agenda por el Empleo**, así como el **Plan Económico de Andalucía 2014-2020**, y la Estrategia de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente de Andalucía (**RIS3 - Andalucía**), complementada por el Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (**PAIDI 2020**).

Los objetivos establecidos por la Agenda por Empleo marcan como finalidad esencial propiciar una **salida de la crisis económica y social**, que afronte los retos del crecimiento económico y el progreso social, aumentando la competitividad económica, reforzando la cohesión y la igualdad social y la sostenibilidad del modelo productivo.

Todo ello con un objetivo central: la creación de empleo, superando los niveles de ocupación de antes de la crisis hasta alcanzar los 3,2 millones de personas ocupadas.

De esta forma, se pretende contribuir a alcanzar el objetivo central de la Junta de Andalucía, y a su vez, a la consecución de los objetivos intermedios definidos por la Agenda por el Empleo, conectando igualmente con los elementos clave de la Estrategia Europa 2020.

Así, los objetivos económicos que estarían directamente relacionados con los Objetivos Temáticos 1, 2 y 3, en los que se enmarca la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020, y que son gestionados directamente por la Agencia IDEA, son:

- **Reindustrializar Andalucía** incorporando mayor valor añadido: elevar hasta el 22% del VAB el peso del sector industrial (alcanzando el 15%) y servicios avanzados científicos y técnicos (alcanzando el 7%).
- **Aumentar el tamaño empresarial:** incrementar en un 20% el número de empresas entre 10 y 50 personas trabajadoras.
- **Desarrollar la economía social:** incrementar el tamaño medio de las cooperativas y sociedades laborales en un 20%.
- **Facilitar la internacionalización de las empresas:** lograr que las exportaciones superen el 20% del PIB.
- **Fortalecer la investigación e innovación aplicada y su transferencia a la sociedad:** situar el gasto en I+D+i en el 2,2% del PIB.

- **Extender la sociedad de la información:** alcanzar el 100% de cobertura de banda ancha rápida y el 50% de los hogares con conexiones por encima de 100 Mbps y conseguir que un 85% de la población haya incorporado Internet en su vida personal y profesional.
- **Desarrollar la economía digital:** llegar a que al menos el 40% de las empresas andaluzas se incorporen al mercado digital.

Se tratan estos de objetivos económicos coincidentes con los recogidos en la **Estrategia Industrial de Andalucía 2020**.

4.2_ OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Todas las autoridades implicadas en el desarrollo del Programa Operativo FEDER de Andalucía para el período 2014-2020 deben contribuir a difundir las acciones comunitarias, sensibilizando a la opinión pública del papel que desarrollan cada uno de los fondos.

Para ello, y con carácter transversal a todas las acciones de comunicación, se tendrán en cuenta los siguientes objetivos estratégicos:

- **TRANSPARENCIA:**

Dar transparencia a las actuaciones recogidas en el P.O. FEDER 2014-202, informando sobre las oportunidades financieras de participación en los mismos, dando a conocer los mecanismos de acceso a las actuaciones en ellos recogidas.

Dentro de este objetivo estratégico se establecen, a su vez, las siguientes prioridades:

- 01 | **Acercar el contenido de la Subvención Global de Andalucía a los beneficiarios potenciales**, así como informarles acerca de cuáles son los mecanismos y requisitos para poder acceder a la financiación, indicándoles los criterios de selección de operaciones, las obligaciones en las que incurren cuando aceptan la financiación europea y también a quién se pueden dirigir para conseguir información acerca del Programa Operativo.
- 02 | **Informar acerca de las obligaciones que los beneficiarios deben asumir en el proceso de gestión, seguimiento, control, evaluación, información y comunicación** de las actuaciones de su competencia, estableciendo siempre mecanismos de coordinación, que permitan asesorarles en la puesta en práctica de las mismas.
- 03 | **Reforzar la coordinación entre los organismos dependientes o con relación directa con la Agencia IDEA** (gerencias, centros y parques tecnológicos...) de las tareas que deben llevar a cabo en materia de gestión, seguimiento, control,



evaluación, información y comunicación de las acciones de su competencia, proporcionándoles guías de funcionamiento y estableciendo redes de información que faciliten, no sólo la coordinación, sino que durante todo el proceso de aplicación de los Fondos cuenten con el asesoramiento necesario.

- VISIBILIDAD:

Dar visibilidad a la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 y a la política de Cohesión de la Unión Europea en general, resaltando el papel que juega la Unión Europea en la cofinanciación de las actuaciones recogidas en el Programa Operativo. De esta forma, la opinión pública podrá comprender el alcance de la política de cohesión europea y entender cómo las intervenciones que se recogen en este Programa Operativo contribuyen a la cohesión económica, social y territorial de Europa, ayudando a una mejor comprensión de la Estrategia Europa 2020.

Para el cumplimiento de este objetivo estratégico, la ciudadanía debe estar concienciada sobre:

01 | El papel que juegan la Subvención Global de Andalucía en la Política de Cohesión europea y cómo se ha integrado en la Estrategia Europa 2020.

02 | La estrecha cooperación entre la Unión Europea, los estados miembros, la Junta de Andalucía y las entidades locales a favor de la puesta en marcha de la política de cohesión.

03 | La existencia de una programación plurianual 2014-2020 de la política de cohesión en España a través de la elaboración del Acuerdo de Asociación y de los distintos Programas Operativos.

04 | La existencia de una cofinanciación de las actuaciones recogidas en la Subvención Global de Andalucía a través de financiación europea, regional y, en su caso, privada.

05 | Cuáles son los objetivos y contenido de la Subvención Global de Andalucía para los que se plantea este Plan de Comunicación, así como la forma de llevar a cabo el seguimiento de la ejecución de los proyectos.

06 | Los resultados más relevantes consecuencia de la aplicación de la Subvención Global de Andalucía, haciendo una especial mención al conocimiento de las mejores actuaciones cofinanciadas a través de ellos.



4.3_ OBJETIVOS INSTRUMENTALES

Para la consecución de estos objetivos y prioridades estratégicas es necesario definir unas líneas instrumentales de actuación, que se pueden resumir en las siguientes:

- Lograr un mayor calado de las actuaciones en general y, en particular, sobre los beneficiarios, convirtiéndolos también en agentes activos de comunicación.
- Potenciar un mayor uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (webs, newsletters, aplicaciones móviles...) como instrumento de comunicación directa con los beneficiarios reales y potenciales y como nuevos instrumentos de difusión de primer nivel.
- Convertir en amplificadores de la comunicación a los agentes que han participado en el proceso de definición del Programa Operativo en Andalucía (administraciones públicas, ONG's, interlocutores económicos y sociales, instituciones de investigación y educación...).
- Utilizar de manera focalizada los medios de comunicación (segmentación del canal de comunicación en función del público al que se van a dirigir los mensajes).
- Hacer un uso generalizado e intensivo de las redes sociales como vehículo de comunicación de contenidos de calidad, de diálogo y de interacción.

4.4_ OBJETIVOS OPERATIVOS

El Plan Estratégico de Comunicación de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 cuenta con unos objetivos operativos bien definidos:

- Difundir los **programas de incentivos e instrumentos financieros para el apoyo empresarial** puestos en marcha por la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, en ejecución del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020, a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020.
- Dar a conocer las **actuaciones llevadas a cabo** por la Agencia IDEA, cofinanciadas por la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 **en los espacios de innovación** de la Comunidad Autónoma, así como difundir las actividades que se desarrollen en este ámbito de infraestructuras en Andalucía.
- Contribuir a la difusión de las actividades realizadas por la Agencia IDEA, cofinanciadas por la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020, para **propiciar el trabajo en red** de las empresas andaluzas y la **creación o consolidación de los clusters** en Andalucía.
- Propiciar el conocimiento de la sociedad andaluza acerca de las actuaciones que lleva a cabo la Agencia IDEA en el marco



de la **Iniciativa Territorial Integrada de Cádiz 2014-2020** y que son cofinanciadas por la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020.

- Coadyuvar a posicionar Andalucía como **región atractiva para la inversión y el desarrollo de la actividad económica**, contribuyendo igualmente a transmitir los avances de la Comunidad Autónoma a través de la Política de Cohesión de la Unión Europea, el Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020 y la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020.
- Dar cumplimiento del criterio de difusión de las actuaciones cofinanciadas por el Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020 y la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020, con el fin de contribuir a la **identificación y selección de buenas prácticas de actuaciones**.
- Informar sobre la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 y su objetivo de impulsar el crecimiento económico y el empleo estable y de calidad en nuestra Comunidad Autónoma, fomentando la

incorporación de la innovación en las empresas andaluzas, mediante un conjunto integrado de incentivos, infraestructuras y servicios orientados a las empresas.

- Transmitir a la población andaluza cuáles son los **proyectos cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional**, en ejecución del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020 a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020.
- Difundir los **resultados más relevantes** de la ejecución de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020, contribuyendo así al **reconocimiento del trabajo desarrollado por las instituciones** de la Unión Europea, la Junta de Andalucía, la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio y la propia Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía. IDEA
- Generar un **entorno de opinión favorable** en relación a la política de cohesión de la Unión Europea, el Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020 y la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020.



05 | PÚBLICOS OBJETIVO

5.1_ GENERALIZACIÓN Y SEGMENTACIÓN, UN CAMINO DE IDA Y VUELTA

El principal público objetivo de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020, el tejido empresarial andaluz, es tan amplio, general, diverso y disperso que, para poder llegar a él, es necesario analizar y abordar su generalidad desde un punto de vista transversal y segmentado con el fin de poder lograr la mayor capilaridad posible de las acciones de comunicación. Conocer su forma de organizarse, las principales agrupaciones empresariales y sectoriales, las relaciones existentes entre ellos servirá como punto de partida para poder llegar hasta ellos de una forma eficiente y eficaz.

5.2_ DE LA ALIANZA A LA COMPLICIDAD

Para lograrlo, además de dirigir los esfuerzos de comunicación hacia las principales organizaciones empresariales de Andalucía, se pretenderá que las entidades que ya han participado de las diferentes estrategias y programas puestos en marcha, den un paso más allá y pasen de ser aliadas a convertirse en cómplices. Que su compromiso e implicación pase de apoyar a ser partícipes directos de la comunicación de estos programas y actuaciones que benefician a sus asociados y a ellos como instituciones, reforzando además el papel que juegan en el tejido empresarial andaluz.

5.3_ ¿A QUIÉNES? ¿CON QUIÉNES? ¿PARA QUÉ?

Por su diversidad, dispersión geográfica e idiosincrasia, es fundamental establecer esos públicos intermedios transversales y sectoriales. Para ello, se han agrupado en cinco categorías:

- **PÚBLICO DIRECTO:** Los destinatarios finales del programa, el tejido empresarial andaluz.

- **PÚBLICO PRESCRIPTOR:** Entidades, organizaciones y/o asociaciones intermedias que sean canalizadores de la información hacia el público final de forma más cercana y directa. Estos a su vez serán público prescriptor transversal y público prescriptor sectorial.
- **PÚBLICO ALIADO:** Instituciones y organismos, tanto internos como externos, con los que compartir los conocimientos, recursos e informaciones para que la difusión de los mensajes de este Plan de Comunicación y amplificarlos.
- **MEDIOS DE COMUNICACIÓN**
- **PÚBLICO GENERAL:** La sociedad andaluza.

5.3.1- PÚBLICO DIRECTO (Potenciales beneficiarios):

Andalucía cuenta actualmente con **501.745 empresas**, lo que supone el **15,3% del tejido empresarial del país**, sólo por detrás de Cataluña y Madrid, según datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística, a 1 de enero de 2017. Esta cifra ha venido creciendo año tras año desde las 472.370 empresas que registraba Andalucía en 2013.

En cuanto a la distribución por sectores de estas empresas, en Andalucía, como en el conjunto del país, el mayor grupo lo conforman las del sector servicios (285.746), seguidas de las dedicadas al comercio (135.495), a la construcción (52.860) y a la industria (27.644).

Este colectivo constituye el grueso de potenciales beneficiarios de los diferentes instrumentos y líneas de apoyo a los que se dirige la Agencia

IDEA en el marco de la Subvención Global de Andalucía y son los destinatarios finales de la mayor parte de las acciones contempladas en este Plan de Comunicación.

5.3.2.- PÚBLICOS PRESCRIPTORES:

Organizaciones empresariales, socio-económicas y otros influencers externos con los que sería necesario establecer lazos de colaboración para poder amplificar, difundir y actuar como “tractores” de difusión de las acciones y programas.

En esta categoría se encuentra, fundamentalmente, las asociaciones y entidades referentes para el tejido empresarial andaluz, ya que, a través de ellas, será la forma más efectiva de llegar al público directo. A su vez, este grupo se divide en:

- **Prescriptores transversales:** organizaciones territoriales que acogen a asociaciones y empresas de todos los sectores basadas en el alcance geográfico que tienen.
- **Prescriptores sectoriales:** organizaciones de los sectores estratégicos de Andalucía.
- Prescriptores Transversales:
 - **Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA)** y sus delegaciones territoriales: es una de las organizaciones empresariales más representativa y con más implantación en todos los sectores productivos del territorio andaluz. La forman 750 asociaciones empresariales de toda Andalucía que representan grandes empresas, pymes y autónomos. Por el papel jugado en los últimos 30 años en los acuerdos de concertación social y la

participación en los principales pactos y programas empresariales de la región, es una entidad que genera confianza en el sector empresarial, lo que lo convierte en un público clave.

- **Confederación de Empresarios de la Provincia de Almería ASEMPAL:** 88 asociaciones sectoriales y 18 territoriales
- **Confederación de Empresarios de Cádiz (CEC):** 53 asociaciones sectoriales y 117 empresas
- **Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO):** 43 asociaciones sectoriales, 18 territoriales y 140 miembros.
- **Federación Onubense de Empresarios (FOE):** 8.000 afiliados.
- **Confederación de empresarios de Jaén (CEJ):** 30 asociaciones sectoriales, 10 territoriales y 24 empresas asociadas.
- **Confederación Granadina de Empresarios (CGE):** 66 asociaciones sectoriales y territoriales, 22 empresas asociadas
- **Confederación de Empresarios de Málaga (CEM):** 50 asociaciones sectoriales, 22 territoriales, 80 empresas y 81 miembros asociados.
- **Confederación de Empresarios de Sevilla (CES):** 39 asociaciones sectoriales, 29 territoriales y 96 empresas

- **Asociación de Jóvenes Empresarios de Andalucía (AJE Andalucía)** y sus asociaciones provinciales: formada por más de 2.300 empresarios y 3.200 empresas, en su mayoría regentadas por profesionales menores de 41 años. Tienen representación en todas las provincias andaluzas. Esta entidad y sus asociados aportan un perfil dinámico, suelen ser empresarios y empresarias activos, abiertos a nuevas iniciativas y con nuevas ideas, lo que hace de la AJE y sus delegaciones unos buenos cómplices para esta estrategia de comunicación.

- **AJE Almería:** 120 empresas asociadas
- **AJE Cádiz:** 17 empresas asociadas
- **AJE Córdoba:** 100 empresas asociadas
- **AJE Granada:** 220 empresas asociadas
- **AJE Huelva:** 11 empresas asociadas
- **AJE Jaén:** 110 empresas asociadas
- **AJE Málaga:** 700 empresas asociadas
- **AJE Sevilla:** 100 empresas asociadas

- **Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria, Servicios y Navegación:** entidad que representa y engloba a todas las Cámaras de Comercio que existen en Andalucía (14). Su propia finalidad como vertebradoras de las políticas e iniciativas de impulso y apoyo al tejido empresarial y emprendedor, así como la relación y colaboración directa que tienen con la Administración andaluza, las convierten en canales fundamentales para llegar a al público directo a través de las diferentes actividades, formaciones,

encuentros, etc que celebran por todo el territorio andaluz, aportando un fuerte componente de capilaridad hacia ciudades medias.

- **Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME) y asociaciones de mujeres empresarias provinciales:**

FAME vertebrata los esfuerzos y experiencias de las organizaciones empresariales de mujeres de las distintas provincias y sectores. Representa a 2.016 mujeres empresarias de la región y puede aportar una visión de género fundamental en los principales debates y programas empresariales y económicos. Una visión cualitativamente muy relevante e incardinada en las políticas de igualdad del Gobierno andaluz.

- **Asociaciones de autónomos: ATA Andalucía, UPTA Andalucía y UATAE Andalucía:**

los autónomos representan en torno a un 75% del sector empresarial andaluz, por lo que será necesario contar con sus principales asociaciones, la visión que puedan aportar y ser un importante canal para llegar a este colectivo de la región, presente en todos los rincones de Andalucía.

- **Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía (ARA):**

está constituida por los 52 Grupos de Desarrollo Rural, que representan a más de un centenar de asociaciones de jóvenes y 200 asociaciones de mujeres, más de 700 Ayuntamientos junto a las 8 Diputaciones provinciales, más 200 cooperativas, organizaciones agrarias, sindicales, entidades bancarias y sindicales, entre otras. Sus actuaciones inciden en el 85% de los municipios andaluces, lo que aportará una gran capacidad de capilaridad.

- **Federación Empresarial Andaluza de Sociedades Laborales (FEANSAL).** Es la organización que aúna y representa a las sociedades laborales de Andalucía. Cuenta con ocho delegaciones, una por provincia, y con más de 2.800 sociedades laborales en la región. Su buena relación con la Administración y con los agentes empresariales, así como su trabajo en apoyo a la mejora del tejido andaluz lo hace un público aliado de especial interés.
- **Organizaciones sindicales (CCOO, UGT, USO, CSIF, CGT, ANPE, etc):** son las principales entidades de representación de los trabajadores andaluces por lo que pueden jugar un papel fundamental en el desarrollo y difusión de acciones y actividades, especialmente en todas las dimensiones que tienen que ver con la generación de empleo y la calidad del mismo, así como las condiciones de seguridad y bienestar laboral.
- **Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo (FAECTA):** representa al cooperativismo de trabajo en Andalucía, una modalidad empresarial en la que la región es líder nacional. En Andalucía hay 4.000 cooperativas de las que el 76% son cooperativas de trabajo que dan empleo a unas 63.000 personas. Por tanto, es importante contar con su participación.
- **Colegios de Economistas de provincia:** estos colegios profesionales y el Consejo Andaluz que los engloba, mantienen contacto directo y llevan a cabo multitud de acciones con sus colegiados: los economistas de la Comunidad, profesionales que también tienen o trabajan en gestorías y asesorías. Por esta misma razón, este sector se convierte en un buen público prescriptor.

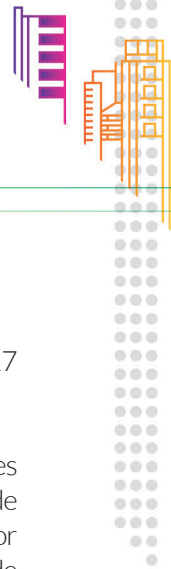
- **Colegios Oficiales de Gestores Administrativos:** estos colegios profesionales y el Consejo Andaluz que los engloba. Se trata de un caso similar al anterior.

• **Prescriptores Sectoriales:**

Por su representatividad en los principales clústeres de los sectores estratégicos andaluces, así como por su capacidad de interlocución y cercanía con las empresas sectoriales se establecen como públicos prescriptores a las principales organizaciones de los sectores claves para la economía andaluza como agentes necesarios e imprescindibles para hacer llegar los mensajes del Plan de Comunicación y cumplir los objetivos marcados.

SECTOR TIC

- **ETICOM. Asociación de empresarios de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Andalucía:** es la Asociación Clúster de la Economía Digital, y representa a las empresas del sector de las Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones, Electrónica, Contenidos Digitales y de Economía Digital de Andalucía. Cuenta con más de 300 asociados y con una gran actividad en la organización de jornadas y actos de gran visibilidad pública. Se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.
- **onGranada:** Asociación Clúster Granada Plaza Tecnológica y Biotecnológica. Cuenta con 607 empresas asociadas que representan el 45% de la facturación del sector en Andalucía que suponen más de 2.500 millones de euros, casi un 2% del



PIB autonómico. Se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.

- **FAITEL:** Asociación Andaluza de Empresas Integradoras de Telecomunicaciones y Servicios TIC. Organización empresarial formada por los profesionales y empresarios cuya actividad está relacionada con la instalación, mantenimiento, integración de equipos, sistemas e infraestructuras de telecomunicaciones o los servicios sobre Tecnologías de la Información, Comunicación y Conocimiento.
- **Amética:** Asociación de Mujeres Empresarias TIC de Andalucía. Nacida en el seno de la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias, pretende visualizar y potenciar el papel de la mujer andaluza en este sector, muy vinculado aún al género masculino.
- **Clúster Andalucía Smart Cities:** Engloba a 150 empresas e instituciones relacionadas con el desarrollo de soluciones smart y de desarrollo de las ciudades inteligentes en Andalucía. Se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.
- **Asociación Española de la Economía Digital (aDigital):** Adigital es una asociación de empresas que trabajan en Internet, el Medio Digital y las Nuevas Tecnologías. La forman más de 500 empresas (pymes y grandes empresas), una representación referente de la actividad económica digital en España.
- **Clies:** Círculo empresarial intersectorial de empresas de Economía Social y participadas de servicios avanzados e

innovación de Andalucía. Cuenta con 17 asociados.

- **ACUTEL.** Asociación de Operadores de Telecomunicaciones Locales de Andalucía: organización formada por más de un centenar de empresas de televisión por onda y por cable.
- **Asociación Andaluza de Comercio Electrónico (ANDCE):** con más de trescientos asociados, su finalidad principal es promover el desarrollo del comercio electrónico en Andalucía, para mejorar de la competitividad de las empresas andaluzas.
- **Asociación Andaluza de Ingenieros de Telecomunicación en Andalucía, Ceuta y Melilla:** la AITA cuenta con 375 asociados.
- **ASITANO:** Asociación de Ingenieros de Telecomunicación de Andalucía Occidental.
- **Asociación Empresarial de Ingenieros Consultores de Andalucía:** representa a una treintena de empresas del sector.
- **Colegio Profesional de Ingenieros en Informática de Andalucía:** cuenta con 121 colegiados.
- **CPITIA Colegio Profesional de Ingenieros Técnicos de Andalucía.**
- **Colegio Oficial de Ingenieros en Telecomunicación de Andalucía Occidental y Ceuta.**
- **Colegio Oficial de Ingenieros en Telecomunicación de Andalucía Oriental y Melilla.**



SECTOR AGROALIMENTARIO

Cooperativas Agro alimentarias de Andalucía: agrupa a la práctica totalidad de las cooperativas agroindustriales de Andalucía. Se compone en total de 664 cooperativas. Tiene federaciones provinciales por toda la región.

LANDALUZ. Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía: LANDALUZ es la entidad referente del sector agroalimentario de Andalucía. Aglutina casi el 40% de la facturación total del sector en la comunidad, lo que pone de relieve el peso específico con el que cuenta como patronal empresarial agroindustrial. Actualmente representa a 99 empresas.

Asociación de Mujeres Empresarias de Cooperativas de Andalucía: AMECOOP-Andalucía es una entidad sin ánimo de lucro que nació 2004 como un nuevo espacio para hablar de y con mujeres empresarias. La junta directiva está compuesta por nueve cooperativas y representan a 234 empresas de Sevilla, Almería y Granada.

Innoleo: agrupa a empresas del sector oleícola y está inscrita en el registro nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.

UPA. Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos de Andalucía: Representa, defiende y presta servicios a más de 10.000 profesionales de la agricultura y la ganadería en la región andaluza.

ASAJA. Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores: Federación de Asociaciones Agrarias Jóvenes Agricultores de Andalucía. Es la organización más numerosa del sector y representa y defiende los intereses de más de 40.000 agricultores y ganaderos de la región.

COAG. Unión de Agricultores y Ganaderos de Andalucía: Es la segunda organización del sector en representación. Engloba a unos 30.000 asociados.

ECOVALIA. Asociación Valor Ecológico. Asociación sin ánimo de lucro dedicada al desarrollo de la producción y la alimentación ecológicas.

Fundación Agroecosistema: Se trata de una organización sin ánimo de lucro que coopera, ayuda y fomenta la producción y el consumo de productos agroalimentarios de calidad diferenciada.

SECTOR INDUSTRIAL

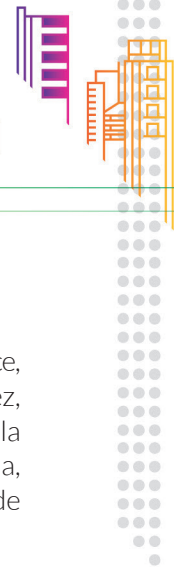
Asociación de Investigación y Cooperación Industrial de Andalucía: AICIA es un Centro Tecnológico vinculado a la Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Sevilla cuya finalidad es impulsar, orientar y desarrollar la investigación industrial. Posee calificación nacional y autonómica de Centro de Innovación y Tecnología (CIT). Actualmente disponen de 25 equipos de trabajo en sectores como telecomunicaciones, industrial, química, aeronáutico, ingeniería civil.

AFAR. Asociación de Fabricantes Andaluces de Refrigeración: es el Clúster del Frío y el Clima y se erige como representante de este sector, que cuenta con 22 asociados.

ASIAN. Asociación Superior de Ingeniería de Andalucía: representa a profesionales de las nueve ingenierías superiores.

Fundación Patrimonio Industrial de Andalucía.

Colegio Oficial de Ingenieros Industriales de Andalucía Occidental, con más de 3.000 colegiados.



Colegio Oficial Ingenieros Industriales de Andalucía Oriental.

Asociación Territorial de Ingenieros Industriales de Andalucía Occidental.

Asociación Territorial de Ingenieros Industriales de Andalucía Oriental.

Asociación de Parques Empresariales de Sevilla: organización que aglutina y representa a los diferentes parques empresariales y polígonos industriales de la provincia de Sevilla.

Asociación de Polígonos y Parques Industriales y Comerciales de Málaga y su Provincia APOMA: organización que aglutina y representa a los diferentes parques empresariales y polígonos industriales de la provincia de Málaga. Engloba cerca del 90% de suelo industrial-comercial de la capital, y cuenta con la presencia de entidades como el Centro de Transportes de Mercancías de Málaga, o

los polígonos industriales del Guadalhorce, Santa Teresa, San Luís, El Viso, Trévez, Santa Bárbara, Santa Cruz, Azucarera, Villa Rosa, Pérez Texeira, La Estrella, Alameda, Huertecilla, y el Polígono industrial de Antequera.

SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN

FEDEME. Federación de Empresarios del Metal: organización profesional formada por los empresarios industriales y comerciales de las diferentes ramas de actividad del sector metalúrgico. Cuenta con una veintena de asociaciones de diferentes ramas de este área.

ADEMETAL. Asociación de Empresarios del Metal de Andalucía.

ANFACAR. Asociación Andaluza de Empresas Fabricantes de Carrocerías y Remolques para Vehículos Industriales y de Empresas Fabricantes de Remolques Agrícolas.



SECTOR DE LA ENERGÍA / MEDIOAMBIENTE

CLANER. Asociación de Energías Renovables de Andalucía. Agrupa al clúster de energías renovables de la región con 104 entidades y empresas. Se encuentra inscrita en el registro nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.

APREAN. Asociación de Promotores y Productores de Energías Renovables de Andalucía

Asociación de Empresas de Energía de Andalucía

CIDE - Asociación de Distribuidores de Energía Eléctrica

AAEF Asociación de Empresas Forestales y Paisajísticas de Andalucía

AECMA. Asociación de Empresas de Consultoría Medioambiental de Andalucía

CENTA. Fundación Centro de las Nuevas Tecnologías del Agua

SECTOR AERONÁUTICO Y AEROSPACIAL

Fundación Hélice: agrupa al Clúster Aeroespacial Andaluz y congrega a 125 empresas del sector. Está inscrita en el Registro Nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.

SECTOR BIOTECNOLÓGICO

Andalucía BIORegión: es la unidad estratégica de dinamización del Clúster Andaluz de Biotecnología y cuenta con 92 empresas.

Asebio: es la asociación nacional en la que la región tiene gran peso ya que es la segunda en el ranking de compañías usuarias de biotecnología.

AsBAN: organización que nace en la Universidad Pablo de Olavide y agrupa a estudiantes, licenciados y doctores que trabajan en el campo de la biotecnología.

SECTOR LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

Federación Andaluza de Transportes (CETM ANDALUCIA FATRANS): Andalucía FATRANS agrupa a las asociaciones de empresas de transporte ubicadas en las 8 provincias andaluzas. Un sector que se compone de casi 900 empresas en Andalucía dedicadas al transporte de mercancías por carretera.

Red Logística de Andalucía S.A.: sociedad mercantil que incorpora los centros logísticos y de transporte de la Junta de Andalucía en Sevilla, Córdoba y Algeciras.

Federación Independiente de Transportistas de Andalucía (FEDINTRA): organización empresarial regional que aglutina a más de 250 empresas y asociaciones de las provincias de Andalucía, representando el 60% del sector.

SECTOR DE LA MINERÍA

AMINER. Asociación de Empresas Investigadoras, Extractoras, Transformadoras Minero-Metalúrgicas, Auxiliares y de Servicios, del que forman parte 12 entidades.

AFA. Asociación de Empresas de Fabricantes de Áridos y Afines de Andalucía

AEMA. Asociación de Empresarios del Mármol de Andalucía



SECTOR QUÍMICO

Asociación de Industrias Químicas, Básicas y Energéticas de Huelva (AIQBE): cuenta con 14 empresas asociadas y 15 plantas de producción.

Asociación de Grandes Industrias del Campo de Gibraltar (AGI): cuenta con 13 empresas asociadas cuya actividad se desarrolla por esta zona geográfica.

Asociación de Químicos de Andalucía. (AQA): es una entidad sin ánimo de lucro formada por titulados superiores relacionados con la Ciencia y con la Tecnología Químicas.

SECTOR TURISMO

Patronatos y consorcios de Turismo provinciales

Asociaciones de desarrollo turístico y rural comarcales

Asociaciones de turismo rural: existen una treintena repartidas por el territorio

Federación Andaluza de Hoteles y Alojamientos Turísticos: de la que forman parte ASEMPAL y ASHAL (Almería), APHH (Huelva), Federación Provincial de Empresas de Granada, HOSTECOR (Córdoba), FTH (Jaén), AEHCOS (Málaga), HORECA (Cádiz), y la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia.

CulturAnd. Clúster de Turismo y Cultura de Andalucía: del que forman parte universidades, administración local mancomunidades, consorcios, empresas y profesionales del sector, centros de iniciativas turísticas, agencias de viaje, alojamientos museos, etc

Asociación de Empresarios de Turismo Rural y Ecuestre de Andalucía (AGETREA)

Asociación de Hoteles Rurales de Andalucía AHRA

Asociación de Promotores de Turismo Residencial y Deportivo de Andalucía (PROMOTUR)

Andalucía Activa. Asociación Profesional de Empresarios de Turismo Activo y Ecoturismo "ANDALUCIA ACTIVA", englobada por 37 empresas.

5.3.3.- PÚBLICOS ALIADOS:

Agentes del Sistema Andaluz del Conocimiento públicos y privados, instituciones, organizaciones y estructuras internas de la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio y de la Junta de Andalucía.

- 11 parques científico-tecnológicos andaluces
- 11 universidades (10 públicas y una privada)
- Escuelas de negocio: EOU, ESIC, CEADE, Instituto de Estudios Cajasol, Fundación San Telmo...
- 9 Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRIS)
- 23 fundaciones de innovación y centros tecnológicos
- Corporación Tecnológica de Andalucía
- Consorcio Fernando de los Ríos
- Andalucía Emprende y su red de Centros de Apoyo al Desarrollo Empresarial repartidos por todo el territorio andaluz
- Agencia Andaluza del Conocimiento
- Extenda. Agencia Andaluza de Promoción Exterior
- Resto de Consejerías y organizaciones públicas pertenecientes a la Junta de Andalucía

5.3.4.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Otro de los públicos principales a los que es necesario dirigirse es aquel que conforman los medios de comunicación, al que se le otorgará un tratamiento prioritario como instrumentos y canales privilegiados desde los que difundir las

iniciativas a la sociedad andaluza en general y, por tanto, a su sector empresarial. Los medios a los que se enfocarán las acciones e informaciones serán, principalmente, medios regionales, provinciales y locales, con especial énfasis en las provincias con mayor peso empresarial. Además, la difusión y/o acuerdos que se planteen en la estrategia también contará con las publicaciones, medios y programas especializados sobre economía, emprendimiento e innovación, además de por temáticas sectoriales.

En este sentido, se establecerá especial relación con los responsables de información económica de los principales medios regionales para lograr que los contenidos tengan un mayor eco en la sociedad:

Informativos regional y provinciales de Canal Sur TV (los más vistos en Andalucía) y Canal Sur Radio, Cadena Ser (líder de audiencia en Andalucía), informativo regional TVE, informativos regionales y locales de Onda Cero, COPE y Radio Nacional de España, Eldiario.es Andalucía (único medio digital completamente regional), Grupo Vocento con la sección de economía regional de ABC, y sus periódicos provinciales Sur de Málaga, La Voz de Cádiz e Ideal de Granada, Jaén y Almería; Grupo Joly y sus nueve cabeceras repartidas por todas las provincias andaluzas excepto Jaén; Publicaciones del Sur con sus televisiones locales OndaLuz y las cabeceras de prensa comarcal VIVA; Diario Jaén, Diario Córdoba y la Voz de Almería, referentes informativos en estas provincias; las dos principales agencias de noticias, EFE y Europa Press, y la delegación de La Razón.

Además, actualmente en Andalucía existen delegaciones territoriales de los principales medios nacionales televisivos (TVE, Antena 3, Telecinco, La Sexta y Cuatro) pero han desaparecido las delegaciones regionales y las páginas específicas de información

andaluza en las principales cabeceras de prensa: El País, El Mundo, El Confidencial, La Vanguardia. No obstante, cada una de ellas cuenta con corresponsales territoriales en Andalucía a los que también hay que dirigir las informaciones.

MEDIO

	CANAL SUR TV	PUBLICACIONES DEL SUR	
	REGIONAL TVE	DIARIO CÓRDOBA	
	CANAL SUR RADIO	EUROPA PRESS	
	CADENA SER ANDALUCÍA	EFE	
	ONDA CERO	EL PAÍS	
	ABC	EL MUNDO	
	GRUPO JOLY	EL CONFIDENCIAL	
	EL DIARIO.ES/ANDALUCÍA	TELECINCO	
	DIARIO JAEN	ANTENA 3	
	SUR	LA SEXTA	
	IDEAL	20 MINUTOS	
	LA VOZ DE CÁDIZ	LA RAZÓN	
	LA VOZ DE ALMERIA	COPE	

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN DE LA SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD-INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020

En cuanto a medios especializados, se tendrá especial atención a las principales publicaciones y revistas económicas de ámbito regional como son Agenda de la Empresa, Andalucía Económica y Vida Económica (para la provincia de Málaga), muy cercanas al tejido empresarial andaluz y con amplia distribución y penetración en las empresas y organizaciones empresariales de la región, así como a programas

específicos como Andalucía Capital (Onda Cero), Economía Viva (OndaLuz TV) y a los periódicos económicos generales como Expansión, El Economista (ambos con corresponsales en Andalucía) y Cinco Días. Este grupo de medios se completará con la difusión de la información que se genere, en función del público y sector al que se dirijan las acciones, con programas y publicaciones específicas.

MEDIOS Y PROGRAMAS ECONÓMICOS

AGENDA DE LA EMPRESA

ANDALUCÍA ECONÓMICA

VIDA ECONÓMICA

ANDALUCÍA CAPITAL (ONDA CERO)

H.ECONOMÍA.ES

EXPANSIÓN

EL ECONOMISTA

CINCO DÍAS

ECONOMÍA VIVA (ONDALUZ TV)

GRANADA ECONÓMICA.ES

PÚBLICO SECTOR

PYMES

EMPREENDEDORES

INNOVACIÓN

MEDIOS/PROGRAMAS

MuyPyme, CepymeNews, Pymetech (EFE Radio)

Emprende TV (TVE), Emplead@s (Canal Sur TV), sección semanal en Aquí Estamos (Canal Sur Radio), ActivaT (Radio Andalucía Información), El Referente, TodoStartups, ADN Emprendedor (Eldiario.es/ Andalucía), Startuppeando (Cadena Ser)

EnRed (Canal Sur TV), Cibersur, Conectados (Radio Andalucía Información), secciones semanales provinciales en la Cadena Ser, Teknautas (El Confidencial)

De esta forma, podrá hacerse llegar la efectividad de los programas a través de diferentes casos de éxito o buenas prácticas a públicos objetivos específicos: Emprende TV con casos de éxito enfocados al ámbito emprendedor; en Emplead@s, además de casos de éxito, tendrían cabida reportajes acerca de buenas prácticas de los propios programas que generen empleo; o en EnRed todas aquellas iniciativas vinculadas a la transformación innovadora de la empresa andaluza, entre otros.

Por último, en función del grado de penetración que se estime en cada acción, se tendrán en cuenta las publicaciones provinciales y locales

en temas empresariales e innovación, ya que pueden ser también unos buenos aliados para difundir las diferentes iniciativas.

5.3.5.- PÚBLICO GENERAL. SOCIEDAD ANDALUZA

La sociedad andaluza en su conjunto conforma también un público objetivo prioritario de este Plan Estratégico de Comunicación, en varias vertientes. Como posibles participantes y/o beneficiarios, pero sobre todo para generar imagen de valor en torno a Andalucía, a la Agencia



tanto digitales como audiovisuales para obtener una mayor capilaridad en el territorio.

También será interesante abordar una estrategia para facilitar información a los líderes de opinión de la región, sobre todo

IDEA y a los fondos de financiación europeos como casos de éxito de inversión y resultados en la Comunidad Autónoma.



06 | EL DISCURSO: ANDALUCÍA EL ÉXITO DE EUROPA

Sin lugar a dudas Andalucía es hoy uno de los mejores ejemplos, si no el mejor, de lo que significan las políticas de cohesión desarrolladas por la Unión Europea y de Europa como proyecto político, social, económico y cultural. Saber transmitir esa idea, Andalucía como paradigma para evaluar las políticas de cohesión de la Unión Europea, pudiera ser uno de los mejores mensajes para reforzar la nueva posición y, sobre todo, la nueva visualización de Andalucía en Europa y España.

Conseguir que al hablar de Europa y del éxito de sus políticas de cohesión se hable de las transformaciones sociales, económicas y culturales de una región como Andalucía, más grande que muchos países europeos tanto en extensión como en población, puede ser también una forma óptima de mejorar la percepción y la imagen que de Andalucía se tiene en Europa y en el resto de nuestro país, una imagen que sea más acorde y fiel a nuestra realidad actual.

6.1_ APORTANDO COHESIÓN A EUROPA

Las políticas europeas de cohesión han tenido no sólo un gran desarrollo en Andalucía, sino que han tenido grandes resultados, contribuyendo de forma esencial a la transformación de Andalucía en una nueva realidad, en una región europea competitiva como territorio, como sociedad y como economía.

Andalucía es hoy una región europea que, a pesar de algunos diferenciales que aún se mantienen en parámetros de capital importancia, fundamentalmente el empleo, ha pasado a compartir los mismos retos y oportunidades, amenazas y debilidades, que las regiones más avanzadas de Europa.

Andalucía es hoy una comunidad vertebrada por una amplia y moderna red de infraestructuras terrestres (viarias, portuarias y

aeroportuarias) incardinadas en los principales ejes de comunicación europeos y con una gran componente estratégica en las comunicaciones de Europa con el continente africano y con regiones de especial sensibilidad social, política y económica.

Andalucía es hoy una comunidad conectada, incluso líder en algunos aspectos, por una amplia, moderna y diversa red de telecomunicaciones, que aporta competitividad al territorio y a sus empresas en los nuevos parámetros de la economía digital y del conocimiento.

Andalucía cuenta hoy con un Sistema Andaluz de Innovación y Conocimiento cada vez más consolidado e interconectado con las redes europeas e internacionales. Con 11 universidades (10 de ellas públicas) con presencia en todo el territorio y niveles de especialización en cada una de ellas cada vez más ligados a la realidad social y al liderazgo productivo de sus entornos, 11 parques tecnológicos de primer nivel internacional, una red espacios de innovación,...; en conjunto, un auténtico ecosistema de innovación en el que sus protagonistas, más allá de su labor cotidiana, están contribuyendo a consolidar una nueva cultura empresarial y social basada en la formación, la innovación, el desarrollo tecnológico, la investigación y la integración y participación activa en las redes internacionales de transferencia de conocimiento como principales elementos de mejora de la competitividad.

Y Andalucía cuenta, cada vez más, con un mayor número de empresas, con más empresarios y empresarias y más personas emprendedoras, con más profesionales y mejor cualificados y con empresas y estructuras empresariales (clústeres, aglomeraciones productivas, espacios de innovación,...) cada vez más competitivas, más grandes y más internacionales. Auténticos casos de éxito que,

en muchos casos directamente y en su inmensa mayoría indirectamente, se han beneficiado de las políticas de cohesión financiadas por la UE a través de los distintos fondos, especialmente FEDER y sus correspondientes programas como la Subvención Global de Andalucía.

En definitiva, la aplicación efectiva, eficaz y eficiente de las políticas de cohesión de la Unión Europea está teniendo como resultado que Andalucía, su realidad actual y su progresivo avance, aporte cada día más a la construcción de una Europa social, política y económicamente más cohesionada. Andalucía es sin duda un caso de éxito de las políticas europeas.

6.2_ APORTANDO COHESIÓN A ESPAÑA

En la misma línea que lo anterior, Andalucía aporta cada día más a la cohesión de España. Pocas zonas del sur de otros países han tenido el desarrollo de Andalucía y una transformación profunda de sus estructuras productivas que permiten hoy empezar incluso a alcanzar posiciones de liderazgo en el conjunto del país en algunos parámetros de gran relevancia económica: exportaciones, inversiones en I+D+i, crecimiento del sector industrial,...

Una realidad que aún no es percibida en su magnitud en el resto de España por la fortaleza y persistencia de muchos de los tópicos que aún sustentan una imagen antigua, rancia, parcial y desnaturalizada de nuestra auténtica realidad. En ese sentido, los logros de las políticas de cohesión europeas son los logros que pueden ayudar a cambiar esa imagen parcial y muchas veces falseada de lo que se hace en Andalucía y del progreso alcanzado en las últimas décadas.

En definitiva, se puede decir que si hay algún sur de un país (no solo en términos geográficos) que demuestra los resultados de las políticas de cohesión europeas, ese sur es Andalucía.

6.3_ CONSTRUYENDO UNA REGIÓN COHESIONADA

Y la cohesión no es un valor vertical sino también horizontal. El equilibrio territorial y la cohesión interna de la Comunidad han sido dos elementos rectores de todas las políticas andaluzas para construir una Comunidad vertebrada y cohesionada internamente. Situaciones como el despoblamiento generalizado del mundo rural o la falta de cohesión social son elementos que en Andalucía se minimizan respecto a otros territorios o Comunidades. Un factor que para la actividad económica adquiere esencial relevancia con las nuevas posibilidades que las redes de telecomunicaciones y las TICs propician para la participación activa en la nueva economía digital. La centralidad económica ya no es geográfica, la red aporta increíbles oportunidades para el desarrollo de una actividad económica que sustente y fortalezca una nueva cohesión social, cultural y económica y haga de la sostenibilidad mucho más que un concepto teórico.

En ese sentido, Andalucía es un claro ejemplo de construcción de un modelo productivo cada vez más diverso, especializado y sostenible que contribuye a la cohesión social y territorial desde la mejora de la COMPETITIVIDAD y la capacidad de INNOVACIÓN para la generación de EMPLEO en todo su territorio.

Por todo ello, este Plan Estratégico de Comunicación pretende enmarcar todos los mensajes en la proyección de los resultados de las políticas de cohesión como mejor exponente de su éxito. En el caso que nos ocupa, este discurso enmarcará el Plan propuesto haciendo visibles las actuaciones llevadas a cabo en el marco de la Subvención Global de Andalucía (**SGA**) Competitividad, Innovación, Empleo (**CIE**) 2014-2020, y llevando sus resultados desde la Comunicación a la máxima potencia:

Comunicación+SGA=CIEⁿ

07 | LÍNEAS ESTRATÉGICAS

7.1_ BASES PARA UNA ESTRATEGIA INTEGRADORA

Para la definición de las bases que se establecen en esta estrategia de comunicación se partirá, en primer lugar, del análisis de contexto económico, social y político en el que se va a desarrollar en el corto y medio plazo.

En este sentido, habrá que tener en cuenta el contexto económico andaluz en el que, como se ha apuntado, se observa un cambio ascendente en los indicadores y previsiones, que, sin duda, va a venir acompañado de una **mayor actividad empresarial** y, previsiblemente, de la **llegada de nuevos proyectos industriales** a la región.

De otra parte, también es importante valorar el **contexto de estabilidad y confianza** con el que cuenta Andalucía, y el clima de **entendimiento y colaboración con el conjunto de los agentes económicos y sociales** más representativos de la región, que, como se ha indicado, vienen participando en el diseño de las líneas estratégicas de desarrollo y competitividad que ha trazado la Junta de Andalucía.

Por último, también es necesario tener en cuenta otro elemento coyuntural al que ya se ha hecho referencia, el **escenario electoral** en el que, previsiblemente, se va a desarrollar esta estrategia de comunicación en sus primeros meses de andadura (elecciones autonómicas, municipales, europeas y generales). El obligado silencio electoral al que, por ley, está sujeta la Junta de Andalucía y los diferentes organismos públicos, también desaconseja optar por un planteamiento en el que el peso de la estrategia recaiga exclusivamente en la utilización de publicidad o acciones de marketing en medios convencionales.

7.2_ LÍNEAS ESTRATÉGICAS

De esta forma, partiendo de esa radiografía de la tendencia económica, social y política de Andalucía, esta propuesta de comunicación se sustenta en dos líneas estratégicas:

- La articulación de mecanismos para la **generación constante de contenidos de calidad**, tanto propios como de terceros, a lo largo de todo el período de ejecución del Plan de Comunicación, **ocupando los espacios informativos -no publicitarios-** que ofrecen los medios de comunicación convencionales y **conectando directamente con la ciudadanía**, a través de las redes sociales.

El momento de recuperación económica actual va a ofrecer una oportunidad inmejorable de mostrar, con ejemplos concretos y protagonistas reales, el funcionamiento de los diferentes instrumentos de apoyo al tejido empresarial con los que cuenta la Agencia IDEA, en ejecución de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020.

- **Una comunicación integral 360 grados con múltiples portavoces, en múltiples canales, con múltiples formatos.** La amplitud y diversidad de los segmentos del público objetivo que se han definido anteriormente podría considerarse un problema en términos de inversión publicitaria necesaria para alcanzarlos a todos a través de una campaña en medios convencionales.

Sin embargo y siguiendo las pautas marcadas en esta estrategia, la dificultad de un público objetivo amplio y diverso se

puede transformar en una oportunidad. ¿De qué forma? Haciendo que este público pase de ser sólo un espectador pasivo a ser también un protagonista de la comunicación, de forma que, en lugar de tener que llegar a cada hogar o cada empresa a través de los medios masivos, se alcance combinando estos medios con canales participativos en los que el target tome la iniciativa.

Se trata, en definitiva, de facilitar contenidos no sólo para los espacios informativos de los medios convencionales o para la comunicación directa desde las redes sociales, sino de **identificar los diferentes canales a través de los que las entidades y colectivos**, que ya están definidos (Cámaras de Comercio, Colegios Profesionales, Asociaciones y Confederaciones empresariales...), **se comunican con sus asociados** (boletines y newsletters, circulares, páginas web, apps...) para hacerles llegar información relevante y personalizada.

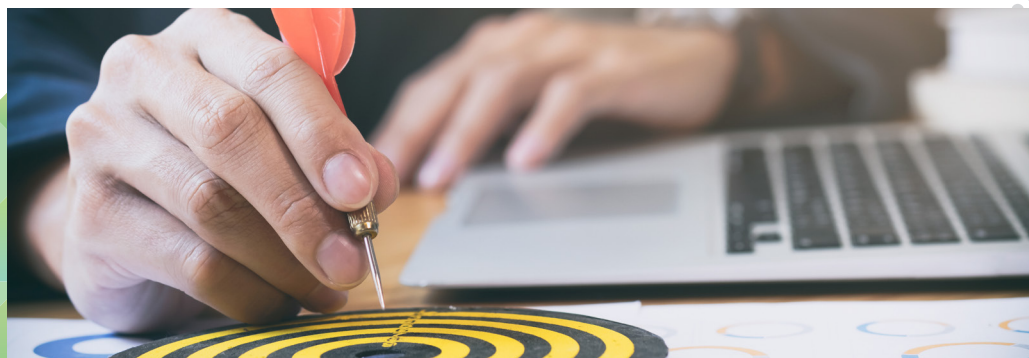
El clima de entendimiento y la buena sintonía general con los agentes económicos y sociales, presentes incluso

en los diferentes instrumentos de seguimiento y codecisión del conjunto de las estrategias desarrolladas por el Gobierno andaluz suponen un buen punto de partida para lograr esa permeabilidad en los mensajes y contenidos que se definan hacia el conjunto del tejido productivo y la ciudadanía.

Así, se apuesta por una estrategia que **redefina el flujo informativo**, superando la comunicación vertical desde la Agencia IDEA hacia la ciudadanía y el empresariado andaluz y sustentando gran parte de las acciones en una comunicación multicanal que aporte capilaridad desde la **generación de contenidos de calidad**. De esta manera, se garantizan unos resultados que generan mayor número de impactos, en mayor número de canales, con mayor flexibilidad y sin generar por ello una inversión añadida.

En este sentido, esta propuesta **primará:**

- **lo digital frente a lo analógico,**
- **lo dinámico frente a lo estático**
- **y la comunicación frente a la publicidad** (eso sí, aprovechando las sinergias con los resultados de un plan de medios paralelo que se incorporará a esta estrategia una vez diseñado).



08 | ACCIONES, INSTRUMENTOS Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN

El desarrollo del presente Plan Estratégico de Comunicación requiere de una planificación a largo plazo (hasta el 31 de diciembre de 2020), precisa pero flexible, que permita trabajar en cada una de las acciones con el tiempo suficiente para garantizar el éxito previsto.

En este sentido, es importante el trabajo que se desarrolle en la fase de arranque para afinar en la identificación tanto de fuentes y flujos de información para la generación de contenidos, como en la de prescriptores y aliados para una mayor difusión de los mismos.

Por tanto, es necesario hacer un trabajo previo de actualización y mejora de bases de datos, definición de indicadores de evaluación y recopilación de información, que resultará esencial para iniciar la fase de producción en el menor plazo posible y generar unas dinámicas estables de difusión de los contenidos.

8.1_ MAPEADO DE FUENTES Y FLUJOS DE INFORMACIÓN

Para llevar a cabo el que se ha definido como eje vertebral de esta estrategia, la **generación constante de contenidos de calidad**, hay que comenzar por **definir con claridad todos los programas de incentivos e instrumentos financieros para el apoyo empresarial** con los que cuenta la Agencia de IDEA, y delimitar aquellos que están cofinanciados por la Subvención Global de Andalucía para incardinarlos en las estrategias generales de comunicación de los Fondos Europeos y dotarlos de una imagen e identidad propia y relevante.

Actualmente, la Agencia IDEA cuenta con un nutrido catálogo de ayudas e incentivos al tejido productivo, a los que se irán incorporando nuevos instrumentos, que van a constituir la principal fuente de información para la generación de esos contenidos:

- Programa de incentivos para la promoción de la investigación industrial, el desarrollo experimental y la innovación empresarial
- Programa de incentivos para el desarrollo industrial, la mejora de la competitividad, la transformación digital y la creación de empleo
- Programa de subvenciones a la diputaciones provinciales de Andalucía para el desarrollo de un programa de actuaciones conjuntas de dotación y modernización de espacios productivos y de innovación. LocalizaIn+_Cualificación de Espacios
- Financiación reembolsable

Una de las primeras tareas en el marco de este Plan Estratégico de Comunicación consistirá en **delimitar el alcance y la vigencia de cada uno de estos instrumentos** y establecer los **flujos de comunicación** a través de los que se va a obtener la información necesaria para preparar cada uno de los contenidos en sus distintos formatos (notas de prensa, vídeos, informes, visual thinking...).

Para ello será clave delimitar cuáles son los nodos de aprobación de proyectos en función de la magnitud de las ayudas, según establece la propia normativa interna de la Agencia IDEA (Comisiones de Valoración, Consejo Rector, Consejo de Gobierno...).

De esta forma se establecerá quién será la fuente de información principal para el Área de Comunicación de la Agencia IDEA en cada caso (Gerencias Provinciales, Unidad de Fondos Reembolsables, Consejo Rector...).



8.2_ RADIOGRAFÍA DE ALIADOS Y FLUJOS DE DIFUSIÓN

Para desarrollar el segundo de los ejes sobre los que va a pivotar esta estrategia, la **multiplicidad de portavoces, canales y formatos**, se realizará un trabajo inicial de prospectiva entre todos los posibles aliados y prescriptores mediante los públicos que ya se han detallado.

Se trata de definir no sólo quiénes van a ser todas las entidades, instituciones y colectividades en las que apoyarse para multiplicar el alcance de nuestros contenidos, sino también de **identificar en cada caso a la persona**, con nombres y apellidos, **que lleva a cabo las tareas de comunicación** en cada una de estas instituciones, y de **definir los instrumentos de comunicación propios con los que cuentan** para comunicarse tanto con sus asociados como con la ciudadanía (páginas web, newsletters, revistas o boletines periódicos, apps, redes sociales...)

De esta forma, se detectarán aquellos elementos de oportunidad que mejor pueden encajar, por afinidad, con cada una de estas entidades y se adaptarán los contenidos informativos a sus necesidades y formatos concretos, maximizando las posibilidades de que las incorporen a sus canales propios de comunicación, pasando de ser aliados a cómplices de la estrategia.

8.3_ SET DE PRESCRIPTORES

La estrategia de alianzas planteada para multiplicar el número de impactos y la permeabilidad de nuestros mensajes requiere de la complicidad de los diferentes prescriptores y aliados definidos como público objetivo. Para ello, es importante que perciban la relevancia de su implicación en la estrategia, no tanto como un beneficio para la Agencia IDEA, sino como un beneficio propio para ellos, que prestan un servicio de valor a sus asociados.

En este sentido, se plantea la puesta a disposición de estos prescriptores de un set de materiales de comunicación en los que se desgranarán, de forma atractiva y de fácil comprensión, el conjunto de los programas de incentivos e instrumentos financieros para el apoyo empresarial con los que cuenta la Agencia IDEA.

Se realizará, en primer lugar, **un set general**, en el que de manera integral se detallen **todos los instrumentos y mecanismos de apoyo al tejido productivo**, con la información básica de en qué consiste y a quién se dirige cada uno de ellos.

Y, por otro lado, se replicará esta fórmula con cada uno de los programas e instrumentos de apoyo que se determinen, detallando en cada caso:

- En qué consiste
- A quién se dirige
- Cómo acceder
- Qué obligaciones tiene para el beneficiario
- Dónde dirigirse

En todos los casos, se pondrá a disposición de los prescriptores un set digital de materiales de comunicación para su difusión entre su red de asociados, clientes, patronos o partners, que incluirá, al menos, los siguientes elementos:

- 01 | **Motion Graphics:** microespacios audiovisuales en las que mediante animación se explicará todo el proceso de acceso a los diferentes mecanismos de ayuda (plazos, cuantías...) de la Agencia IDEA. El diseño de estos contenidos audiovisuales servirá además de base para la realización de otras píldoras de contenido visual estáticas concebidas especialmente para su difusión en redes sociales.



02 | **Mapa visual de ayudas:** por norma general los programas de ayudas públicas contienen multitud de variantes en cuanto a los elementos que son incentivables y a las diferentes casuísticas que pueden modificar el porcentaje de incentivación en cada caso. Se elaborará un mapa visual para cada uno de estos instrumentos en el que, a modo de infografía estática, los potenciales beneficiarios puedan ver de un solo vistazo cuál sería el incentivo máximo al que podrían aspirar en función de sus características. Este mapa visual se adaptaría a las medidas más habituales para su difusión a través de las diferentes redes sociales en las que está presente la Agencia IDEA.

03 | **Folleto digital** para su descarga e impresión: como complemento al resto de materiales visuales, se diseñará un folleto digital con un mayor peso en la información redaccional que permita informar con mayor precisión y despejar las dudas más frecuentes que puedan surgir a la hora de acercarse a los instrumentos de apoyo al tejido empresarial de la Agencia IDEA.

8.4_ PRESS BOX

La compilación de estos materiales planteados para su difusión segmentada, progresiva y directa entre los diferentes aliados que configuran la lista de públicos objetivos, brinda también la oportunidad de preparar otro paquete exclusivo de elementos de comunicación dirigido particularmente a periodistas, en el que, además

de los mencionados anteriormente, se incluyan otros específicos para facilitar la difusión a través de los medios de comunicación.

En este sentido, el Press Box se compactará en una memoria USB que incorporará el conjunto de:

- Motions Graphics
- Mapas visuales de ayudas
- Folletos informativos
- Dossier / Nota de prensa
- Balance de ejecución (en el caso de aquellos instrumentos que ya cuenten con un recorrido suficiente como para poder presentar datos)
- Casos de éxitos identificados para cada uno de los instrumentos y líneas de ayudas, con sus correspondientes contactos

8.5_ ORGANIZACIÓN DE JORNADAS PARA PERIODISTAS ESPECIALIZADOS EN ECONOMÍA

Para generalizar entre el tejido productivo las diferentes líneas de financiación con los que cuenta la Agencia IDEA, es importante darlas a conocer a los profesionales de los medios de comunicación, que van a servir de conductores de la información hacia la sociedad.

Para ello se organizará una jornada o desayuno informativo (no más allá de una mañana), que permitirá garantizar que los periodistas que son interlocutores directos con la Agencia tengan un correcto y amplio conocimiento acerca de cada uno de los instrumentos de apoyo que están a disposición del tejido

empresarial, conociendo con detalle las diferencias que existen entre las distintas líneas de ayudas (órdenes de incentivos, financiación reembolsable, ayudas para espacios productivos...), así como una visión integral del conjunto de la Subvención Global de Andalucía, sus objetivos y logros.

En este sentido, además de la ponencia principal a cargo del director general de la Agencia IDEA, se incluirán también ponencias a cargo de los responsables de los diferentes instrumentos de apoyo empresarial de la Agencia (Financiación y Fomento Empresarial, Inversiones Estratégicas, Espacios de Innovación y Sectores Estratégicos...). En cualquier caso, la profundización en los contenidos se hará conjuntamente con estos responsables.

Más allá del valor formativo de estas jornadas, que se reforzará con la entrega del Press Box que incluye los materiales específicos en los que se detalla toda la información de cada instrumento, es importante plantear también contenidos que puedan tener valor informativo.

Estas jornadas deben servir también para ir generando expectativas sobre la importancia del resto de acciones estratégicas cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional que previsiblemente van a ir viendo la luz en los próximos meses.

Se propone, por tanto, la asistencia de periodistas económicos tanto de medios generalistas como de los especializados con presencia en Andalucía.

Dependiendo de la disponibilidad de agenda de los ponentes propuestos, se podrán reeditar estos desayunos en cada una de las provincias convocando a los redactores de Economía de las diferentes cabeceras de prensa, radio y televisión provinciales.

8.6 ACTOS DE PRESENTACIÓN REGIONAL Y PROVINCIAL

La extensión territorial y sectorial de Andalucía y la diversidad de instrumentos de apoyo al tejido productivo que gestiona la Agencia IDEA en el marco de actuaciones cofinanciadas por la Subvención Global de Andalucía hacen aconsejable establecer un calendario de jornadas y actos públicos en los que se puedan presentar cada uno de estos instrumentos ante una nutrida representación del tejido productivo andaluz, organizaciones empresariales y profesionales.

Instrumentos estratégicos tan potentes como el Programa de Incentivos para el fomento de implantaciones productivas en ecosistemas de innovación de Andalucía (LOCALIZA IN+), el Marco Estratégico de Espacios de Innovación de Andalucía o el Plan Director de Clusters de Andalucía, por citar sólo algunos, serían elementos merecedores de una presentación regional al máximo nivel ante los diferentes agentes económicos y sociales que se han identificado como públicos objetivo.

Se trataría de una primera acción que se replicaría posteriormente en cada una de las capitales provinciales andaluzas, y en los principales municipios, de forma que se garantice un contacto directo con el mayor número posible de entidades a las que incorporar como aliados para la consecución de los objetivos de comunicación y posterior prescripción.

Esta medida sigue la línea de austeridad marcada por el Gobierno andaluz y, sin embargo, garantiza una importante repercusión en medios de comunicación tanto regionales como provinciales.

A cada una de las presentaciones públicas se les daría un formato de jornadas técnico-informativas, con representación de todos los agentes sociales, en las que se informa de los instrumentos de ayudas y servicios.

Tras la apertura del acto a cargo de los portavoces institucionales se dará paso a las distintas mesas técnicas en las que, además de representantes de la Agencia IDEA, se invitará a participar a otros agentes de las entidades u organizaciones sectoriales a las que queremos convertir en prescriptores.

La posterior presentación en cada una de las provincias andaluzas, en un plazo no superior a dos meses desde la celebración del acto regional, permitirá ampliar el alcance de la colaboración e incorporar en las mesas redondas a otros agentes en función de su peso específico en cada zona (representantes del sector empresarial predominante en cada provincia, grandes empresas...).

Como refuerzo informativo se plantea la colaboración con la principal cabecera de cada provincia para que sea el medio oficial en cada bloque de presentaciones provinciales.

MATERIALES NECESARIOS

- Invitación digital
- Fondo de prensa para mesa de presidencia
- Frontal de mesa de presidencia
- Display vertical para señalar acceso a la sala
- Folleto - programa (incluye cuestionario para los asistentes)
- Vídeo informativo
- Nota de prensa
- Carpetas de prensa
- Presentaciones técnicas de los ponentes (Power Point, revisión de estilo textos y maquetación de la presentación).

- Pantalla, portátil y proyector para presentación en Power Point
- Documentación informativa sobre los fondos en USB

8.7_ MAILING PERSONALIZADO

Más allá de la función informativa sobre los diferentes instrumentos de apoyo al tejido productivo que se persiguen con todas las acciones previstas en el Plan, hay algunas que cumplen con mayor eficacia con el objetivo de trasladar al empresariado la voluntad de la Junta de Andalucía de sumar alianzas y corresponsabilizar al conjunto de la sociedad con este modelo de apoyo.

En este sentido, se realizará un mailing a los responsables de las principales organizaciones de ámbito empresarial, institucional, social, económico-financiero, universitario, entorno político y medios de comunicación. Se tratará de un escrito breve y de estilo directo en el que se explique de forma integral la existencia y la magnitud de los diferentes instrumentos de apoyo, sus características a grandes rasgos y su valor para la cohesión territorial de Andalucía, así como el momento de oportunidad en el que se pone a disposición del tejido productivo.

La carta concluirá avanzándole al destinatario que, en los próximos días, se le enviará una información más detallada de estos instrumentos a través de correo electrónico.

Este primer mailing de posicionamiento político e institucional irá firmado por el consejero de Empleo, Empresa y Comercio, o, en su defecto, por el director general de la Agencia IDEA.

8.8_E-MAILING

Una pieza clave de la comunicación directa en esta estrategia será la realización de un emailing personalizado para cada uno de los diferentes grupos identificados en la relación de públicos objetivos.

Se trata de una alternativa más económica y eficaz que el mailing postal tradicional, ya que evita los costes derivados de la producción en papel o el envío postal, permitiendo, además, un seguimiento en tiempo real de la efectividad de nuestras acciones.

En este sentido, es importante que realizar un filtrado y actualización de las bases de datos de la Agencia IDEA y mantener un primer contacto personal con cada uno de los prescriptores internos para que hagan otro tanto y garanticen un reenvío en cascada a sus respectivas listas de contactos del mensaje personalizado que se le hará llegar a tal efecto.

Cuando el destinatario percibe el mensaje como información de acuerdo con sus intereses y necesidades, el retorno de la inversión en este tipo de campañas alcanza niveles de conversión excepcionales. Una vez seleccionados los destinatarios, hay que definir el contenido de nuestra comunicación: el mensaje de correo y la página de destino.

8.9_MARCO ESTRATÉGICO DE ESPACIOS DE INNOVACIÓN DE ANDALUCÍA

Los espacios de innovación andaluces están llamados a convertirse en **la espina dorsal del crecimiento empresarial andaluz** tanto en el territorio como desde el punto de vista sectorial, de ahí que el Gobierno andaluz venga realizando una fuerte apuesta por estos espacios, que se va a ver reforzada con la puesta en marcha del

Programa de incentivos para el fomento de implantaciones productivas en ecosistemas de innovación de Andalucía (LOCALIZA IN+) y el Marco Estratégico de Espacios de Innovación de Andalucía.

Así, como parte del objetivo operativo de dar a conocer las actuaciones llevadas a cabo por la Agencia IDEA en estos espacios de innovación y de difundir las actividades que se desarrollen en este ámbito de infraestructuras en Andalucía, cofinanciadas a través de FEDER, se realizarán:

- **Audiovisual de 3 minutos de duración con la visión general de la estrategia andaluza de apoyo a estos espacios** recogida en el Marco Estratégico de Espacios de Innovación de Andalucía, en el que se visualice la aportación que estos realizan a la economía andaluza en términos de generación de empleo cualificado, facturación, generación de conocimiento (patentes, modelos industriales y de utilidad), conexión con la Universidad y otros organismos públicos de investigación...
- **Microespacios de 45"-60" sobre cada uno de los 10 espacios de innovación de Andalucía** destacando sus principales magnitudes, fortalezas y oportunidades.
 - Almería: PITA
 - Cádiz: Parque Tecnológico TEC
 - Córdoba: Rabanales 21
 - Granada: PTS
 - Huelva: PCTH
 - Jaén: Geolit
 - Málaga: PTA
 - Sevilla: PCT Cartuja / Aerópolis / Soland

8.10_ ESTRATEGIA CLÚSTER DE ANDALUCÍA

Bajo esta denominación se agruparán las diferentes acciones encaminadas a poner el foco en los clústeres de especialización existentes en Andalucía.

A falta de aprobación del listado completo de potenciales clústeres que recogerá el Plan Director en el que viene trabajando la Agencia IDEA, y más allá de las 6 entidades andaluzas ya inscritas en el registro de Agrupaciones Empresariales Innovadoras del Ministerio de Economía y Empresa, se puede afirmar que la Comunidad cuenta con un importante número de aglomeraciones productivas especializadas, que son, a la vez, un público prioritario y unos aliados de primer orden para este Plan Estratégico de Comunicación.

Se trata de aglomeraciones productivas especializadas muy diversas y, en muchos casos, concentradas en una misma área geográfica, como la del calzado (en Valverde del Camino-Huelva), la industria química y básica (Huelva), la piel (Ubrique-Cádiz), la industria pesada (Campo de Gibraltar-Cádiz), los mantecados (Estepa-Sevilla), la joyería (Córdoba), el frío industrial (Lucena-Córdoba) o el plástico (Martos- Jaén), entre otros.

Y también a otras agrupaciones sectoriales con una mayor dispersión territorial, como los productos cárnicos (Aracena-Huelva y Los Pedroches-Córdoba), el aderezo de aceituna (Sevilla y Córdoba), el mueble (Sanlúcar de Barrameda-Cádiz y Lucena-Córdoba, Mancha Real-Jaén, Pilas y Écija-Sevilla); la cerámica (La Rambla-Córdoba, y Bailén-Jaén), el aceite (Córdoba, Granada, Jaén, Málaga y Sevilla), la confección (Jaén, Granada, Córdoba y Málaga), el mármol (Macael-Almería y Loja-Granada), la industria auxiliar de la agricultura (Cádiz, Huelva, Granada y Almería), las TICs (Málaga, Sevilla y

Granada), el audiovisual (Sevilla y Málaga), el vitivinícola (Jerez-Cádiz, Huelva, Córdoba y Málaga), las conservas y el salazón de pescado (Huelva y Cádiz), la acuicultura (Cádiz y Sevilla), la aeronáutica (Cádiz y Sevilla), el naval (Huelva, Cádiz y Sevilla)...

En este sentido, atendiendo a su rol de aliados, se trabajará con los órganos gestores y los departamentos de comunicación de los clústeres ya existentes y formalmente constituidos para canalizar hacia sus asociados información útil sobre los instrumentos de apoyo y financiación de la Agencia IDEA, con especial atención en aquellos creados específicamente para esta tipología de agrupaciones empresariales.

De esta forma, además de hacerles llegar un set básico de prescriptores, se realizarán otros materiales adicionales que permitan poner en valor las bondades y beneficios que reporta al tejido productivo el desarrollo de estrategias conjuntas como las que desarrollan estas agrupaciones, como:

- **Audiovisual de 3 minutos de duración con la visión general de la estrategia andaluza de especialización** recogida en el Plan Director de Clústeres de Andalucía, en el que se destaque la fortaleza que aporta a la región la existencia de unos sectores de actividad tradicionales que, más allá de la experiencia y el conocimiento que atesoran, están apostando por la innovación y la internacionalización como elementos diferenciales para ser más competitivos.
- **Microespacios de 45"-60" sobre cada uno de los clústeres** destacando sus principales magnitudes, fortalezas y oportunidades.

8.11_ INFORMES DE BALANCE PARA DIFUSIÓN A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El seguimiento interno que la Agencia IDEA realiza de sus diferentes programas de incentivos y apoyo al tejido productivo constituyen una provechosa cantera informativa que, una vez procesada y traducida a términos periodísticos, puede constituir una valiosa fuente para los medios de comunicación.

Actualmente, la Agencia IDEA cuenta con un nutrido catálogo de ayudas e incentivos al tejido productivo en diferentes fases de ejecución, que van a constituir la principal fuente de información de la que beberemos para la generación de esos informes:

- Programa de incentivos para la promoción de la investigación industrial, el desarrollo experimental y la innovación empresarial
- Programa de incentivos para el desarrollo industrial, la mejora de la competitividad, la transformación digital y la creación de empleo
- Programa de subvenciones a la diputaciones provinciales de Andalucía para el desarrollo de un programa de actuaciones conjuntas de dotación y modernización de espacios productivos y de innovación. LocalizaIn+_Cualificación de Espacios
- Financiación reembolsable

En este sentido, se procesará la información de los datos facilitados por los diferentes programas y unidades de la Agencia IDEA, al objeto de segmentar convenientemente cada uno de estos informes, de manera que puedan distribuirse a la carta a medios provinciales, sectoriales o especializados en función de las oportunidades informativas detectadas en cada caso.

Cada uno de estos programas y líneas de ayuda generarán información suficiente para la elaboración de, al menos, un informe general y ocho informes provinciales de cada uno de ellos.

Para ello, además de la información propia, se tratarán también los informes de coyuntura que elaboran tanto el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) como la Secretaría General de Economía, así como los balances que elaboran otros organismos estatales.

La dinámica de relación bidireccional que se pretende establecer con las estructuras de comunicación de los distintos espacios de innovación y clústeres de Andalucía puede contribuir también notablemente al enriquecimiento de estos balances periódicos, que se propone difundir al menos con carácter semestral.

8.12_ INICIATIVA TERRITORIAL INTEGRADA DE CÁDIZ (ITI)

La crisis ha supuesto un retroceso de producción, renta y empleo en España y Andalucía, pero aún ha sido más notable en la provincia de Cádiz, en la que el impacto de la crisis se ha visto agravado por su posición de partida retrasada. La situación de menor nivel de desarrollo relativo y mayor impacto de la crisis en la provincia de Cádiz se ha manifestado en los diferentes aspectos que miden el progreso económico y social de un ámbito territorial.

Todo ello ha llevado a implementar un programa adicional de ayudas para esta provincia, la Iniciativa Territorial Integrada de Cádiz 2014-2020.

Este tratamiento diferenciado en la política de apoyo al tejido productivo de la provincia de Cádiz requiere también de un tratamiento diferenciado

en las acciones de comunicación que se llevarán a cabo en el desarrollo de este Plan.

En este sentido, se plantean las siguientes acciones:

- Organización de Jornadas Técnicas-Informativas sobre los instrumentos singulares de apoyo a empresas enmarcados en la ITI de Cádiz junto a las organizaciones económicas y sociales de la provincia.
- Difusión de informes de balance para su distribución a la carta a medios de comunicación de la provincia de Cádiz. Supone la misma estrategia que en el apartado anterior, pero acotando el alcance geográfico a los periodistas de la provincia de Cádiz.
- Difusión, mediante distintos elementos de comunicación, de proyectos de infraestructuras como el Centro de Innovación en Tecnologías de Fabricación Avanzada (CFA), el Centro de Industrias Digitales, el Centro de Innovación Logística del Campo de Gibraltar, las actuaciones de adecuación del Parque Tecnológico TEC, así como cualquier otra iniciativa ejecutada por la Agencia IDEA en el marco de la ITI de Cádiz.

8.13_ CAPTACIÓN DE INVERSIONES

Para el cumplimiento del objetivo operativo de contribuir a posicionar Andalucía como **región atractiva para la inversión y el desarrollo de la actividad económica** se plantea la realización de materiales específicos que permitan mostrar las múltiples razones que hay para implantarse en la región.

Por su situación estratégica, por su talento, por sus infraestructuras, por sus tecnologías, por sus sectores emergentes, por los instrumentos de apoyo institucional a la inversión... las razones

son tantas que costaría resumirlas en una sola pieza audiovisual de una duración razonable.

En este sentido, se realizará una **serie de microespacios audiovisuales** de entre 30 y 60 segundos de duración en los que se detallen todas esas razones. Además de un video general en el que se mostrarán las virtudes de Andalucía en su conjunto como territorio de negocios.

Estos audiovisuales se locutarán en aquellos idiomas considerados prioritarios por ser los que se hablen en los mercados objetivo de Andalucía para la captación de inversiones (especialmente al inglés), y a los que se tratará de llegar a través de las redes sociales.

En este sentido, se desarrollará una acción de comunicación de largo recorrido en redes sociales que permita desplegar todo el catálogo de razones para la inversión: una razón distinta cada día, 365 buenas razones.

Para ello, junto a los microespacios audiovisuales planteados, se diseñarán otros materiales visuales estáticos que permitan detallar cada una de las razones para invertir en Andalucía, y que se irán lanzando diariamente a las redes sociales bajo una misma etiqueta que no deje lugar a dudas sobre el objetivo de comunicación que perseguimos: #InvestInAndalucia

8.14_ BUENAS PRÁCTICAS

En el periodo de programación 2014-2020, y conforme al Reglamento (UE) nº 1303/2013, de 17 de diciembre y el Reglamento (UE) nº 808/2014 de 17 de julio, la detección, análisis y transferencia de Buenas Prácticas constituye una herramienta fundamental para la gestión de las actuaciones realizadas en el marco de la política regional comunitaria.



Los criterios para las buenas prácticas son:

- Actuación convenientemente difundida.
- Que incorpore elementos innovadores.
- Adecuación de los resultados obtenidos a los objetivos establecidos.
- Contribución a la resolución de un problema o debilidad detectada en el ámbito territorial de ejecución.
- Alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida
- Consideración de criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación.
- Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública

Para ello, se realizará una compilación periódica (mensual, trimestral...) de aquellos proyectos empresariales que se vayan aprobando y poniendo en marcha con el apoyo de estos instrumentos, con el objetivo de proceder a su difusión a través de los diferentes canales que se han ido identificando a lo largo del Plan, lo que permitirá humanizar estos instrumentos y poner en relieve su utilidad en términos de empleo y generación de riqueza en Andalucía.

Esta compilación periódica de casos de éxito y buenas prácticas constituirá **la base para la elaboración de un centenar de microespacios audiovisuales**, aunque, dependiendo del grado de maduración de los proyectos y de la disponibilidad o no de imágenes, se difundirán también en otros formatos (notas de prensa, reportajes para la difusión a la carta en medios de comunicación...).

Con esta acción se contribuirá además a potenciar la transparencia respecto a la gestión de los diferentes instrumentos.

MICROESPACIOS AUDIOVISUALES

En el actual contexto social, económico y político de Andalucía, la definición de una Estrategia de Comunicación que contribuya a la puesta en valor de programas que la administración tiene al servicio del desarrollo económico y la generación de empleo y riqueza, constituye sin duda una extraordinaria oportunidad para ser útiles y aportar a las respuestas que desde la Junta de Andalucía y desde la propia Unión Europea se están dando a las principales demandas y necesidades de la sociedad, en este caso, de las empresas andaluzas.

Los **proyectos respaldados desde la Agencia IDEA** suponen uno de los ejemplos más evidentes del esfuerzo conjunto que vienen realizando la Unión Europea y el Gobierno Andaluz por fijar un modelo de desarrollo económico sostenible, favoreciendo la igualdad de oportunidades para el ciudadano, con independencia de su lugar de residencia, propiciando la diversificación de las actividades económicas y favoreciendo la especialización de sectores estratégicos e innovadores.

Pero **lo que no se ve, lo que no se conoce, no existe**. Y pese al volumen de inversión ejecutado y la cantidad de proyectos realizados con cargo a los fondos estructurales europeos, aún sigue habiendo falta de conocimiento desde la ciudadanía andaluza del impacto que los fondos han tenido y tienen sobre Andalucía.

La relación de grandes proyectos respaldados por la Agencia IDEA a través de los fondos europeos es tan elevada que debe servir para que el conjunto de la ciudadanía entienda la vital influencia de los mismos en el desarrollo de nuestro territorio.

En este sentido, atendiendo al contexto y la actual estructura de medios, para dar cumplimiento a la



difusión de proyectos considerados como buenas prácticas, conforme a los criterios establecidos para FEDER, se propone poner el foco en contenidos propios de calidad, con un elevado valor informativo y un alto potencial de prescripción y viralidad por parte de los propios protagonistas a través de las televisiones locales y de los nuevos contenedores de audiencias, las redes sociales.

Le identificación de esos contenidos, que se traducirán en la producción de **100 piezas audiovisuales**, partirá de la base de conocimiento de proyectos respaldados en Andalucía por la Agencia IDEA. Se trata de iniciativas que aportan liderazgo, incrementos de la productividad, mejora de infraestructuras, atracción de nuevas inversiones... y cualquier otro proyecto que sea susceptible de interesar al gran público por su innovación, originalidad o, simplemente, porque se percibe en ellos el gran esfuerzo que hay detrás.

Serán proyectos de las ocho provincias andaluzas, que interesan eminentemente en su entorno, pero que, como casos de éxito y modelos de referencia, pueden interesar también en cualquier otra parte. Y hoy es posible garantizar la mayor difusión de estos resultados con un coste más que razonable gracias a internet y a los contenidos audiovisuales online, facilitando su reutilización por parte de los medios convencionales.

Los **proyectos respaldados por la Agencia IDEA** propician el encuentro entre emprendedores, ideas y proyectos con el fin de crear un marco de desarrollo empresarial, respaldando económicamente un buen número de iniciativas innovadoras desarrolladas en el conjunto del territorio andaluz.

Por ello, se recopilarán esos proyectos y se generará un catálogo de buenas prácticas y casos de éxito con ejemplos concretos en formato audiovisual, que permitan poner voz y cara a

aquellas iniciativas que ya han demostrado unos buenos resultados en su actividad diaria.

De esta forma, se reforzará también la comunicación de los proyectos empresariales que se llevan a cabo en Andalucía con el respaldo de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 mediante vídeos divulgativos que permitan tanto su difusión directa a través de los propios canales informativos con los que cuenta la Agencia IDEA en internet (web de la revista IDEA Digital, redes sociales, newsletter...) como su distribución a través de los medios de comunicación convencionales y su incorporación a las principales redes de divulgación.

8.15. SOPORTES PUBLICITARIOS CON CONTENIDO INFORMATIVO REDACCIONAL EN GRUPOS DE COMUNICACIÓN ANDALUCES

Para ello se plantea la generación de un formato publicitario- informativo, con un contenido en el que, junto a un mensaje central, tengan cabida informaciones de las ocho provincias andaluzas, con ejemplos de casos de éxito empresariales que hayan sido beneficiarios de los diferentes instrumentos de ayudas de la Agencia IDEA.

De esta forma, se propiciará la creación de un espacio publicitario con contenido informativo redaccional permanente, con periodicidad quincenal, en el que dar cabida a estas informaciones, que vendría a complementar la sección de Economía y Andalucía de los distintos soportes.

Por su implantación territorial y audiencia (alcance en términos de lectores, oyentes y espectadores) el desarrollo de esta acción se llevará a cabo en:

- Principales cabeceras provinciales y grupos de comunicación de Andalucía en prensa escrita, incluida la prensa gratuita.
- Revistas especializadas en economía de mayor difusión en la Comunidad
- Emisoras de radio regionales con mayor audiencia en Andalucía
- Cadena de televisión de ámbito regional con mayor audiencia
- Edición andaluza de prensa online

De esta forma, para una periodicidad de difusión quincenal, se prevé la publicación de más de 1.600 páginas anuales sólo en los medios impresos planteados, a los que habrá que sumar las correspondientes adaptaciones para soporte digital, radio y televisión.

En este sentido, también será importante coordinarse con las acciones que se desprendan de la puesta en marcha del Plan de Medios contemplado dentro del presente Plan Estratégico de Comunicación, que complementará esta acción e incorporará además al resto de canales, soportes y medios de comunicación presentes en Andalucía.

8.16_ PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS

Se establecerá un calendario de participación en las principales ferias y eventos regionales, nacionales e internacionales en los que se determine que sea necesaria o conveniente la presencia bien de la Agencia IDEA directamente o como apoyo a algunos de los clústeres, como por ejemplo Biospain, el Foro Transfiere (Málaga), Mobile World Congress (Barcelona), la International Paris Air Show Le Bourget (París), S-Moving, ADM...

El formato de presencia y los materiales (stand, merchandising...) con los que participar en cada caso serán definidos conjuntamente para cada ocasión con los responsables de las distintas unidades de la Agencia IDEA y otros organismos que puedan participar.

8.17_ REVISTA IDEA DIGITAL

Retomar la actividad de la revista IDEA Digital supone una oportunidad para la divulgación de proyectos y acciones realizadas por la



Agencia IDEA a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020.

El éxito de proyectos empresariales en Andalucía es el mejor reflejo de la apuesta de la Agencia IDEA por la innovación y el desarrollo en la región. Y su divulgación, la manera de trasladar a empresas, posibles beneficiarios, diferentes sectores e instituciones empresariales, medios de comunicación y a la población en general el trabajo realizado a través de la Subvención Global de Andalucía.

Pero se pretende que IDEA Digital, como herramienta de difusión de proyectos empresariales apoyados por la SGA 2014-2020, dé un paso más allá y se convierta en algo más que una revista digital entendida como repositorio de piezas escritas y audiovisuales que periódicamente se integran en una newsletter.

IDEA Digital será una herramienta viva y con actividad regular que logre situarse como escaparate del trabajo de las empresas apoyadas por la SGA 2014-2020 y, por consiguiente, de los beneficios del programa y la apuesta por la innovación y el desarrollo empresarial, que integre además la comunicación 2.0.

Para ello se dotará a la web de contenidos de forma periódica y continua. Además, otros contenidos realizados dentro de esta estrategia de comunicación son también susceptibles de ser incluidos en IDEA Digital.

El contenido se presentará tanto en formato audiovisual, como con textos y/o con fotografías. Las publicaciones tendrán como protagonistas a personas físicas y empresas beneficiarias de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020 así como a entidades y personalidades destacadas del sector empresarial y la innovación. También se ofrecerá información de otras actuaciones

realizadas en el ámbito de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020.

El contenido que se incluirá en IDEA Digital se presentará de forma atractiva sin perder la rigurosidad, con el objetivo de convertir IDEA Digital en una publicación de referencia para instituciones y para el tejido empresarial y las personas emprendedoras (bien beneficiarios o potenciales beneficiarios) así como en fuente de información para los medios de comunicación convencionales y en el ámbito de las redes sociales.

El contenido audiovisual tiene especial relevancia en la comunicación digital de hoy en día. Los vídeos que se realizarán tendrán una extensión como máximo de entre 1 y 2 minutos, con carácter general, excepto aquellos que se decidan incluir con otras duraciones porque hayan sido producidos para otros formatos.

La creación y publicación de contenido implicará también una labor de gestión de enlaces tanto internos como externos. Las publicaciones en IDEA Digital contarán con hipervínculos que aporten información que enriquezca el contenido y que, además, ayuden en la estrategia de posicionamiento en buscadores. Asimismo, la web incluirá una serie de banners que vinculará a contenido externo de utilidad para el usuario.

Del mismo modo, la renovación de IDEA Digital también implicará la actualización de los banners existentes y la actualización periódica de los mismos según las necesidades de comunicación y publicidad durante el período de ejecución de la Subvención Global de Andalucía.

NAVEGACIÓN, FUNCIONALIDADES Y REDES SOCIALES

Se trabajará en un nuevo diseño y actualización de la web (interfaz y secciones interiores) en la



línea de la creatividad general de la Subvención Global de Andalucía. El nuevo diseño permitirá contar con un sitio web dinámico, atractivo y que sea responsive para su correcta navegación en dispositivos móviles, tabletas y ordenadores.

Se hará una renovación de la web que la haga más atractiva y orientada a facilitar la experiencia del usuario, incluyendo una mejor distribución de contenidos y presentación de los mismos, destacando el contenido novedoso o de interés según las líneas marcadas en el presente Plan Estratégico de Comunicación.

La renovación del sitio web contará además con la actualización e inclusión de algunas funcionalidades.

Para ello, se incorporarán elementos que propicien la capacidad de interacción y diálogo (foro/comentarios) y otros que propicien la posibilidad de compartir el contenido en redes sociales. Las diferentes entradas incluirán botones share de redes sociales para facilitar que el usuario las comparta.

Dada la importancia del envío de la newsletter de IDEA Digital, se dará mayor visibilidad al banner de suscripción a la misma.

Las diferentes publicaciones incluirán un etiquetado que facilite el posicionamiento SEO y la agrupación de publicaciones por temática.

La nueva Idea Digital será un auténtico canal de comunicación y diálogo permanente a través de las redes sociales entre todos los protagonistas de las estrategias y objetivos de la Subvención Global de Andalucía. Y para ello el uso intensivo, continuado y planificado de las redes sociales, como canal de difusión de información, pero también de participación de todos los implicados, debe permitir establecer una estrategia de información con, para y desde el público objetivo, de forma

que la simple información se transforme en una auténtica acción compartida de comunicación.

En cualquier caso, será básico en esta última la inclusión de botones share de redes sociales en todas las publicaciones para que los usuarios puedan compartirlas con mayor facilidad. Un objetivo que llevará acciones específicas y proactivas para conseguirlo.

La difusión de contenidos en los perfiles sociales también permitirá generar tráfico a la web, algo positivo para mejorar el posicionamiento SEO de la misma. Se diseñará una estrategia SEO que incluirá definición de palabras clave para la web y redes sociales con el objetivo de mejorar el posicionamiento de revistaideadigital.es en buscadores.

Igualmente, la difusión del contenido de IDEA Digital en redes sociales tendrá como objetivo incrementar el número de suscriptores a la newsletter. Esa misma estrategia será de aplicación en relación con los públicos prescriptores definidos en este Plan.

Periódicamente se realizará una labor de análisis y evaluación de resultados de los contenidos publicados y de las acciones llevadas a cabo.

NEWSLETTER INFORMATIVA

Para la difusión de los últimos contenidos publicados en IDEA Digital se llevará a cabo el diseño, programación y gestión de una newsletter periódica. El diseño, la dotación de contenido, la programación de envío y la gestión de altas y bajas se complementarán con una serie de acciones para captar nuevos suscriptores:

- Se incluirá un banner en la parte superior del sitio web de IDEA Digital con la intención de que sea uno de los primeros contenidos que el usuario vea al acceder a ella. Incluirá una llamada a la acción



para que resulte más atractivo que un botón con una simple frase informativa de suscripción a la newsletter. Por ejemplo, tiene más fuerza un mensaje como 'Mantente informado con IDEA Digital' que un mensaje como 'Suscríbete a la newsletter'.

- Se insertará un plugin que permita recordar a los usuarios que pueden recibir periódicamente un boletín con el contenido más relevante y actualizado de IDEA Digital.
- Se incluirá una ventana emergente en la web de IDEA Digital que anime al usuario a suscribirse a la web. El pop-up aparecerá cuando el usuario lleve navegando en la web un período de tiempo determinado.
- Se vinculará el programa de gestión de la newsletter con la página de Facebook de la Agencia IDEA para crear una pestaña de suscripción para los seguidores interesados.
- Promoción en redes sociales: Se realizarán publicaciones sobre la newsletter en los perfiles de la Agencia IDEA con el objetivo de captar suscriptores.

8.18_ COMUNICACIÓN ONLINE: WEB, REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN 2.0

REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN 2.0

En el modelo comunicativo de hoy en día existe una premisa esencial: hoy todos comunican. Es por ello que la gestión planificada de redes sociales constituye una herramienta fundamental en la comunicación digital. No

obstante, es importante incidir en una idea que a la mayoría de las veces se olvida: no se trata de crear perfiles, sino de estar en perfiles con contenidos. Contenidos de calidad, útiles y con trascendencia para difundir desde los distintos perfiles de la Agencia IDEA, pero también y más importante, para que sean compartidos y amplificados desde los perfiles de otros muchos. Desde ese enfoque esencial, las redes sociales van a ser el punto de diferenciación dentro de la nueva estrategia comunicativa de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020, donde el contenido es el auténtico protagonista, la gestión profesional, la clave del éxito y la capacidad de interacción y complicidad con el resto de agentes e interlocutores, el detonante exponencial de nuestros resultados.

Todo ello teniendo en cuenta la situación de partida. La Agencia IDEA tiene presencia actualmente en Facebook, Twitter, Google+, Youtube y LinkedIn, por lo que se plantea la generación y divulgación de contenidos vinculados a la Subvención Global de Andalucía, sin perjuicio de poder incorporar en un futuro a esta estrategia nuevos perfiles imbricados en el conjunto de canales de la Consejería competente o de la propia Junta de Andalucía. Asimismo, se concibe la comunicación en redes sociales como una oportunidad extraordinaria de establecer sinergias con personas, empresas y todas las instituciones de los ámbitos empresarial, administrativo y de innovación descritos en el apartado de públicos objetivo, así como con medios de comunicación. Todo ello sin olvidar la necesidad de visibilizar las acciones con alcance internacional, especialmente en el marco de las instituciones europeas.

Por tanto, además de las publicaciones en IDEA Digital, las redes sociales de la Agencia IDEA también serán canales de difusión de vídeos,

reportajes fotográficos, informaciones escritas y mensajes y cualquier otro tipo de contenido que se realice dentro del presente Plan Estratégico de Comunicación de la Subvención Global de Andalucía, adaptando cada contenido a las características propias de cada red social.

En sentido, los contenidos de las redes sociales se desarrollarán desde una nueva doble vía: una de difusión permanente y constante de contenidos con capacidad de diálogo, participación e interacción, y otra de cualificación de la información por importancia con la periodicidad que se determine.

A continuación, exponemos las posibilidades y objetivos propios de cada una de las plataformas en las que la Agencia IDEA tiene presencia actualmente y sobre las que se realizarán las acciones oportunas.

8.19_ PÁGINA WEB: MICROSITE SOBRE FEDER Y LA SUBVENCIÓN GLOBAL DE ANDALUCÍA 2014-2020

Se ha creado un espacio específico en la web de la Agencia IDEA, al que se puede acceder directamente desde el enlace www.agenciaidea.es/web/fondoseuropeos2014-2020/home

Esta sección expone, entre otros, los contenidos que se indican a continuación:

- Información sobre los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos, con especial detenimiento en el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, FEDER, y la Subvención Global de Andalucía 2014-2020.



FACEBOOK



- Generación de contenido propio: editorial, gráfico, audiovisual
- Interacción con usuarios, perfiles afines e influencers
- Búsqueda de actualidad para interactuar / Compartir contenidos
- Difusión de eventos propios (livestream)
- Optimización periódica de formatos y contenidos
- Reporting y optimización estratégica mensual
- Indicadores principales: incremento de comunidad y engagement

TWITTER



- Generación de contenido propio: editorial, gráfico, audiovisual
- Interacción con usuarios, perfiles afines e influencers
- Búsqueda de actualidad / TT para interactuar / Compartir contenidos
- Optimización periódica de formatos y contenidos.
- Reporting y optimización estratégica mensual
- Indicadores principales: incremento de comunidad e interacción

GOOGLE +



- Réplica de contenidos de otras plataformas (SEO)
- Optimización periódica
- Reporting mensual
- Indicadores: incremento de comunidad y volumen de publicaciones

YOUTUBE



- Generación de contenido propio
- Optimización periódica
- Reporting mensual
- Indicadores: incremento de suscriptores y visualizaciones por vídeo

LINKEDIN



- Generación de contenido propio: editorial, gráfico, audiovisual
- Interacción con usuarios, perfiles afines e influencers en foros
- Reporting mensual
- Indicadores: incremento de comunidad y volumen de publicaciones

- Información permanentemente actualizada sobre las convocatorias de ayudas, incentivos y financiación gestionados por la Agencia IDEA y cofinanciadas por FEDER a través de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020.
- Difusión de la lista de todas las operaciones aprobadas con financiación de la SGA 2014-2020 a través de convocatorias de ayudas. Se publicará en un formato de archivo que permita clasificar, consultar, extraer y comparar los datos.
- Difusión de todos los proyectos realizados directamente por la Agencia IDEA como beneficiaria y financiados con la SGA.
- Publicación de un enlace a los documentos de guías de usuarios publicados en la oficina virtual de la Agencia IDEA.

Este espacio se procederá a modificar, actualizando la tecnología en la que fue programado inicialmente y se procederá, igualmente a la adaptación del diseño y la interfaz a la creatividad general y al mensaje creativo que se apruebe para las actividades de difusión y publicidad de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020.

8.20_ DESARROLLO DE UNA APP DE ASISTENCIA A BENEFICIARIOS

En el marco de este Plan Estratégico de Comunicación, está previsto el diseño y desarrollo de una aplicación, que será accesible tanto desde el microsite anteriormente indicado como desde aplicaciones móviles, que, a modo de asistencia, permitirá a los propios beneficiarios elaborar el elemento gráfico que se le exija para la

difusión de su proyecto cofinanciado con FEDER, de acuerdo a los criterios que están recogidos en este mismo Plan de Comunicación, en el apartado referido a “Medidas a adoptar por los beneficiarios finales”.

8.21_ PLAN DE MEDIOS PARA LA EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN SOPORTES IMPRESOS Y ONLINE

Dentro de este Plan de Comunicación se llevará a cabo, igualmente, la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en prensa, radio, televisión y formatos online, incluidas las redes sociales, así como la ejecución de planes de medios para la divulgación de proyectos y actuaciones realizadas por la Agencia IDEA y cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020.

Para ello se trabajará en el diseño, desarrollo e implementación de estrategias y planificación de campañas de publicidad en medios de comunicación y redes sociales, incluidas también inserciones puntuales.

La ejecución y seguimiento de estas acciones de comunicación se realizará mediante informes post-acción, en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada.

Por ejemplo, para conseguir el mayor alcance posible de la presentación pública de los diferentes instrumentos de apoyo al tejido empresarial enmarcados en la Subvención Global de Andalucía 2014-2020, se plantea hacer coincidir principales hitos con una campaña publicitaria en las diferentes cabeceras regionales, así como en medios especializados en economía.



Esta acción publicitaria se podrá realizar el día posterior a la celebración de actos de presentación de instrumentos de apoyo, con el doble objetivo de, por un lado, dar mayor visibilidad a los diferentes instrumentos gestionados por la Agencia IDEA, cofinanciados con FEDER, y por otro, generar tráfico hacia el sitio web desde el que se podrá obtener información ampliada y, sobre todo, hacer uso de estos instrumentos telemáticamente.

Atendiendo a este último objetivo, se tendrán en cuenta a los medios digitales y también las versiones online de medios generalistas regionales y los especializados en economía, si bien no se descarta la inversión en la versión impresa de los mismos, así como en soportes de radio y televisión, para garantizar la accesibilidad a todos los segmentos del público objetivo.

09 | MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN A CUMPLIR POR LOS BENEFICIARIOS

De acuerdo con la normativa en vigor, la Agencia IDEA, al ser gestora de fondos provenientes de FEDER, está sujeta al cumplimiento de los artículos 115, 116, 117 y el Anexo XII del Reglamento (UE) nº 1303/2013 de Disposiciones Comunes en el que se recogen las responsabilidades en materia de información y comunicación que deben cumplir los organismos que gestionen fondos europeos.

Por tanto, se recogen aquí las medidas que serán de aplicación, tanto a las operaciones resultantes de convocatorias de ayudas en el contexto de regímenes de ayudas de Estado, como a las operaciones propias ejecutadas directamente por la Agencia IDEA, cofinanciadas con FEDER en ambos casos.

MEDIDAS GENERALES

- a) Cofinanciación FEDER: La Agencia IDEA debe comunicar a los beneficiarios que la operación está cofinanciada por el FEDER. Para dar cumplimiento a este requisito, la unidad gestora se ocupará de que en las resoluciones (DECA) o adjudicaciones de actuaciones que se emitan se incluya este párrafo: "Este proyecto está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en ejecución del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020".
- b) Lista pública de operaciones: La Agencia IDEA debe solicitar a los beneficiarios la aceptación expresa de su inclusión en la lista pública de operaciones que establece el artículo 115, apartado 2 del Reglamento de Disposiciones Comunes (UE) nº 1303/2013. La comunicación al beneficiario figurará en el Resolución (DECA) con este texto: "Esta resolución/adjudicación supone la aceptación a aparecer en la lista pública prevista en el artículo 115, apartado 2 del Reglamento de Disposiciones Comunes (UE) nº 1303/2013".

MEDIDAS A ADOPTAR POR LOS BENEFICIARIOS FINALES DISTINTOS DE LA AGENCIA IDEA

El beneficiario final, en cumplimiento del Anexo XII del Reglamento UE nº 1303/2013, debe hacer público el apoyo de la financiación europea a través de distintas medidas de información y comunicación mediante:

- Placa explicativa de tamaño mínimo A3 con información sobre el proyecto y mencionando la ayuda de la Unión Europea en un lugar bien visible para el público.
- Inclusión en su sitio web (si lo tiene), en un lugar visible, una breve descripción del proyecto que contenga al menos el título de la operación, sus objetivos, los resultados y el apoyo financiero de la Unión Europea.
- Cuando los proyectos se aprueben con cargo a la Iniciativa de Inversión Territorial Integrada (ITI) de la provincia de Cádiz se incluirá el logo específico.

Tanto la placa, como la referencia en la web, deben mantenerse un mínimo de tres años contados desde la fecha en la que el beneficiario presentó la solicitud de justificación, incluidas las operaciones apoyadas a través de la ITI de Cádiz.

Además de lo anterior, las operaciones que contengan financiación de obras de infraestructura o construcción con una contribución pública superior a los 500.000 euros deberán colocar en el lugar de la obra una valla/cartel temporal en un lugar bien visible para el público.



Todas las obligaciones anteriormente señaladas y que le corresponden a cada beneficiario en función del tamaño y la tipología de la operación, así como el período mínimo que deben mantenerse, deben figurar de forma expresa en las resoluciones de aprobación (DECA), en las que se remitirá al beneficiario a un enlace web en el que estarán recogidas las obligaciones en materia de información y comunicación.

MEDIDAS A ADOPTAR POR LA AGENCIA IDEA CUANDO ES EL BENEFICIARIO FINAL

Cuando el beneficiario final sea la propia Agencia IDEA, además de todas las obligaciones indicadas en el apartado anterior, deberá:

- Hacer referencia en las convocatorias de actuaciones, convenios, licitaciones, etc. a la financiación con fondos FEDER.
- Cuando la actuación incluya Jornadas, Seminarios, Estudios, etc., en toda la documentación que se genere o maneje (presentaciones, trípticos, publicaciones,...) deberán figurar los logos de la Unión Europea y la alusión a la financiación con fondos FEDER.



10 | EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

Tal y como establece el Reglamento (UE) nº 1303/2013 (Arts. 50, 52 y 56), la evaluación de la Estrategia de Comunicación se realizará en el marco de los Planes de Evaluación de los P.O. FEDER y FSE de Andalucía 2014-2020, con un primer ejercicio en 2018 y otro en 2021.

La evaluación se sustentará, en todo caso, en los indicadores de evaluación o impacto definidos para el periodo 2007-2013, que permitan medir efectos o consecuencias más a largo plazo de las actuaciones en materia de información y comunicación y si esos efectos son atribuibles a dichas intervenciones.

En este sentido, conforme a lo publicado en la “Guía Metodológica de Seguimiento y Evaluación de las Estrategias de Comunicación de los Programas Operativos del FEDER y del Fondo Social Europeo 2014-2020” y en el documento “Breve manual recopilatorio de cuestiones de tipo práctico para los beneficiarios/as en materia de comunicación 2014-2020”, publicados ambos por la Dirección General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda, todas las acciones de información y publicidad que se lleven a cabo están sometidas a un mecanismo de seguimiento basado en indicadores.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE REALIZACIÓN Y RESULTADO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

TIPOS DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN	INDICADORES DE RESULTADOS
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	(Nº) EVENTOS REALIZADOS	(Nº) ASISTENTES
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	(Nº) ACTOS DIFUSIÓN	
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	(Nº) PUBLICACIONES EXTERNAS	(%) PUBLICACIONES DISTRIBUIDAS/ EDITADAS
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINA WEB	(Nº) PÁGINA WEB	(Nº) VISITAS
5. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE CUALQUIER TIPO DE CARTELERÍA	(Nº) SOPORTES PUBLICITARIOS	
6. INSTRUCCIONES EMITIDAS HACIA LOS PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS OPERATIVOS	(Nº) DOCUMENTACIÓN INTERNA DISTRIBUIDA	(%) ORGANISMOS CUBIERTOS
7. REDES DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	(Nº) REDES	(Nº) REUNIONES (Nº) ASISTENTES





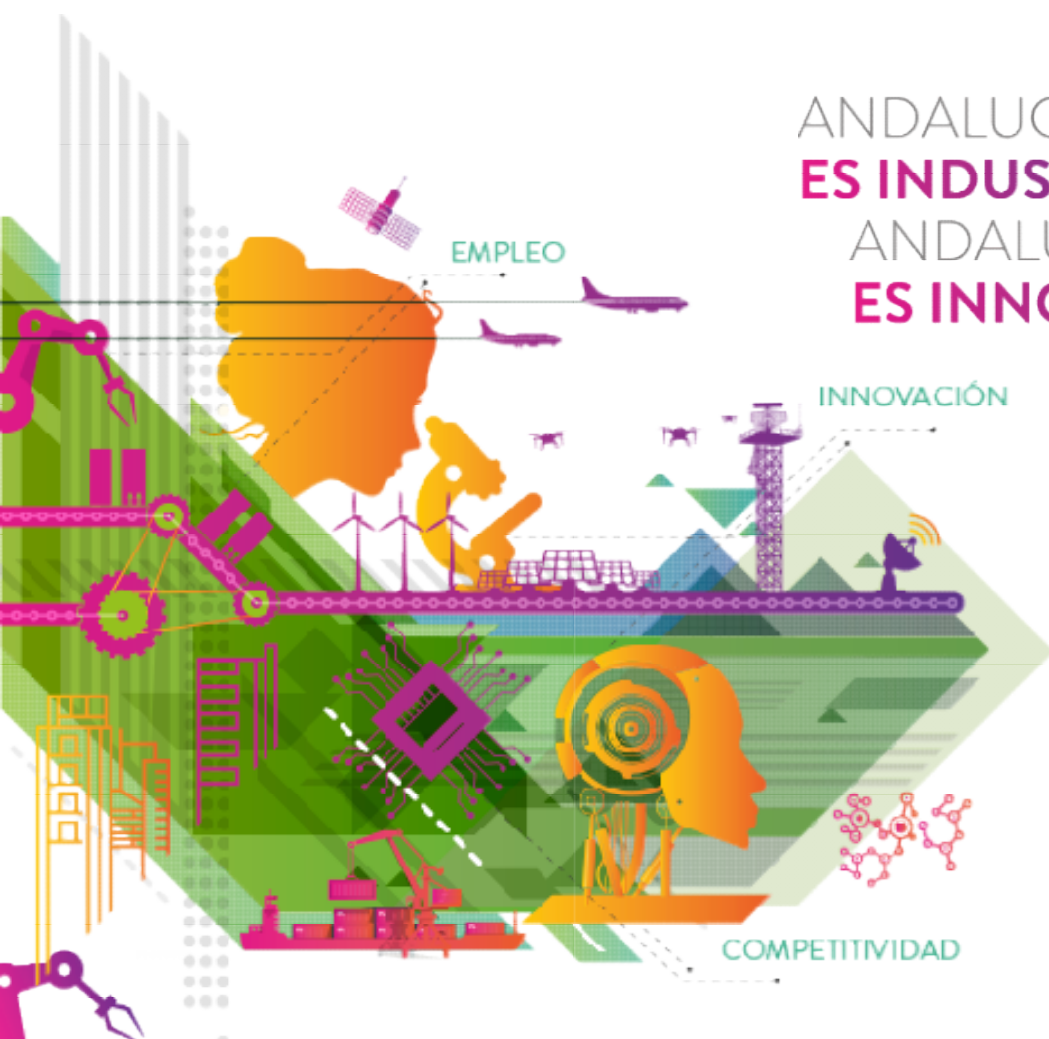
UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

ANEXO I Jornadas técnicas de presentación de las Órdenes de Incentivos al Desarrollo Industrial y a la I+D+i

Acción 8.6 Actos de presentación regionales y provinciales.



Andalucía
se mueve con Europa

12 de junio de 2019

SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN- EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020





Coincidiendo con el inicio del nuevo curso político, a la vuelta de verano, planteamos una primera convocatoria institucional al máximo nivel en la que se den cita los agentes económicos y sociales que identificados como públicos objetivos para presentarles los instrumentos del apoyo al tejido productivo con los que cuenta la Agencia IDEA: en concreto, la Orden de subvenciones al desarrollo industrial, mejora de la competitividad, transformación digital y creación de empleo y la Orden de subvenciones a la investigación industrial, desarrollo experimental e innovación empresarial.

Se trataría de una primera acción de carácter regional que se replicaría posteriormente en cada una de las provincias andaluzas, de forma que se garantice un contacto directo con el mayor número posible de entidades a las que queremos incorporar como aliados para la consecución de nuestros objetivos.

Tras esta primera ronda de actos al máximo nivel institucional que comenzaría con una presentación en la Confederación de Empresarios de Andalucía y se replicaría posteriormente en el resto de capitales provinciales, se plantea realizar una nueva serie de presentaciones tanto comarcales como sectoriales, en sectores estratégicos para el Gobierno andaluz como el aeroespacial, tecnologías de la información y las comunicaciones, agroindustrial, biotecnológico, logístico, químico, etc.

FECHAS

Como fecha de arranque se propone el 16 de octubre, en la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía, en Sevilla.

A partir de ese acto central y hasta el 15 de noviembre, se replicarían las jornadas en las otras 7 capitales de provincias.

Una vez celebradas cada jornada provincial pueden iniciarse las jornadas comarcales y/o sectoriales, con un calendario que será establecido de forma coordinada entre la Dirección de Promoción (actual Dirección de Inversiones Estratégicas), cada Gerencia Provincial y la correspondiente Delegación de Empleo, Formación, Trabajo Autónomo, y Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad. Este calendario se remitirá al Área de Comunicación de la Agencia IDEA y al Gabinete del Consejero.

Al respecto hay que añadir que el calendario de estas jornadas comarcales y/o sectoriales no está condicionado por las agendas de los altos cargos, si bien se facilitará a Gabinete del Consejero para su conocimiento y para la posible asistencia de representantes de altos cargos de la Consejería en caso de que así lo permita la agenda o el interés institucional.



LOCALIZACIÓN

En el caso de las jornadas provinciales, se propone que su celebración tenga lugar, de la mano de la Confederación de Empresarios de la provincia, en un espacio céntrico de cada una de las capitales de provincia, con un salón de actos con capacidad de acoger a unas 200 personas. En aquellas provincias en las que la asociación empresarial disponga de las instalaciones adecuadas se celebrarán allí.

En el caso de las jornadas comarcales/sectoriales, los espacios para su celebración los determinará la Gerencia o Delegación Territorial, en lugares como parques tecnológicos, espacios de la Red Andalucía Emprende, sedes de asociaciones sectoriales, espacios públicos de ayuntamientos o diputaciones, etc.

ESTRUCTURA DEL ACTO

Las jornadas, en su formato provincial, contarán con un primer bloque institucional, encabezado por el consejero, al que acompañarán el director general de la Agencia IDEA y el delegado del Gobierno de la Junta de Andalucía en cada provincia.

- Apertura institucional: consejero, presidente de la confederación de empresarios provincial director general IDEA, delegado del Gobierno
- Bienvenida e intervención de apertura a cargo del consejero
- Presentación de las líneas generales de la Orden por parte del director general
- Proyección del video general de las Ordenes de Desarrollo Industrial e I+D+i
- Mesa técnica:
 - Presentación y moderación: Dirección de Promoción (actual Dirección de Inversiones Estratégicas)
 - Responsable técnico de la Orden de Desarrollo Industrial
 - Responsable técnico de la Orden de I+D+i

Este tipo de acto permitiría incorporar una segunda mesa técnica, conducida en este caso por la Dirección de Instrumentos Financieros, en la que difundir los fondos reembolsables en los que la Agencia de Innovación actúa como agente financiero y que supone 432 millones de euros, adicionales a las órdenes de incentivos, ofreciendo así una visión conjunta de todos los instrumentos de apoyo económico de los que dispone el Gobierno andaluz y que está a disposición de las empresas.

En el caso de las jornadas comarcales y/o sectoriales, su secuencia y desarrollo se determinará conforme a la propia naturaleza del acto propuesto por la Gerencia en coordinación con la Delegación Territorial.



ASISTENTES

Conforme al *Plan Estratégico de Comunicación para la divulgación de proyectos y actuaciones realizadas por la Agencia IDEA, a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo 2014-2020 y cofinanciadas por FEDER*, de diciembre de 2018, estas jornadas están destinadas a los siguientes públicos objetivos:

- Beneficiarios/as potenciales: personas físicas y empresas susceptibles de optar a financiación comunitaria a través del FEDER y, en concreto, de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020.
- Beneficiarios/as finales: personas físicas y empresas que han presentado una solicitud de financiación de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020 y que ha sido aprobada.
- Confederaciones de empresarios, cámaras de comercio, asociaciones empresariales sectoriales, agrupaciones empresariales, sindicatos etc. tanto regionales, nacionales como internacionales.
- Parques tecnológicos y empresariales y cualquier otro espacio de innovación vinculado a la actividad de la Agencia en relación a la SGA, así como los sectores y clústeres de especialización andaluces.
- Medios de comunicación y líderes de opinión.
- Otras instituciones públicas y privadas, entre ellas, red territorial de Andalucía Emprende ayuntamientos, diputaciones, embajadas, consulados y otras representaciones diplomáticas, así como grandes consultoras nacionales e internacionales.
- Población andaluza en general.

Se detallan a continuación la relación de organizaciones empresariales, socio-económicas y otros influencers externos a los que se dirigirán, de forma aún más efectiva, las invitaciones a las presentaciones con el fin de amplificar, difundir y actuar como “tractores” de difusión de estos actos

En esta categoría se encuentran, fundamentalmente, las asociaciones y entidades referentes para el tejido empresarial andaluz, ya que, a través de ellas, al contar con estructura en todas las provincias andaluzas, será la forma más efectiva de llegar al público directo en la primera ronda de presentaciones en capitales.



- **Prescriptores Transversales:**

- **Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA)** y sus delegaciones territoriales: es una de las organizaciones empresariales más representativa y con más implantación en todos los sectores productivos del territorio andaluz. La forman 750 asociaciones empresariales de toda Andalucía que representan grandes empresas, pymes y autónomos. Por el papel jugado en los últimos 30 años en los acuerdos de concertación social y la participación en los principales pactos y programas empresariales de la región, es una entidad que genera confianza en el sector empresarial, lo que lo convierte en un público clave.
 - **Confederación de Empresarios de la Provincia de Almería ASEMPAL:** 88 asociaciones sectoriales y 18 territoriales
 - **Confederación de Empresarios de Cádiz (CEC):** 53 asociaciones sectoriales y 117 empresas
 - **Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO):** 43 asociaciones sectoriales, 18 territoriales y 140 miembros.
 - **Federación Onubense de Empresarios (FOE):**
 - **Confederación de empresarios de Jaén (CEJ):** 30 asociaciones sectoriales, 10 territoriales y 24 empresas asociadas.
 - **Confederación Granadina de Empresarios (CGE):** 66 asociaciones sectoriales y territoriales, 22 empresas asociadas
 - **Confederación de Empresarios de Málaga (CEM):** 50 asociaciones sectoriales, 22 territoriales, 80 empresas y 81 miembros asociados.
 - **Confederación de Empresarios de Sevilla (CES):** 39 asociaciones sectoriales, 29 territoriales y 96 empresas
- **Asociación de Jóvenes Empresarios de Andalucía (AJE Andalucía)** y sus asociaciones provinciales: formada por más de 2.300 empresarios y 3.200 empresas, en su mayoría regentadas por profesionales menores de 41 años. Tienen representación en todas las provincias andaluzas. Esta entidad y sus asociados aportan un perfil dinámico, suelen ser empresarios y empresarias activos, abiertos a nuevas iniciativas y con nuevas ideas, lo que hace de la AJE y sus delegaciones unos buenos cómplices para esta estrategia de comunicación.
 - **AJE Almería:** 120 empresas asociadas
 - **AJE Cádiz:** 17 empresas asociadas
 - **AJE Córdoba:** 100 empresas asociadas
 - **AJE Granada:** 220 empresas asociadas



- **AJE Huelva:** 11 empresas asociadas
 - **AJE Jaén:** 110 empresas asociadas
 - **AJE Málaga:** 700 empresas asociadas
 - **AJE Sevilla:** 100 empresas asociadas
- **Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Industria, Servicios y Navegación:** entidad que representa y engloba a todas las Cámaras de Comercio que existen en Andalucía (14). Su propia finalidad como vertebradoras de las políticas e iniciativas de impulso y apoyo al tejido empresarial y emprendedor, así como la relación y colaboración directa que tienen con la Administración andaluza, las convierten en canales fundamentales para llegar a al público directo a través de las diferentes actividades, formaciones, encuentros, etc que celebran por todo el territorio andaluz, aportando un fuerte componente de capilaridad hacia ciudades medias.
- **Federación Andaluza de Mujeres Empresarias (FAME)** y asociaciones de mujeres empresarias provinciales: FAME vertebradora los esfuerzos y experiencias de las organizaciones empresariales de mujeres de las distintas provincias y sectores. Representa a 2.016 mujeres empresarias de la región y puede aportar una visión de género fundamental en los principales debates y programas empresariales y económicos. Una visión cualitativamente muy relevante e incardinada en las políticas de igualdad del Gobierno andaluz.
- **Asociaciones de autónomos: ATA Andalucía, UPTA Andalucía y UATAE Andalucía:** los autónomos representan en torno a un 75% del sector empresarial andaluz, por lo que será necesario contar con sus principales asociaciones, la visión que puedan aportar y ser un importante canal para llegar a este colectivo de la región, presente en todos los rincones de Andalucía.
- **Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía (ARA):** está constituida por los 52 Grupos de Desarrollo Rural, que representan a más de un centenar de asociaciones de jóvenes y 200 asociaciones de mujeres, más de 700 Ayuntamientos junto a las 8 Diputaciones provinciales, más 200 cooperativas, organizaciones agrarias, sindicales, entidades bancarias y sindicales, entre otras. Sus actuaciones inciden en el 85% de los municipios andaluces, lo que aportará una gran capacidad de capilaridad.
- **Federación Empresarial Andaluza de Sociedades Laborales (FEANSAL).** Es la organización que aúna y representa a las sociedades laborales de Andalucía. Cuenta con ocho delegaciones, una por provincia, y con más de 2.800 sociedades laborales en la región. Su buena relación con la Administración y con los agentes empresariales, así como



su trabajo en apoyo a la mejora del tejido andaluz lo hace un público aliado de especial interés.

- **Organizaciones sindicales** (CCOO, UGT, USO, CSIF, CGT, ANPE, etc): son las principales entidades de representación de los trabajadores andaluces por lo que pueden jugar un papel fundamental en el desarrollo y difusión de acciones y actividades, especialmente en todas las dimensiones que tienen que ver con la generación de empleo y la calidad del mismo, así como las condiciones de seguridad y bienestar laboral.
- **Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo (FAECTA)**: representa al cooperativismo de trabajo en Andalucía, una modalidad empresarial en la que la región es líder nacional. En Andalucía hay 4.000 cooperativas de las que el 76% son cooperativas de trabajo que dan empleo a unas 63.000 personas. Por tanto, es importante contar con su participación.
- **Colegios de Economistas de cada provincia**: estos colegios profesionales y el Consejo Andaluz que los engloba, mantienen contacto directo y llevan a cabo multitud de acciones con sus colegiados: los economistas de la Comunidad, profesionales que también tienen o trabajan en gestorías y asesorías. Por esta misma razón, este sector se convierte en un buen público prescriptor.
- **Colegios Oficiales de Gestores Administrativos**: estos colegios profesionales y el Consejo Andaluz que los engloba. Se trata de un caso similar al anterior.

Por otra parte, y de cara a la posterior segmentación de las presentaciones a escala comarcal, en coordinación con la Dirección de Promoción (actual Dirección de Inversiones Estratégicas) de la Agencia IDEA y atendiendo a las prioridades sectoriales que se han definido como estratégicas, planteamos otro categoría de invitados a tener en cuenta:

- **Prescriptores Sectoriales:**

Por su representatividad en los principales clústeres de los sectores estratégicos andaluces, así como por su capacidad de interlocución y cercanía con las empresas sectoriales planteamos como públicos prescriptores a las principales organizaciones de los sectores claves para la economía andaluza.

SECTOR TIC

- **ETICOM. Asociación de empresarios de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Andalucía**: es la Asociación Clúster de la Economía Digital, y representa a las empresas del sector de las Tecnologías de la Información,



Telecomunicaciones, Electrónica, Contenidos Digitales y de Economía Digital de Andalucía. Cuenta con más de 300 asociados y con una gran actividad en la organización de jornadas y actos de gran visibilidad pública. Se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.

- **onGranada:** Asociación Clúster Granada Plaza Tecnológica y Biotecnológica. Cuenta con 607 empresas asociadas que representan el 45% de la facturación del sector en Andalucía que suponen más de 2.500 millones de euros, casi un 2% del PIB autonómico. Se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.
- **FAITEL:** Asociación Andaluza de Empresas Integradoras de Telecomunicaciones y Servicios TIC. Organización empresarial formada por los profesionales y empresarios cuya actividad está relacionada con la instalación, mantenimiento, integración de equipos, sistemas e infraestructuras de telecomunicaciones o los servicios sobre Tecnologías de la Información, Comunicación y Conocimiento.
- **Amética:** Asociación de Mujeres Empresarias TIC de Andalucía. Nacida en el seno de la Federación Andaluza de Mujeres Empresarias, pretende visualizar y potenciar el papel de la mujer andaluza en este sector, muy vinculado aún al género masculino.
- **Clúster Andalucía Smart Cities:** Engloba a 150 empresas e instituciones relacionadas con el desarrollo de soluciones smart y de desarrollo de las ciudades inteligentes en Andalucía. Se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.
- **Asociación Española de la Economía Digital (aDigital):** Adigital es una asociación de empresas que trabajan en Internet, el Medio Digital y las Nuevas Tecnologías. La forman más de 500 empresas (pymes y grandes empresas), una representación referente de la actividad económica digital en España.
- **Clies:** Círculo empresarial intersectorial de empresas de Economía Social y participadas de servicios avanzados e innovación de Andalucía. Cuenta con 17 asociados.
- **ACUTEL. Asociación de Operadores de Telecomunicaciones Locales de Andalucía:** organización formada por más de un centenar de empresas de televisión por onda y por cable.
- **Asociación Andaluza de Comercio Electrónico (ANDCE):** con más de trescientos asociados, su finalidad principal es promover el desarrollo del comercio electrónico en Andalucía, para mejorar de la competitividad de las empresas andaluzas.



- **Asociación Andaluza de Ingenieros de Telecomunicación en Andalucía, Ceuta y Melilla:** la AITA cuenta con 375 asociados.
- **ASITANO: Asociación de Ingenieros de Telecomunicación de Andalucía Occidental.**
- **Asociación Empresarial de Ingenieros Consultores de Andalucía:** representa a una treintena de empresas del sector.
- **Colegio Profesional de Ingenieros en Informática de Andalucía:** cuenta con 121 colegiados.
- **CPITIA Colegio Profesional de Ingenieros Técnicos de Andalucía.**
- **Colegio Oficial de Ingenieros en Telecomunicación de Andalucía Occidental y Ceuta.**
- **Colegio Oficial de Ingenieros en Telecomunicación de Andalucía Oriental y Melilla.**

SECTOR AGROALIMENTARIO

- **Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía:** agrupa a la práctica totalidad de las cooperativas agroindustriales de Andalucía. Se compone en total de 664 cooperativas. Tiene federaciones provinciales por toda la región.
- **LANDALUZ. Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía:** LANDALUZ es la entidad referente del sector agroalimentario de Andalucía. Aglutina casi el 40% de la facturación total del sector en la comunidad, lo que pone de relieve el peso específico con el que cuenta como patronal empresarial agroindustrial. Actualmente representa a 99 empresas.
- **Asociación de Mujeres Empresarias de Cooperativas de Andalucía:** AMECOOP-Andalucía es una entidad sin ánimo de lucro que nació 2004 como un nuevo espacio para hablar de y con mujeres empresarias. La junta directiva está compuesta por nueve cooperativas y representan a 234 empresas de Sevilla, Almería y Granada.
- **Innoleo:** agrupa a empresas del sector oleícola y está inscrita en el registro nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.
- **UPA. Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos de Andalucía:** Representa, defiende y presta servicios a más de 10.000 profesionales de la agricultura y la ganadería en la región andaluza.
- **ASAJA. Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores:** Federación de Asociaciones Agrarias Jóvenes Agricultores de Andalucía. Es la organización más numerosa del sector y representa y defiende los intereses de más de 40.000 agricultores y ganaderos de la región.



- **COAG. Unión de Agricultores y Ganaderos de Andalucía:** Es la segunda organización del sector en representación. Engloba a unos 30.000 asociados.
- **ECOVALIA. Asociación Valor Ecológico.** Asociación sin ánimo de lucro dedicada al desarrollo de la producción y la alimentación ecológicas.
- **Fundación Agroecosistema:** Se trata de una organización sin ánimo de lucro que coopera, ayuda y fomenta la producción y el consumo de productos agroalimentarios de calidad diferenciada.

SECTOR INDUSTRIAL

- **Asociación de Investigación y Cooperación Industrial de Andalucía:** AICIA es un Centro Tecnológico vinculado a la Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Sevilla cuya finalidad es impulsar, orientar y desarrollar la investigación industrial. Posee calificación nacional y autonómica de Centro de Innovación y Tecnología (CIT). Actualmente disponen de 25 equipos de trabajo en sectores como telecomunicaciones, industrial, química, aeronáutico, ingeniería civil.
- **AFAR. Asociación de Fabricantes Andaluces de Refrigeración:** es el Clúster del Frío y el Clima y se erige como representante de este sector, que cuenta con 22 asociados.
- **ASIAN. Asociación Superior de Ingeniería de Andalucía :** representa a profesionales de las nueve ingenierías superiores.
- **Fundación Patrimonio Industrial de Andalucía.**
- **Colegio Oficial de Ingenieros Industriales de Andalucía Occidental,** con más de 3.000 colegiados.
- **Colegio Oficial Ingenieros Industriales de Andalucía Oriental.**
- **Asociación Territorial de Ingenieros Industriales de Andalucía Occidental.**
- **Asociación Territorial de Ingenieros Industriales de Andalucía Oriental.**
- **Asociación de Parques Empresariales de Sevilla:** organización que aglutina y representa a los diferentes parques empresariales y polígonos industriales de la provincia de Sevilla.
- **Asociación de Polígonos y Parques Industriales y Comerciales de Málaga y su Provincia APOMA:** organización que aglutina y representa a los diferentes parques empresariales y polígonos industriales de la provincia de Málaga. Engloba cerca del 90% de suelo industrial-comercial de la capital, y cuenta con la presencia de entidades como el



Centro de Transportes de Mercancías de Málaga, o los polígonos industriales del Guadalhorce, Santa Teresa, San Luís, El Viso, Trévez, Santa Bárbara, Santa Cruz, Azucarera, Villa Rosa, Pérez Texeira, La Estrella, Alameda, Huertecilla, y el Polígono industrial de Antequera.

SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN

- **FEDEME. Federación de Empresarios del Metal:** organización profesional formada por los empresarios industriales y comerciales de las diferentes ramas de actividad del sector metalúrgico. Cuenta con una veintena de asociaciones de diferentes ramas de este área.
- **ADEMETAL:** Asociación de Empresarios del Metal de Andalucía.
- **ANFACAR:** Asociación Andaluza de Empresas Fabricantes de Carrocerías y Remolques para Vehículos Industriales y de Empresas Fabricantes de Remolques Agrícolas

SECTOR DE LA ENERGÍA / MEDIOAMBIENTE

- **CLANER:** Asociación de Energías Renovables de Andalucía. Agrupa al clúster de energías renovables de la región con 104 entidades y empresas. Se encuentra inscrita en el registro nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.
- **APREAN.** Asociación de Promotores y Productores de Energías Renovables de Andalucía
- **Asociación de Empresas de Energía de Andalucía**
- **CIDE - Asociación de Distribuidores de Energía Eléctrica**
- **AAEF Asociación de Empresas Forestales y Paisajísticas de Andalucía**
- **AECMA. Asociación de Empresas de Consultoría Medioambiental de Andalucía**
- **CENTA. Fundación Centro de las Nuevas Tecnologías del Agua**

SECTOR AERONÁUTICO Y AEROSPACIAL

- **Andalucía Aerospace:** Asociación empresarial andaluza que tiene entre sus principales fines contribuir al fortalecimiento del clúster y del posicionamiento de las empresas asociadas en el mercado aeroespacial nacional e internacional. Cuenta con 35 empresas de las principales empresas del sector.
- **Fundación Andaluza para el Desarrollo Aeroespacial (FADA-CATEC):** Tiene como fin el impulso, el desarrollo y la promoción de actividades de I+D+i susceptibles de fomentar el desarrollo económico del sector Aeroespacial en Andalucía y promover la generación y



explotación de nuevos conocimientos y tecnologías. FADA, gestiona el Centro avanzado de Tecnologías Aeroespaciales (CATEC) y la infraestructura tecnológica asociada, denominada ATLAS, un laboratorio de ensayos en vuelo para sistemas de aeronaves no tripuladas (UAS).

- **Asociación empresarial Hélice:** agrupa al Clúster Aeroespacial Andaluz y congrega a 125 empresas del sector. Está inscrita en el Registro Nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras.

SECTOR BIOTECNOLÓGICO

- **Andalucía BIORegión:** es la unidad estratégica de dinamización del Clúster Andaluz de Biotecnología y cuenta con 92 empresas.
- **Asebio:** es la asociación nacional en la que la región tiene gran peso ya que es la segunda en el ranking de compañías usuarias de biotecnología.
- **AsBAn:** organización que nace en la Universidad Pablo de Olavide y agrupa a estudiantes, licenciados y doctores que trabajan en el campo de la biotecnología.

SECTOR LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

- **Federación Andaluza de Transportes (CETM ANDALUCIA FATRANS):** Andalucía FATRANS agrupa a las asociaciones de empresas de transporte ubicadas en las 8 provincias andaluzas. Un sector que se compone de casi 900 empresas en Andalucía dedicadas al transporte de mercancías por carretera.
- **Red Logística de Andalucía S.A:** sociedad mercantil que incorpora los centros logísticos y de transporte de la Junta de Andalucía en Sevilla, Córdoba y Algeciras.
- **Federación Independiente de Transportistas de Andalucía (FEDINTRA):** organización empresarial regional que aglutina a más de 250 empresas y asociaciones de las provincias de Andalucía, representando el 60% del sector.

SECTOR DE LA MINERÍA

- **AMINER:** Asociación de Empresas Investigadoras, Extractoras, Transformadoras Minero-Metalúrgicas, Auxiliares y de Servicios, del que forman parte 12 entidades.
- **AFA:** Asociación de Empresas de Fabricantes de Áridos y Afines de Andalucía
- **AEMA:** Asociación de Empresarios del Mármol de Andalucía

SECTOR QUÍMICO



- **Asociación de Industrias Químicas, Básicas y Energéticas de Huelva (Aiqbe):** cuenta con 14 empresas asociadas y 15 plantas de producción.
- **Asociación de Grandes Industrias del Campo de Gibraltar (AGI):** cuenta con 13 empresas asociadas cuya actividad se desarrolla por esta zona geográfica.
- **Asociación de Químicos de Andalucía. (AQA):** es una entidad sin ánimo de lucro formada por titulados superiores relacionados con la Ciencia y con la Tecnología Químicas.

SECTOR TURISMO

- **Patronatos y consorcios de Turismo provinciales**
- **Asociaciones de desarrollo turístico y rural comarcales**
- **Asociaciones de turismo rural:** existen una treintena repartidas por el territorio
- **Federación Andaluza de Hoteles y Alojamientos Turísticos:** de la que forman parte ASEMPAL y ASHAL (Almería), APHH (Huelva), Federación Provincial de Empresas de Granada, HOSTECOR (Córdoba), FTH (Jaén), AEHCOS (Málaga), HORECA (Cádiz), y la Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia.
- **CulturAnd. Clúster de Turismo y Cultura de Andalucía:** del que forman parte universidades, administración local mancomunidades, consorcios, empresas y profesionales del sector, centros de iniciativas turísticas, agencias de viaje, alojamientos museos, etc
- **Asociación de Empresarios de Turismo Rural y Ecuestre de Andalucía (AGETREA)**
- **Asociación de Hoteles Rurales de Andalucía AHRA**
- **Asociación de Promotores de Turismo Residencial y Deportivo de Andalucía (PROMOTUR)**
- **Andalucía Activa:** la Asociación Profesional de Empresarios de Turismo Activo y Ecoturismo “ANDALUCIA ACTIVA”, englobada por 37 empresas.

MATERIALES PARA LAS JORNADAS

- ⇒ Invitación digital
- ⇒ Programa digital
- ⇒ Portanombres de participantes
- ⇒ Roll-ups



- ⇒ Folletos en papel
- ⇒ Vídeos informativos:
 - Vídeo general de instrumentos de apoyo
 - Vídeo específico de la Orden de Desarrollo Industrial
 - Vídeo específico de la Orden de I+D+i
- ⇒ Motion Graphics para redes sociales:
 - Motion general de instrumentos de apoyo
 - Motion específico de la Orden de Desarrollo Industrial
 - Motion específico de la Orden de I+D+i
- ⇒ Nota de prensa
- ⇒ Infografías para redes sociales
- ⇒ Plantillas de power point para cada orden
- ⇒ Medios audiovisuales, conforme a las necesidades de cada lugar de celebración

ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN COMPLEMENTARIAS

CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACOMPAÑAMIENTO

Entre las actuaciones contempladas en el mencionado Plan Estratégico de Comunicación para la divulgación de proyectos y actuaciones realizadas por la Agencia IDEA, a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo 2014-2020 y cofinanciadas por FEDER es el diseño de distintos planes de medios para la ejecución de campañas publicitarias en medios y redes sociales.

En este sentido, se propone complementar la acción de presentación de las jornadas técnicas con el lanzamiento de una campaña publicitaria de acompañamiento en prensa generalista regional, provincial y especializada, radio e internet con el lema “Andalucía es Industria, Andalucía es Innovación”.

Materiales a producir para campaña publicitaria

- Diseño de página de publicidad para cada orden
- Adaptaciones de creatividad para prensa
- Producción de cuñas de radio
- Diseño de banners para prensa online y redes sociales
- Adaptaciones de banners y otros formatos online



DISTRIBUCIÓN DE FOLLETOS EN PAPEL

Está prevista la producción de, al menos, 15.000 folletos en papel de cada una de las órdenes. Estos folletos se distribuirán, de forma resumida en:

- Gerencias provinciales de la Agencia IDEA
- Delegaciones Territoriales de la Consejería de Economía
- Red territorial de Andalucía Emprende
- Confederaciones provinciales de empresarios
- Cámaras de Comercio Provinciales
- Sedes de asociaciones sectoriales
- Parques tecnológicos y otros espacios de innovación de Andalucía
- Otros organismos de la Administración: Extenda, Consejería de Hacienda, Industria y Energía, puertos, etc.

MAILING INSTITUCIONAL

Como acompañamiento a todas estas actuaciones, se realizará un mailing a los responsables de las principales organizaciones de ámbito empresarial, institucional, social, económico-financiero, universitario, entorno político y medios de comunicación. Se tratará de un escrito breve y de estilo directo en el que se explique de forma integral la existencia y la magnitud de los diferentes instrumentos de apoyo, sus características a grandes rasgos y su valor para la cohesión territorial de Andalucía, así como el momento de oportunidad en el que se pone a disposición del tejido productivo.

Este primer mailing de posicionamiento político e institucional se propone que vaya firmado por el consejero de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, o, en su defecto, por el director general de la Agencia IDEA.

La carta concluirá avanzándole al destinatario que, en los próximos días, se le enviará una información más detallada de estos instrumentos a través de correo electrónico (set de prescriptores). En el siguiente apartado se determina en qué consiste este set de prescriptores.

SET DE PRESCRIPTORES

La estrategia de difusión de las jornadas, con el establecimiento de una relación exhaustiva de prescriptores, permite utilizar también esta estrategia para multiplicar el número de impactos y la permeabilidad de nuestros mensajes requiere de la complicidad de los diferentes prescriptores y aliados definidos como público objetivo. Para ello, es importante que perciban la relevancia de su implicación en la estrategia, no tanto como un beneficio para la Agencia IDEA, sino como un beneficio propio para ellos, que prestan un servicio de valor a sus asociados.

En este sentido, se plantea la puesta a disposición de estos prescriptores de un set de materiales de comunicación en los que se desglosarán, de forma atractiva y de fácil comprensión, el conjunto de los



programas de incentivos e instrumentos financieros para el apoyo empresarial con los que cuenta la Agencia IDEA, vinculados a la Subvención Global.

De esta forma, las entidades identificadas como prescriptores recibirán un set digital de materiales de comunicación para su difusión entre su red de asociados, clientes, patronos o partners, que incluirá, al menos, los siguientes elementos:

- Motion Graphics: microespacios audiovisuales en las que mediante animación se explicará todo el proceso de acceso a los diferentes mecanismos de ayuda (plazos, cuantías...) de la Agencia IDEA.
- Folleto digital para su descarga e impresión: como complemento al resto de materiales visuales, se diseñará un folleto digital con un mayor peso en la información redaccional que permita informar con mayor precisión y despejar las dudas más frecuentes que puedan surgir a la hora de acercarse a los instrumentos de apoyo al tejido empresarial de la Agencia IDEA.

PRESS BOX

Por otro lado, se preparará otro paquete exclusivo de elementos de comunicación dirigido particularmente a periodistas, un press box que se compactará en una memoria USB que incorporará:

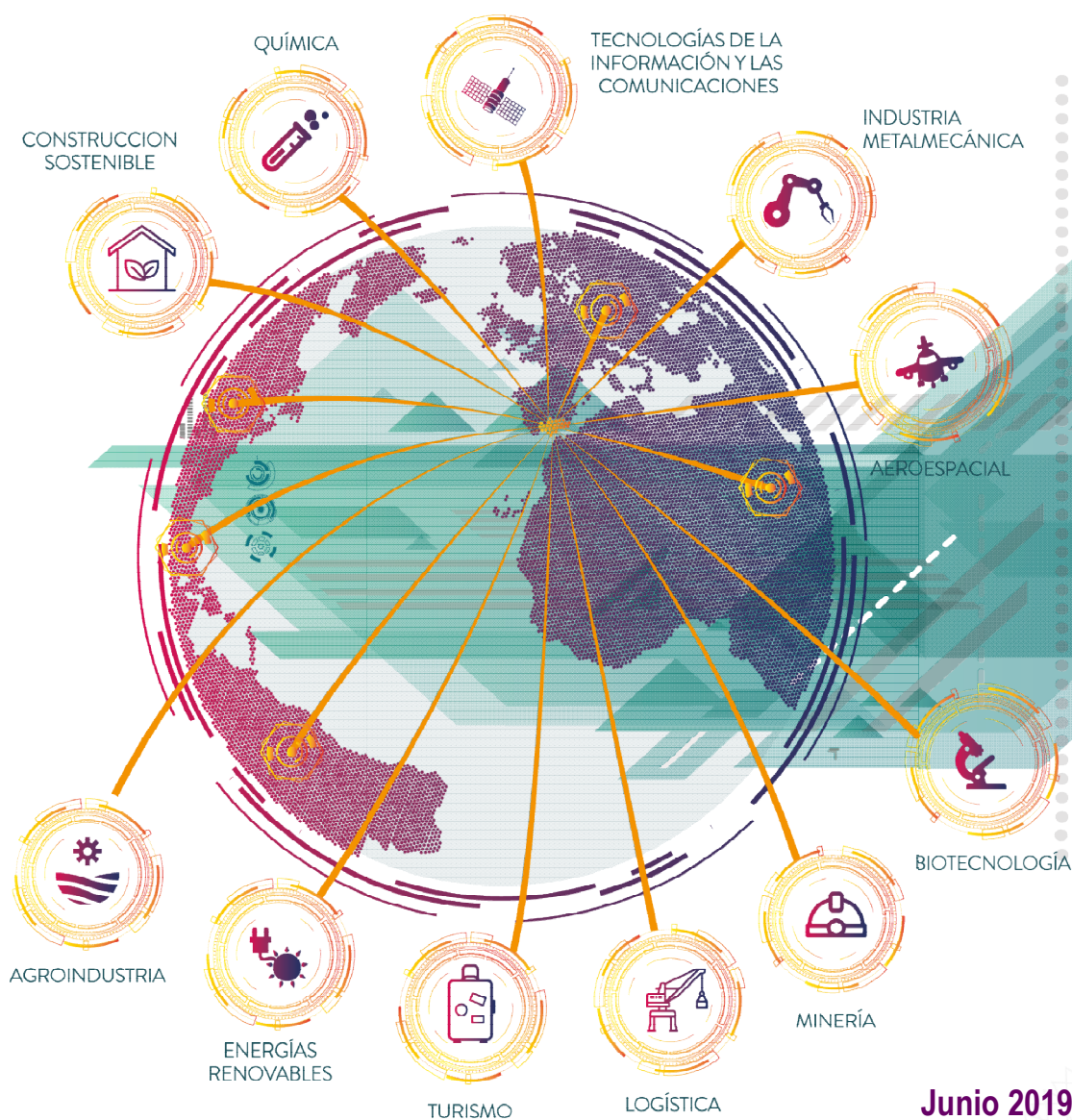
- Motions Graphics
- Mapas visuales de ayudas
- Folletos informativos
- Dossier / Nota de prensa
- Balance de ejecución (en el caso de aquellos instrumentos que ya cuenten con un recorrido suficiente como para poder presentar datos)
- Casos de éxitos identificados para cada uno de los instrumentos y líneas de ayudas, con sus correspondientes contactos

APUESTA SEGURO INVIERTE EN ANDALUCÍA



Anexo II Acciones de Comunicación de Captación de Inversiones

Acción 8.13 Captación de Inversiones



Junio 2019

1. INTRODUCCIÓN. SUBVENCIÓN GLOBAL DE ANDALUCÍA 2014-2020

Dentro de su cometido para la promoción del desarrollo económico en nuestra región, la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA instrumenta la **Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020** tras su designación como Organismo Intermedio.

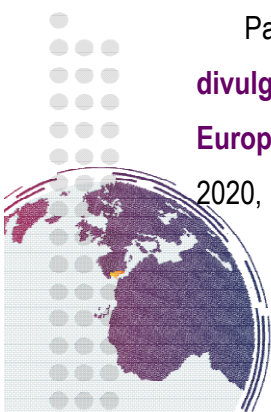
Los objetivos temáticos en los que se enmarca la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 dentro del Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020 son:

- OT1. Promover el desarrollo tecnológico, la innovación y una investigación de calidad
- OT2. Garantizar un mejor uso de las tecnologías de la información
- **OT3. Conseguir un tejido empresarial más competitivo**

En este sentido, esta Subvención Global tiene como objetivo último la mejora de la competitividad y el incremento del tejido productivo andaluz con la finalidad de impulsar el crecimiento económico y el empleo estable y de calidad en Andalucía. En su Objetivo Temático 3, Conseguir un tejido empresarial más competitivo, la Subvención Global recoge una **actuación específica** que tiene por objetivo **apoyar la internacionalización del tejido productivo andaluz**, con especial énfasis en el impulso de medidas que favorezca el posicionamiento internacional de la economía andaluza y la presencia de empresas andaluzas fuera de Andalucía, la cooperación empresarial y la puesta en valor de buenas prácticas. Igualmente **esta actuación pretende incrementar la cantidad y calidad de las inversiones foráneas en Andalucía y su capacidad tractora** para otras inversiones.

Por otro lado, en este marco de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020, como Organismo Intermedio del P.O. FEDER de Andalucía 2014-2020, la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía debe llevar a cabo una serie de actuaciones que cumplan con los requisitos de información y publicidad que establece la Comisión Europea en la normativa dispuesta a tal efecto. Además, las actuaciones llevadas a cabo en este ámbito están en línea con la Estrategia de Comunicación de los P.O. FEDER y FSE de Andalucía 2014-2020 aprobada el 17 de mayo de 2016 por el Comité de Seguimiento del P.O. FEDER de Andalucía 2014-2020.

Para ello, en diciembre de 2018 se presentó el **Plan Estratégico de Comunicación para la divulgación de actuaciones llevadas a cabo por la Agencia IDEA cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional**, en ejecución del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020, a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020,



en el que se recogen las actuaciones de comunicación previstas para todo el periodo. En este documento, se recoge, entre los objetivos, uno específico destinado a **coadyuvar a posicionar Andalucía como región atractiva para la inversión y el desarrollo de la actividad económica**, contribuyendo, igualmente a transmitir los avances de la Comunidad Autónoma a través de la política de cohesión de la Unión Europea, el Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020 y la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020.

Para alcanzar este objetivo, el mencionado Plan Estratégico de Comunicación contempla una medida específica (8.13), en la que se plantea la producción de materiales específicos y la realización de acciones que permitan mostrar las múltiples razones que existen para implantarse en Andalucía.

2. ÁMBITO COMPETENCIAL

La **Ley 3/1987, de 13 de abril, de creación del Instituto de Fomento de Andalucía**, en su exposición de motivos, indica que *“En su cometido, enmarcado dentro de la política económica general del Gobierno andaluz, el Instituto de Fomento de Andalucía, pretende lograr una estrecha cooperación con otros Entes Públicos de Promoción, ya sean estos de la Comunidad Económica Europea, estatales o locales, así como la dinamización de los sectores productivos privados y la **captación de iniciativas inversoras**, a través de las distintas vías de información, asesoramiento, promoción y participación en sociedades de capital riesgo, financiación, apoyo a la comercialización, etc., y todo ello dentro del gran reto que supone la integración española en la Comunidad Económica Europea”*. Este reto obliga a operar, tanto al sector público como al privado, con grandes dosis de imaginación y competitividad a la **búsqueda de mercados e inversiones, a fin de instrumentar el aprovechamiento de las ventajas comparativas de Andalucía**.

Por su parte, el **Reglamento General de la Ley del IFA, aprobado por Decreto 122/1987, de 6 de mayo**, en su artículo 5, Funciones, establece, lo siguiente:

e) Corresponde al Instituto de Fomento de Andalucía las siguientes funciones: Informar sobre los beneficios y ventajas que ofrecen las Administraciones Públicas y la Comunidad Económica Europea para fomentar las inversiones de Andalucía.

f) Instrumentar los incentivos de apoyo a la inversión que se le asignen por la Junta de Andalucía....

Finalmente, el **Decreto 26/2007, de 6 de febrero, por el que se aprueban los Estatutos de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía**, establece en su artículo 4, denominado “Objeto, acciones e

instrumentos de la Agencia”, en su apartado 2, que para la realización de su objeto, la Agencia llevará a cabo las siguientes acciones:

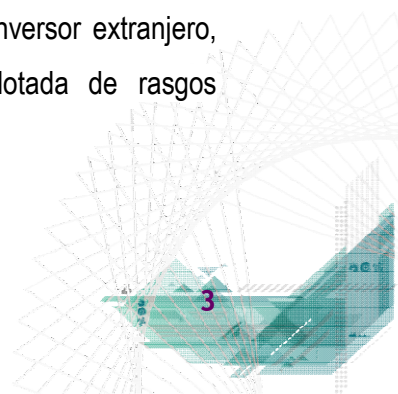
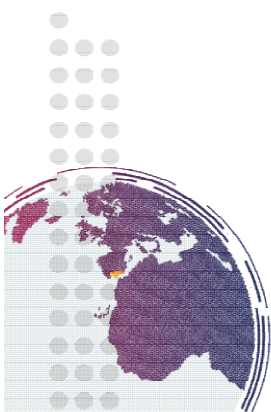
h) Favorecer la Captación de Inversiones Extranjeras para Andalucía con el fin de consolidar su tejido productivo.

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA está adscrita a la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, en virtud del ***Decreto del Presidente 2/2019, de 21 de enero, de la Vicepresidencia y sobre reestructuración de Consejerías***. Posteriormente, el ***Decreto 104/2019, de 12 de febrero, por el que se regula la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad***, en su artículo 5.2.a) se recoge que corresponde a la Secretaría General de Empresa, Innovación y Emprendimiento, de la que depende la Agencia IDEA, ***el fomento de las capacidades de las empresas andaluzas, contribuyendo a la mejora de su competitividad y de su capacidad de crecimiento así como la búsqueda de mercados e inversiones, a fin de instrumentar el aprovechamiento de las ventajas competitivas de Andalucía, todo ello en el marco de las competencias atribuidas a los entes adscritos a esta Consejería así como, en su caso, la colaboración con la Agencia Andaluza de Promoción Exterior, S.A. (EXTENDA).***

3. UNIDAD DE CAPTACIÓN DE INVERSIONES: FUNCIONES Y ESTADO DE SITUACIÓN

La labor que desarrolla la Agencia IDEA en materia de captación de inversiones desde sus orígenes está dedicada a la consecución de los siguientes objetivos:

- **Posicionar Andalucía** como una región atractiva para el destino de inversión extranjera directa en el ámbito tanto internacional como nacional, con especial protagonismo en las áreas prioritarias de especialización inteligente.
- **Impulsar el incremento de la inversión extranjera directa en Andalucía** por parte de empresas no ubicadas en nuestra Comunidad Autónoma, ayudando a las mismas a establecer su negocio en la región, ofreciéndoles servicios personalizados. Se persigue conseguir más implantaciones duraderas de alto valor añadido y/o con un importante número de empleos.
- **Consolidar las inversiones de las empresas extranjeras** que ya están instaladas en Andalucía, a través de su seguimiento y de una atención específica al inversor extranjero, generando ecosistemas que permiten a la región andaluza estar dotada de rasgos competitivos respecto a otras regiones.



- **Realizar seguimiento y promover la mejora del clima de negocios** en la región para las empresas multinacionales.

Para lograr estos objetivos, la Agencia trabaja en la captación de inversión exterior y en la atención al inversor extranjero en las siguientes **líneas de actuación**:

1.- Posicionamiento de Andalucía como destino de negocios y de la Agencia IDEA como entidad de referencia en la materia:

- Organización/ participación en la organización de eventos y jornadas internacionales de carácter empresarial
- Acciones de comunicación
- Establecimiento de red de agentes multiplicadores y firma de convenios
- Participación en redes nacionales e internacionales. La Agencia IDEA es el interlocutor andaluz de Invest in Spain en materia de captación así como el representante andaluz en la Asociación Internacional de Agencias de Captación de Inversiones (WAIPA).

2.- Atracción de extranjera directa:

- Identificación de nuevos proyectos de implantación a partir de contactos en ferias, seguimientos diversos de empresas, contratos de lead generation con proveedores externos y contactos a través de otras entidades, derivadas de la red de multiplicadores de IDEA (cámaras de comercio, asociaciones empresariales, otros entes públicos, etc.) fundamentalmente.
- Gestión de proyectos identificados.
- El acompañamiento durante el proceso de inversión requiere en ocasiones, como factor esencial de éxito y crecimiento rápido de la inversión, la realización de labores de softlanding para el asesoramiento y guía del proyecto ante instituciones nacionales, regionales; la identificación de contactos adecuados así como información y seguimiento de los permisos y trámites administrativos requeridos para el inicio de su actividad; información sobre potenciales proveedores locales; y facilitar el traslado e integración de trabajadores extranjeros de multinacionales en su proceso de implantación en Andalucía.



3.- Aftercare o servicio personalizado a la multinacional establecida en Andalucía mediante el seguimiento de su proyecto empresarial, atención de consultas, resolución de trabas administrativas que puedan encontrar, preparación de ofertas a la matriz para ampliar la actividad en el territorio, preparación de propuestas para el acercamiento de proveedores, así como asesoramiento en potenciales planes de expansión en la región.

4.- Clima de negocios: Evaluación periódica y seguimiento del clima de negocios en la región. En la actualidad se realiza a través de una encuesta y posterior informe dirigido a las empresas extranjeras que sirva de base para que las distintas consejerías competentes en las materias a tratar puedan trabajar sobre las debilidades y ámbitos de mejora detectados en aquellos ámbitos de competencia autonómica.

Además, la Agencia IDEA ha participado muy activamente en el diseño tanto de la **Estrategia Industrial de Andalucía 2020**, como en la **Estrategia de Innovación de Andalucía 2020-RIS3 Andalucía**, así, los principales sectores a los que se dirige la actividad de la Agencia IDEA como responsable de la captación de inversiones en la Junta de Andalucía son los **sectores estratégicos** para nuestra Comunidad Autónoma, que están **identificados en la Estrategia de Innovación de Andalucía 2020-RIS3 Andalucía** en el marco de sus prioridades:

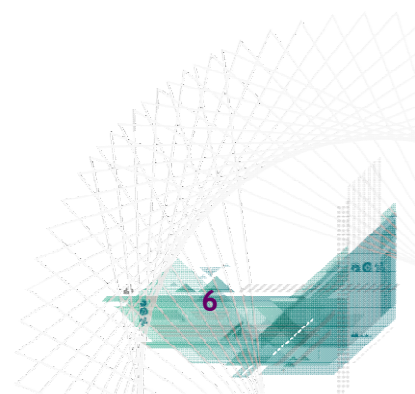
PRIORIDADES RIS3 ANDALUCÍA	PRINCIPALES SECTORES ESTRATÉGICOS PARA LA CAPTACIÓN INVERSIONES PARA ANDALUCÍA
1. IMPULSO Y DESARROLLO DE LA MOVILIDAD Y LA LOGÍSTICA	<ul style="list-style-type: none">• Aeronáutica• Automoción• Biotecnología• Energía/Medioambiente• Farmacéutico• Industria• Logística y transportes• Minería
2. CONSOLIDACIÓN DE LA INDUSTRIA AVANZADA VINCULADA AL TRANSPORTE	
3. APROVECHAMIENTO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS ENDÓGENOS DE BASE TERRITORIAL	
4. POTENCIACIÓN DE ANDALUCÍA COMO DESTINO TURÍSTICO, CULTURAL Y DE OCIO	

5. IMPULSO A LOS SISTEMAS DE SALUD Y DE BIENESTAR SOCIAL	<ul style="list-style-type: none">• Química• Servicios• TIC• Turismo
6. INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EN AGROINDUSTRIA Y ALIMENTACIÓN SALUDABLE	
7. FOMENTO DE ENERGÍAS RENOVABLES, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE	
8. FOMENTO DE LAS TIC Y DE LA ECONOMÍA DIGITAL	

Sin duda, y teniendo como centro de atención la captación de inversiones, se debe señalar que la estructura y competencias de la Agencia son fundamentales para la correcta realización de las acciones destinadas a atraer nueva inversión a Andalucía. En este sentido, para potenciar la atracción de inversiones, **la Dirección de la Agencia IDEA apuesta por reforzar la implicación del conjunto de la estructura de la organización y la realización de acciones de la Agencia IDEA en materia de atracción de inversiones.**

Esta implicación se desarrolla teniendo en cuenta cuatro pilares:

1. La Agencia IDEA está dotada de una **estructura territorial** que ofrece a las empresas información, contactos y servicios en todo el territorio.
2. La Agencia IDEA lleva a cabo la gestión de programas de **incentivos y de instrumentos de financiación** dirigidos a las empresas.
3. La Agencia IDEA dispone de **infraestructuras en espacios productivos** destinadas a la localización de proyectos empresariales.
4. La Agencia IDEA dispone de **servicios específicos** para la atención a los inversores, principalmente extranjeros, en sus proyectos de establecimiento y expansión en Andalucía.



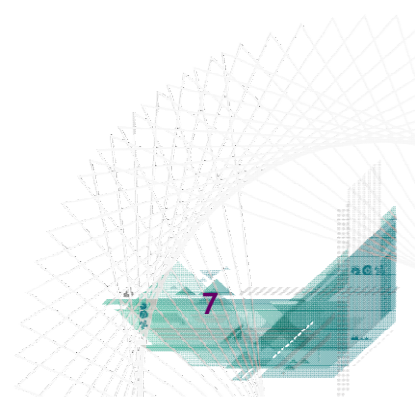
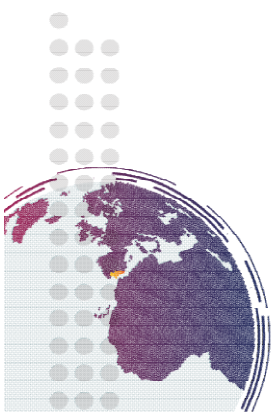
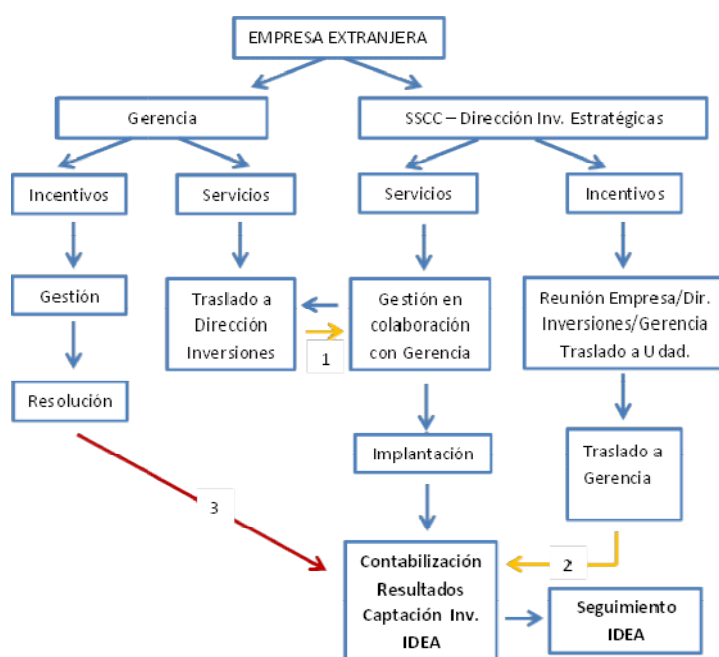
1. Estructura territorial

La Agencia IDEA dispone de una estructura territorial que le permite estar cerca de las empresas y ofrecer la asistencia necesaria en todo el territorio de Andalucía. Las ocho Gerencias provinciales intervienen en la gestión de los proyectos de inversión facilitando información y contactos relativos a oficinas, naves, suelos, proveedores y organismos locales, además, de empresas de las cadenas auxiliares, de distintos sectores, clusters, etc.

Adicionalmente, las Gerencias provinciales son el único armazón estructurado y vertebrado en el territorio del que dispone la Junta de Andalucía, junto con los Servicios Centrales de la Agencia, para atender las necesidades del inversor una vez asentado en el territorio y, de esta forma, favorecer la consolidación de las inversiones extranjeras y la implantación en Andalucía de inversores nacionales residentes fuera de la Comunidad, acompañando el proyecto desde su origen hasta su consolidación.

Es crucial que el empresariado tenga la sensación de recibir un **trato personalizado**, con la atención exclusiva de un interlocutor único, que le ayude a aclarar todas sus dudas, sobre todo en la fase preliminar e inicial de la toma de decisiones. Así los Servicios Centrales de la Agencia y, concretamente, la Dirección de Inversiones Estratégicas es la responsable de coordinar la respuesta unificada

La coordinación con las Gerencias provinciales se realiza según el siguiente esquema:



2. Incentivos y programas de financiación

La Agencia IDEA ha sido designada por el Gobierno de España y la Comisión Europea como Organismo Intermedio para la gestión de la **Subvención Global de Andalucía Competitividad-Innovación-Empleo 2014-2020**. Lo que permitirá gestionar **485 M€ del Programa Operativo FEDER 2014-2020** que se destinarán, principalmente a fomentar el desarrollo industrial de la Comunidad a través de la creación y el crecimiento de empresas industriales generadoras de empleo y el impulso de la innovación productiva y la incorporación de servicios avanzados para la gestión empresarial, la dinamización empresarial y la cooperación.

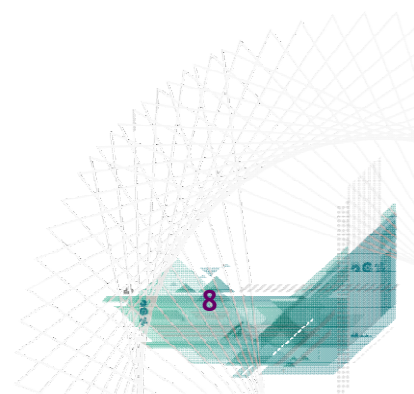
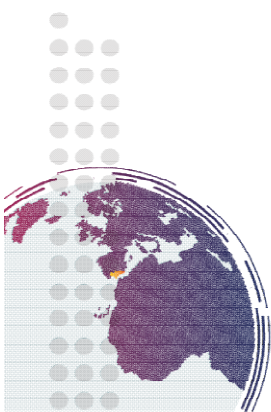
Además, la Agencia IDEA actúa como **agente financiero del Fondo Público Andaluz para la Financiación Empresarial y el Desarrollo Económico**, que cuenta con una dotación de **958,4 M€**.

Asimismo, cabe señalar que la Agencia es la **interlocutora en Andalucía para otros programas de apoyo de ámbito nacional** como los pertenecientes al Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), el Programa REINDUS, gestionado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, o el Fondo Tecnológico ejecutado por Invest in Spain, entre otros.

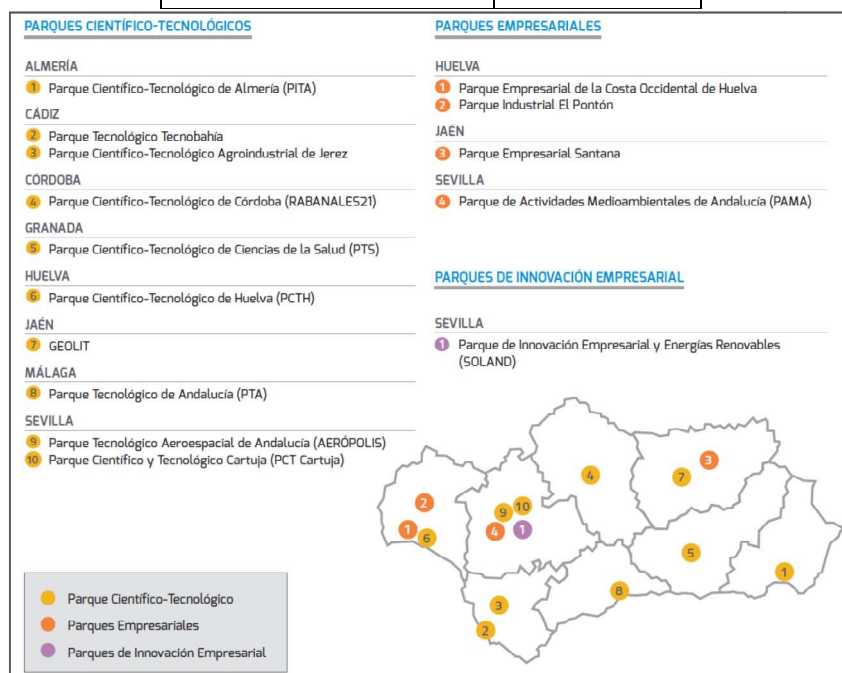
3. Infraestructuras y espacios productivos

Sin duda, la localización es un aspecto fundamental para la instalación de las empresas, por este motivo la Agencia IDEA pone a disposición del tejido empresarial un conjunto de espacios productivos (tanto suelo como edificios) que suponen casi 10 millones de m². De esta manera, se facilita a las empresas el acceso a los mejores recursos avanzados existentes en Andalucía. La Agencia juega un papel fundamental como vertebrador de ecosistema andaluz del conocimiento, lo que la convierte en la responsable de la dinamización de estos espacios y de vincularlos con los diferentes sectores estratégicos y los clústeres existentes en el territorio: aeronáutico, naval, químico, etc.

Este aspecto es, sin duda, fundamental para la atracción de inversiones y la coordinación en el seno de la Agencia resulta esencial para ofrecer al inversor las mejores oportunidades, contribuyendo así a lograr el éxito del proyecto y, consecuentemente, su implantación o expansión en Andalucía.



PARQUES CIENTÍFICOS TECNOLÓGICOS ANDALUCES EN 2018	
Empresas	1.549
Empresas extranjeras	161
Facturación	6.701 M€
Empleo	52.804
Empleo en I+D	6.454
Inversión en I+D	321,56 M€
Superficie total	918 Has



4. Iniciativa Invest In Cádiz.

Además de la gestión general de todos estos contenidos para el conjunto de Andalucía, la Unidad de Captación de Inversiones es la responsable de la gestión de un **programa de captación de inversiones y atención al inversor para la provincia de Cádiz en el marco de la Iniciativa Territorial Integrada de la Provincia de Cádiz 2014-2020 (ITI)**, programa que cuenta con una inversión global de 1,93 millones de euros destinados a la ejecución de acciones que tienen por objetivo aumentar el número de empresas que se ubiquen en esta provincia y consolidar la posición de las ya existentes, mediante diversas actuaciones que muestren las ventajas y oportunidades que ofrece la provincia para el inversor foráneo.

En concreto, esta inversión está destinada a la realización de acciones de posicionamiento y difusión de la provincia de Cádiz como destino para los negocios con el objetivo fundamental de la puesta en

valor de la provincia de Cádiz como destino inversor y de la marca "Invest in Cádiz", vinculada a la línea de promoción de "Invest in Andalucía", en este sentido, **las actuaciones destinadas a la difusión de Invest in Andalucía servirán igualmente para dar a conocer este programa específico de la provincia de Cádiz.**

Además, se llevarán a cabo actuaciones relacionadas con la captación y gestión de proyectos empresariales de inversión foránea, tanto de dentro como de fuera de España, prestando para ello servicios de información y asesoramiento a empresas, así como acciones para la fidelización de empresas de capital extranjero ya instaladas en la provincia de Cádiz para lo que se realizarán acciones de seguimiento personalizado con las empresas con el objetivo final de mantener y aumentar sus inversiones en la provincia generando más empleo.

5. SERVICIOS AL INVERSOR

La Agencia IDEA lleva a cabo la coordinación entre sus servicios propios y de otros ámbitos de la Administración con el fin de ofrecer a los inversores la decisión adecuada de Andalucía como lugar óptimo para invertir. Esta coordinación se lleva a cabo desde la Dirección de Inversiones Estratégicas que ofrece al inversor una atención personalizada a lo largo de todas las fases de su proyecto asesorándoles sobre la mejor ubicación para su proyecto y buscando localizaciones, ofreciendo información sobre el mercado y normativa, mostrándole la situación de los recursos humanos en la región, preparando agendas de visitas, tanto industriales como financieras, así como reuniones con interlocutores adecuados para sus proyectos, en definitiva, facilitando su implantación en Andalucía, ayudándole a desarrollar su proyecto y, en una fase posterior, conociendo y colaborando con la empresa en sus planes de expansión en nuestra Comunidad Autónoma.

Planificación de la inversión

- Información sobre regulación sectorial, industria y mercado.
- Búsqueda de localización para cada proyecto.
- Organización y coordinación de agendas de reuniones con socios potenciales y expertos..
- Información sobre oportunidades de negocio.
- Información sobre ayudas y fuentes de financiación disponibles.

Implementación y servicios de Softlanding

- Información sobre mano de obra, costes laborales y operativos, fiscalidad, permisos de trabajo y residencia.

- Asesoramiento y guía del proyecto ante otras instituciones, así como identificación de contactos.
- Información y seguimiento de trámites administrativos para el inicio de actividad.
- Información sobre potenciales proveedores locales.

Desarrollo o Aftercare

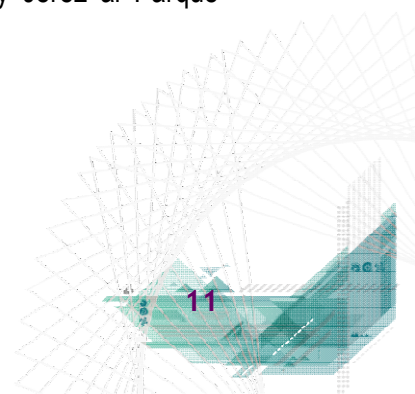
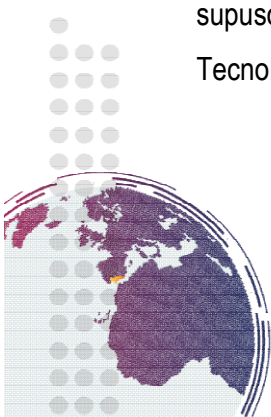
Servicio personalizado de seguimiento del proyecto implantado, preparación de ofertas concretas a la matriz y asesoramiento en planes potenciales de expansión.

Además, para lograr el objetivo final, la Agencia IDEA, además de coordinar sus propios servicios, articula la necesaria interlocución y coordinación con otras Administraciones Públicas. En este sentido, **la Agencia IDEA es la interlocutora de ICEX-Invest in Spain** para los asuntos relacionados con la inversión extranjera directa desde su creación. Cabe destacar que la Agencia **preside**, de manera permanente y tras haber sido elegidos por unanimidad por todas las Comunidades Autónomas, el **Grupo de Trabajo de Buenas Prácticas sobre Atracción de Inversiones**, lo que supone un reconocimiento a la gestión de la Agencia en materia de captación de inversiones.

Igualmente, la Agencia IDEA es actualmente, junto con el ICEX, los dos únicos socios de España en la **World Association Investment Promotion Agencies (WAIPA)**, la Asociación Mundial de Organismos de Promoción de Inversiones. La WAIPA, es una asociación no gubernamental creada por la ONU en el año 1995. Actualmente, sus miembros, que son organismos e instituciones de ámbito estatal o regional, representan a 103 estados.

En esta misma línea se trabaja en reforzar la relación con instituciones públicas y privadas ya sean estatales, autonómicas o de carácter provincial. Así, se han firmado convenios con entidades para facilitar la atracción de inversiones a Andalucía como el suscrito con los palacios de congresos de Andalucía de manera que se fomente la imagen de Andalucía como lugar para los negocios y la inversión. Estas acciones corresponden a la actividad de posicionamiento de Andalucía, y es una actividad que se viene desarrollando en la Agencia.

Asimismo se han suscrito, a lo largo de varios años, convenios con entidades como AENA, que supuso la integración de los suelos disponibles en los aeropuertos de Sevilla y Jerez al Parque Tecnológico y Aeronáutico, Aerópolis.



También se ha firmado un convenio con el Puerto de Huelva, un modelo de acuerdo que se pretende extender al resto de puertos que dispongan de suelos que sean susceptibles de ser ocupados por empresas extranjeras.

Por otro lado, se han firmado convenios de colaboración con cuerpos consulares establecidos en nuestra región, manteniendo, de esta manera, una relación continua con prescriptores de Andalucía ante los países que representan y ofreciéndoles desde la Agencia el apoyo a aquellas empresas provenientes de sus respectivos países con potenciales proyectos de inversión en Andalucía. Hasta la fecha se ha firmado con el cuerpo consular de Sevilla y de Málaga.

Tras la celebración en Sevilla de BIOSPAIN 2018, se trabaja ya en la organización y celebración de nuevas ediciones de otros encuentros de referencia nacional e internacional vinculados a sectores estratégicos para la industria andaluza como el Metallic Mining Hall, el Aerospace & Defense Meetings (ADM), CAPA Low Cost Long Haul Global Summit o S-MOVING, entre otros.

Todas estas experiencias de colaboración que se vienen creando y desarrollando, permiten mostrar a la Agencia como la institución especializada y el mejor interlocutor para la atracción de inversiones en Andalucía.

6. RESULTADOS EN CAPTACIÓN DE INVERSIONES

En la **última década**, se han contabilizado un total de **452 proyectos ganados de empresas extranjeras en Andalucía**, que han contado con el apoyo y la intervención de la Agencia de Innovación. Estos proyectos han generado más de **2.883 millones de inversión** y la creación de más de **10.863 nuevos empleos** hasta 2018.

Por otro lado, según los datos del Registro de Inversiones Exteriores del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, **la inversión de empresas extranjeras en Andalucía ascendió a más de 951 millones de euros entre 2017 y 2018**. Estos datos se extraen de las memorias anuales sobre inversión exterior directa que deben ser presentadas al Registro de Inversiones. Este registro, sin embargo, no recoge el total de inversiones realizadas en Andalucía ya que no tiene en cuenta:

- las inversiones financiadas con préstamos de la matriz extranjera a la subsidiaria,
- las inversiones extranjeras en el sector inmobiliario,
- las reinversiones de beneficios si no se capitalizan,
- las reestructuraciones dentro de un grupo cuando la matriz no es residente,
- la transferencia de activos o acciones entre no residentes.

Asimismo, en este registro se recogen más de 876 millones de euros que no han sido asignados a ninguna Comunidad Autónoma, lo que supone un 17.37% del total de las inversiones extranjeras en España.

Cabe señalar, además, que este registro puede incluir inversiones que se han realizado efectivamente en Andalucía y que, sin embargo, aparecen contabilizadas en la Comunidad Autónoma donde tienen la central y no donde se realiza realmente la inversión, el llamado efecto sede.

Por otro lado, y según datos obtenidos de distintas fuentes (FDI markets, prensa, etc), la inversión contabilizada en Andalucía asciende a más de 3.097 M€ en ese mismo periodo (2017-2017) que han generado alrededor de 7.474 nuevos puestos de trabajo. En estos datos se incluyen proyectos de construcción, inmobiliario y retail.

Este escenario dificulta tener una cifra real que permita analizar y poner en valor de forma periódica el comportamiento de la inversión exterior en Andalucía, como ocurre, por ejemplo, con las exportaciones.

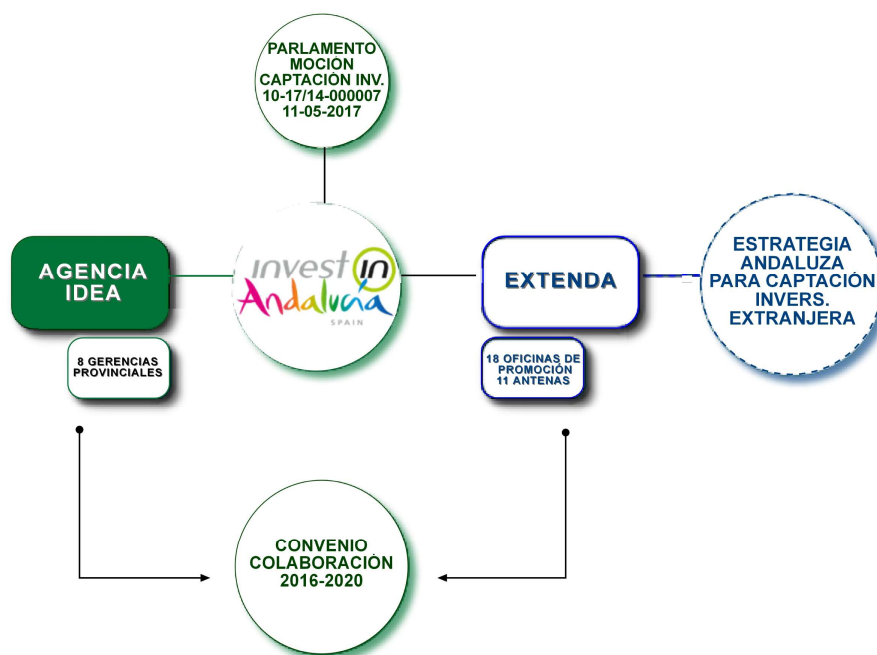
Por último, hay que señalar que la Agencia IDEA, tomando como referencia el mismo periodo, ha presentado los siguientes resultados:

CAPTACIÓN DE INVERSIONES. AGENCIA IDEA		2017-2018
PROYECTOS Gestionados ¹		197
PROYECTOS Comprometidos		60
	Inversión generada	201,6 MME
	Empleo creado	844
VISITAS de inversores		105
FERIAS		149
CONSULTAS atendidas		370

¹ Nuevos proyectos identificados en el año con inicio de gestiones relativas al mismo. El número total de proyectos para los que se trabaja cada año es muy superior.

7. RELACIONES EXTENDA-IDEA

Extenda es una sociedad mercantil de tipo sociedad anónima, con capital mayoritariamente público, adscrita, desde enero de 2019, a la Consejería de Presidencia, Administración Pública e Interior de la Junta de Andalucía.



8. PROGRAMACIÓN 2019-2020

Las actuaciones de la Agencia IDEA en materia de captación de inversiones se articulan sobre una programación anual propia (Anexo 1). Asimismo y en el marco del convenio de colaboración entre la Agencia IDEA y Extenda en materia de captación de inversiones, se recoge, en la cláusula octava, que *“los contenidos del convenio relativos a la programación anual se actualizarán mediante adenda firmada por ambas partes en el último trimestre de cada año. Esta adenda recogerá la programación prevista para el año siguiente y habrá sido elaborada y aprobada previamente por la comisión de seguimiento”* (Anexo 2).

1.- Contrato lead generation en EE.UU. y Canadá (16 al 20 de septiembre) – Está prevista la organización de un evento de promoción de Andalucía como destino de inversiones en Canadá el 19 de septiembre. Se trata de una propuesta de mejora incluido en la oferta inicial de la empresa adjudicataria que se celebrará probablemente en Montreal. La acción se completará con una agenda de reuniones institucionales y con empresas. El Embajador de España en Canadá ha confirmado su participación en el seminario.

2.- Offshore Patrol Vessel Summit (Cádiz, 24 al 26 de septiembre) - Acción de especial relevancia para el Clúster Marítimo -Naval de Cádiz, en general, y para Navantia en particular. Se trata de un evento de muy alto nivel y acceso restringido en el que se reúnen los principales actores relacionados

con la defensa de fronteras marítimas y los equipos/naves a utilizar en sus labores de patrulla. IDEA cofinancia este encuentro a partes iguales con el clúster, la Diputación y el Ayuntamiento de San Fernando. Se propone acto inaugural con Presidenta de la Diputación, Presidenta de Navantia y Presidente del Clúster Marítimo Naval de Cádiz el día 24 de septiembre a las 9 horas.

3.- Visita de prospección de la Cámara de Comercio de Leipzig (25 al 27 de septiembre) – Visita a Sevilla de una delegación de emprendedores y empresarios alemanes interesados en conocer la estrategia y situación e mercado de las EERR y la FP Dual en Andalucía. Se les atiende por intermediación de la Cámara de Comercio Alemana en Madrid quien señaló a IDEA como socio de confianza en Andalucía. Para la parte de cesión de salas, organización de catering, reuniones b2b y otros, se ha contado con la CC Sevilla como proveedor.

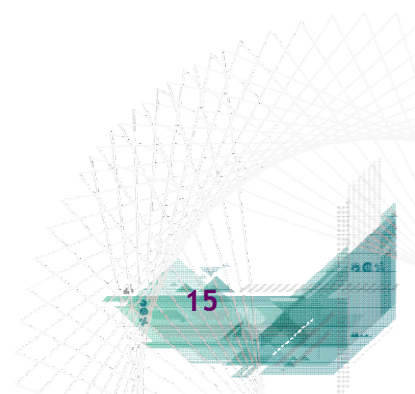
4.- S-MOVING (Málaga, 9 y 10 de octubre) - Segunda edición de la feria de movilidad conectada y sostenible promovida por el Palacio de congresos de Málaga –FYCMA- junto con empresas del sector. IDEA fue el año pasado, junto con el Ayuntamiento de Málaga, el socio promotor de este evento con participación en la organización y difusión del evento. Se está trabajando en un convenio plurianual para con FYCMA para establecer la colaboración de la Agencia en este evento en los próximos años.

5.- MMH (Sevilla, 15 al 17 de octubre) - Metallic & Minerals Hall. Tercera edición de este evento bienal en el que venimos colaborando desde sus inicios. Se está colaborando en la organización y difusión del evento así como la elaboración del programa de conferencias.

Se trata de una acción transversal de la Junta de Andalucía que cuenta con la implicación de varias Consejerías. La Agencia IDEA lleva participando desde los orígenes en la organización del mismo, formando parte tanto del comité organizador como del científico. Con la estructura del nuevo gobierno, la Consejería de Hacienda, Industria y Energía está liderando la acción. IDEA se hace cargo del stand institucional.

Extenda también participa en este evento con una misión inversa de empresas del sector.

La Agencia IDEA será la responsable del stand que represente a la Junta de Andalucía en este evento.



6.- Presentación de los resultados del barómetro de Clima de Negocio de Andalucía (30 de octubre o semana del 4 de noviembre)

– Se trata de un barómetro que se realiza desde 2008 en colaboración con Invest in Spain, Multinacionales por Marca España y el Instituto de Competitividad Internacional de IESE. La encuesta correspondiente al barómetro de este año se ha cerrado a mediados de julio con un total de 189 respuestas de empresas con presencia en Andalucía (143 válidas de un total de 583 respuestas recogidas en el ámbito nacional). El informe de resultados que elabora IESE está previsto tenerlo a mediados de septiembre. La presentación de los resultados del barómetro en el último trimestre del año en Sevilla es considerado por muchas de las empresas participantes en el mismo como el encuentro anual de networking del colectivo de empresas de capital extranjero en Andalucía. Se propone realizarlo en la sede de la CEA en Sevilla.

7.- GOCA FALL (11 al 14 de noviembre en Colorado, EE.UU.- ACCIÓN PENDIENTE DE APROBACIÓN)

- GOCA es la mayor asociación mundial de Industria. Esta asociación cuenta con 100 miembros permanentes, tanto norteamericanos como canadienses y empresas con sedes norteamericanas. Entre sus principales cometidos se encuentran la defensa de los intereses de sus asociados frente a los Gobiernos mundiales, brindar apoyo a las licitaciones, procesos de financiación, PPP y Procurement, especialmente oportunidades de offset derivados de contratos y licitaciones de defensa y la organización de seminarios y cursos de capacitación y orientación.

Cabe destacar que entre los participantes se encuentran algunas de las empresas más relevantes de la industria aeronáutica y de defensa, OEMS y grandes constructores, directores de Offset, Supply Chain y Strategic Outsourcing, lo que convierte a GOCA en una oportunidad muy interesante a contemplar.

A través de Extenda se nos ofrece la posibilidad de que el Consejero presente las ventajas de Andalucía bien en el plenario, bien en una reunión con algunas de las principales empresas participantes. Deberían viajar máximo tres personas, a partir de este número el pase a GOCA FALL sería de 1.500\$.

8.- CAPA OPERATIONS LEADERS SUMMIT (Sevilla, 2 y 3 de diciembre).

CAPA Centre for Aviation, empresa con sede en Australia, es uno de los principales referentes globales en inteligencia de mercados para líneas aéreas y organizador de eventos específicos para la industria (realiza unos 20 eventos por año y trabaja en todos los continentes). A través de la Delegación de turismo del ayuntamiento de Sevilla se consiguió que organizaran en Sevilla el año pasado el primer encuentro

global de aerolíneas de bajo coste y largo recorrido, evento en cuya organización también participó IDEA por el fuerte componente empresarial del encuentro.

Este año existe la posibilidad de traer a Sevilla su primer encuentro orientado al mantenimiento de aeronaves (MRO), industria en la que Andalucía lleva tiempo queriendo posicionarse.

Para garantizar el éxito del mismo, CAPA ha cerrado un acuerdo con Aviation Week, el mayor experto mundial en eventos de MRO de manera que uniendo las bases de datos y contactos privilegiados de ambos puedan llegar a más de 3 millones de contactos en empresas globales.

El Ayuntamiento, por su parte, está trabajando como socio principal en nuevas ediciones del encuentro de Aerolíneas de bajo coste y largo recorrido (LCLH) para 2020 y 2022.

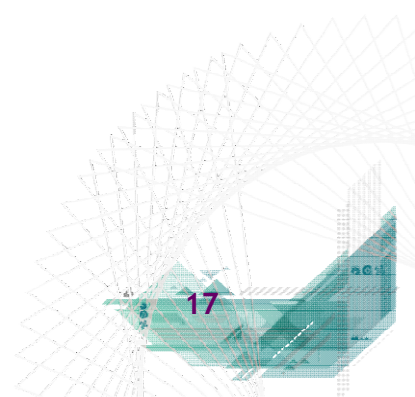
9.- Contrato de lead generation en el marco de la ITI. El evento de lanzamiento se ha realizado el 28 de junio de 2019 en Cádiz y está previsto realizar una presentación del programa en Madrid, el 21 de octubre, en colaboración con la Autoridad Portuaria de Algeciras, el Puerto está organizando un gran evento para dicha fecha en Madrid y posteriormente hay posibilidad de hacer otra presentación en Madrid en el 2020.

Se propone una acción en Barcelona entre el 20/11 y el 27/11 y otra acción en Milán entre 11/12 y 13/12.

Además de las acciones mencionadas, está previsto realizar una presentación de Invest in Cadiz en Londres (por la ventana de oportunidad que abre el Reino Unido ante las incertidumbres del Brexit) durante el primer trimestre de 2020.

NOTA: Se puede contemplar la posibilidad de alterar las fechas y hacer un cambio entre Milán y Barcelona o incluso pasar algunas de las dos actualizaciones a febrero-marzo de 2020.

10.- Alemania. Acto previsto para primer semestre de 2020, por desarrollar.



OTRAS POSIBLES ACCIONES EN CARTERA PARA 2020

Spanish Small Satellite Forum (Málaga, 25 al 27 de febrero)

Presentación Invest in Cádiz en Milán (Febrero 2020)

Misión de captación de inversiones a Japón (Marzo-abril 2020)

ADM (Sevilla, mayo 2020)

Misión de captación de inversiones a Alemania (primer semestre 2020)

Feria aeronáutica de Farnborough (Reino Unido, 20 al 26 de julio). Gran feria global del sector que se organiza en los años alternos a Le Bourget.

37º Conferencia Anual de la IASP (6 al 9 de octubre 2020)

CAPA – LCLH (Sevilla, noviembre 2020). Promovido por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Sevilla.

ANDLOC, I Andalucía International Logistics Congress (Sevilla, fecha y alcance por determinar). Evento promovido por la Agencia Pública de Puertos de Andalucía en colaboración con FIBES se plantea como un gran evento ferial internacional que viniera a sustituir al SIL de Barcelona (ahora en decadencia). Extenda también participa en este evento.

ANEXO 1- PROGRAMACIÓN COMPLETA DE LA UNIDAD DE CAPTACIÓN DE INVERSIONES PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2019 Y EL AÑO 2020*

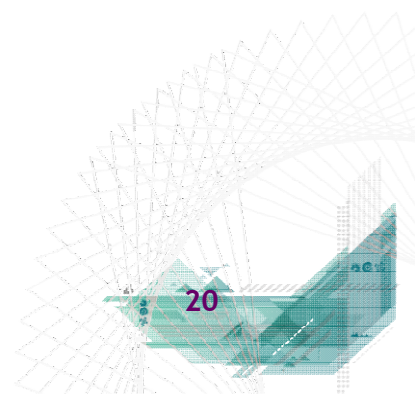
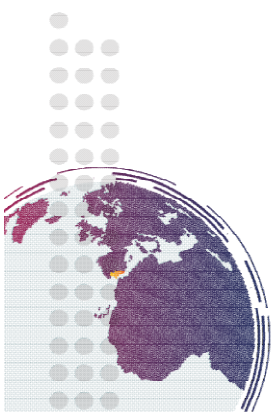
EVENTO	SECTOR	PAÍS	CIUDAD	FECHA
Seminario de Promoción de Invest in Cadiz	Inversiones	España	Madrid	Por determinar (nov 2019)
Seminario de Promoción de Invest in Cadiz	Inversiones	España	Londres	Por determinar (nov 2019)
Aqua NOR	Acuicultura	Noruega	Trondheim	20-23/08/2019
Seminario de Promoción de Andalucía para inversiones	Inversiones/Aeronáutico	Canadá	Por determinar	19 Septiembre 2019
Conferencia OPV	Naval	España	Cádiz	24-26/09/2019
Anuga	Alimentación	Alemania	Colonia	05-09/10/2019
S-Moving	Tic	España	Málaga	09-10/10/2019
CAPA - LCLH Summit	Aeronáutica	Alemania	Hamburgo	10-11/10/2019
MMH	Minería	España	Sevilla	15-17/10/2019
MRO Europe	Aeronáutica	Reino Unido	Londres	15-17/10/2019
IOT Solutions (por confirmar)	Tic	España	Barcelona	29-31/10/2019
CPHI	Farmacia	Alemania	Frankfurt	5-7/11/2019
MetalMadrid	Metalmecánico	España	Madrid	27-28/11/2019
Seminario de Promoción de Invest in Cadiz	Inversiones	España	Barcelona	Por determinar (noviembre 2019)
Consejo Interterritorial de Internacionalización	Inversiones	España	Por determinar	Diciembre
CAPA - MRO Summit	Aeronáutica	España	Sevilla	02-03/12/2019
Seminario de Promoción de Invest in Cadiz	Inversiones	Italia	Por determinar	Por determinar (enero-marzo 2020)
Misión de Captación de Inversiones en Japón	Inversiones	Japón	Por determinar	Febrero 2020
MOVE	Automoción	Reino Unido	Londres	11-12/02/2020
Biofach	Alimentación	Alemania	Nuremberg	12-15/02/2020
Spanish Small Satellite Forum	Aeronáutica	España	Málaga	25-27/02/2020
PDAC	Minería	Canadá	Toronto	01-04/03/2020
JEC World	Composites	Francia	París	03-05/03/2020
Hannover Messe	Industria	Alemania	Hannover	20-24/04/2020
Greencities	Tic	España	Málaga	21-22/04/2020
Misión de Captación de Inversiones a en Alemania	Inversiones	Alemania	Por determinar	Por determinar (primer semestre 2020)
ADM	Aeronáutica	España	Sevilla	Mayo 2020
Viva Technology	Tic	Francia	París	Mayo 2020
Digital Enterprise Show (DES)	Tic	España	Madrid	19-21/05/2020

Smart Chemistry Smart Future	Químico	España	Barcelona	02-05/06/2020
Farnborough Int. Air Show	Aeronáutica	Reino Unido	Farnborough	20-26/07/2020
37º Conferencia Mundial IASP	Parques Tecnológicos	España	Sevilla	06-09/10/2020
CAPA-LCLH	Aeronáutica	España	Sevilla	Noviembre 2020
ANDLOC I	Logística	España	Sevilla	Por determinar
Automotive Manufacturing Meeting	España	España	Madrid	Por determinar

NOTA ACLARATORIA: La programación que aquí se presenta es provisional y parcial en lo referido a 2020 por lo que puede sufrir variaciones a lo largo del año debido a la incorporación de nuevos eventos y/o la eliminación de otros que puedan ser cancelados por razones de agenda o sustituidos por razones de oportunidad.

Las **actuaciones marcadas en negro** requieren de presencia institucional en un nivel por determinar en cada caso.

Las **actuaciones marcadas en verde** requieren únicamente la presencia de personal técnico.



ANEXO 2- PROGRAMACIÓN ANUAL CONJUNTA IDEA-EXTENDA 2019-2020

Acciones de promoción en Andalucía			
Fecha	Descripción	Sector	Propone
27-28/03/2019	Greencities	Smart City	IDEA
19-20/09/2019	ANDLOC	Logística	IDEA
Septiembre	OPV Conference	Naval/Defensa	IDEA
09-10/10/2019	S-Moving	Smart City	IDEA
09-11/10/2019	Andalucía Digital Week	TIC	IDEA
15-17/10/2019	MMH	Minería	IDEA

Acciones de promoción fuera de Andalucía			
Fecha	Descripción	Sector	Propone
06/02/2019*	Seminario de Promoción de Inversiones Francia (París)	Multisectorial	IDEA
04 o 05/03/2019*	Seminario de Promoción de Inversiones Canadá	Minería	IDEA
Por determinar	Presentación Goca Fall Invest in Andalucía EE.UU.	Aeronáutica	Extenda/IDEA
Por determinar	Presentación NBAA Invest in Andalucía EE.UU.	Aeronáutica	Extenda/IDEA
Por determinar	Presentación Invest in Andalucía Clúster Sao Carlos (Brasil)	Multisectorial	Extenda
Por determinar	Presentación Invest in Andalucía Clúster Sao Jose dos Campos (Brasil)	Multisectorial	Extenda
Por determinar	Presentación Invest in Andalucía a Agencia de desarrollo de Connecticut	Multisectorial	Extenda
Por determinar	Presentación Invest in Andalucía a Agencia de desarrollo de Washington	Multisectorial	Extenda

* Las fechas que aparecen en este anexo son las que aparecen en la Adenda del Convenio entre la Agencia IDEA y Extenda tal y como fue firmada el 20/12/2018. Estos eventos han sufrido modificaciones tal y como se explica en el apartado programación de este documento.

Acciones de comunicación y difusión			
Fecha	Acción	Sector	Propone
Anual	Reuniones multiplicadores en Brasil, China, EEUU (Los Angeles, Nueva York, Miami), México, Reino Unido, Rusia	Multisectorial	Extenda
Por determinar	INVEST IN ANDALUCIA - web responsive	Multisectorial	Extenda
Por determinar	Material promocional de Invest en Portugués	Multisectorial	Extenda
Por determinar	Publicación EERR - CCPIT Wuxi (China)	EERR	Extenda

Otras acciones	
Acción	Propone
Lead Generation en Europa-principalmente Francia y Alemania-	IDEA
Lead Generation en Estados Unidos y Canadá	IDEA
Lead Generation en UK	IDEA

Acciones de prospección y promoción comercial para la atracción de inversiones				
Fecha	Descripción	Sector	País	Propone
6-7 Febrero	Misión Comercial Inversa EEUU Sector Aeroespacial	Aeroespacial	Sevilla (España)	Extenda Export/IDEA
05-06 feb	Solar Power	EERR	EEUU LA (Boston)	Extenda
11-12 feb	Bio CEO & Investor Conference	Biotech	EEUU NY (New York)	Extenda
12-14 feb	World Agro Expo 2019	Agroalimentario	EEUU LA (Tulare, CA)	Extenda
12-14 feb	World Maritime Week	Naval	España(Bilbao)	IDEA
12-13 feb	MOVE	Movilidad	Reino Unido	IDEA
13-14 feb	Semana Latinoamericana de la Movilidad Sostenible	Movilidad	México (Mexico DF)	Extenda
13-16 feb	Biofach	Agroalimentario	Alemania	IDEA
24-28 feb	SME (Smart Mining)	Minería	EEUU Miami (Denver)	Extenda
27-28 feb	Nutraceuticals	Farma	España	IDEA
03-06 marzo	PDAC	Minería	Canadá	IDEA
4-7 mar	Heli Expo	Aero/Helicopteros	EEUU Miami (Atlanta)	Extenda
12-14 mar	Anufood	Agroalimentario/Food & Beverage	Brasil (Sao Paulo)	Extenda

12-16 mar	MIPIM	Multisectorial	Cannes, Francia	Extenda
13-14 mar	JEC World	Composites	Francia	IDEA
13-14 mar	Logistic Summit Expo Mexico	Logística	México	Extenda
18-20 mar	CPHI Japan	Farma	Japón	IDEA
26-28 mar	SiTL	Transporte y logística	Francia	IDEA
Pte (Posible Fecha 27- 28 mar)	Misión Inversa Smart City	Smart City	EEUU NY (Málaga)	Extenda/IDEA
Abril	Misión Comercial EEUU Sector Aeroespacial	Aeroespacial	Atlanta-Savannah-South Carolina(EEUU)	Extenda Export/IDEA
1-5 abril	Hannover Messe	Industria	Alemania	IDEA
8-11 abril	Seatrade	Turismo	EEUU Miami (Miami)	Extenda
9-11 abril	MRO Americas	Aero/MRO	EEUU Miami (Atlanta)	Extenda/IDEA
10-12 abril	ISC West (Security Industry)	TIC	EEUU LA (Las Vegas)	Extenda
19-21 abril	Aeroexpo 2019	Aero	México (Toluca)	Extenda
24-27 abril	FAMEX - Feria Aeroespacial	Aero/Defensa	México (Santa Lucía)	Extenda
30-02 mayo	Xponential	Aero/UAVs	EEUU Miami (Chicago)	Extenda
8-9 mayo	Global Robot Expo	Robótica	España(Madrid)	IDEA
13-16 mayo	Connected & Autonomous Vehicle Conference	Vehículos Autónomos	EEUU	Extenda
13-16 mayo	Internet of Things World	TIC	EEUU	Extenda
16-17 mayo	Viva Technology	TIC	Francia	IDEA
21-23 mayo	DES	TIC	España(Madrid)	IDEA
29-31 mayo	FEINDEF	Defensa	España(Madrid)	IDEA
2-5 junio	IFT	Agroalimentario	EE.UU.	IDEA
3-6 junio	Bio International Convention	Biotech	EEUU NY (Philadelphia)	Extenda

3-6 junio	ITS European Congress	Transporte	Holanda (Brainport región)	IDEA
04-06 junio	Info Security	TIC	Reino Unido	IDEA
04-07 junio	Transport Logistic	Logística	Alemania	IDEA
10-16 junio	London Tech Week	TIC	Reino Unido (Londres)	Extenda
17-23 junio	Le Bourget	Aeronáutico	Francia	IDEA
18-20 junio	CPHI Shanghai	Biotech	China (Shanghai)	Extenda
25-28 junio	Fispal Tecnologia	Agroalimentario/Auxiliar	Brasil (Sao Paulo)	Extenda
26-28 junio	SIL	Transporte y logística	Barcelona	IDEA
26-28 jun	Mobile World	TIC	China (Shanghai)	Extenda
13-15 ago	Labace	Aero	Brasil (Sao Paulo)	Extenda
20-23 ago	Aqua NOR	Acuicultura	Noruega(Trondheim)	IDEA
28-30 ago	Dye + Chem	Químico	Brasil (Sao Paulo)	Extenda
Septiembre	Misión Comercial a EEUU Sector TIC	TIC	NY, Miami	Extenda Export/IDEA
Octubre	China (Shenzhen) International Logistics and Transportation Fair	Logística	China (Shenzhen)	Extenda
Octubre	Commercial UAV Expo Americas	Aero/UAVs	Andalucía	Extenda
10.11 oct	CAPA LCLH Summit	Aero	Alemania (Hamburgo)	IDEA
14-18 oct	Fenatran	Logística	Brasil (Sao Paulo)	Extenda
17-18 oct	BIO Investor Forum (San Francisco)	Biotech	EEUU LA (San Francisco)	Extenda
23-31 oct	IoT Solutions	TIC	Barcelona	IDEA
05-07 nov	CPHI Europe	Farma	Alemania	IDEA
Noviembre	Chinapharm	Biotech	China (Shanghai)	Extenda
Por determinar	Electric & Hybrid Vehicle Tech Expo	Automoción	EEUU Miami (pte)	Extenda
Por determinar	NBAA	Aero	EEUU Miami (pte)	Extenda
Por determinar	GOCA Fall	Aero/Defensa	EEUU Miami (pte)	Extenda

Por determinar	Misión Inversa MRO	Aero/MRO	Andalucía	Extenda/IDEA
Por determinar	Misión Inversa UAVs	Aero/UAVs	Andalucía	Extenda/IDEA
Por determinar	New York Bio	Biotech	EEUU NY (pte)	Extenda
Por determinar	Misión Inversa Delegación Connecticut & Washington	Multisectorial	EEUU NY (pte)	Extenda/IDEA
Por determinar	Cloud Expo	TIC	EEUU NY (pte)	Extenda

ANEXO 3- MATERIALES DE COMUNICACIÓN REALIZADOS Y EN PREVISIÓN

- Diseño de una **creatividad específica** para la difusión de la iniciativa Invest in Andalucía, a través de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020
- **Adaptaciones** y producción de piezas de la creatividad en tres idiomas (español, inglés y francés): Plantilla de documento Word, plantilla de power point, roll-ups, invitaciones
- Diseño y difusión de **infografías** sobre ventajas de Andalucía, sectores estratégicos y servicios de Invest in Andalucía en las redes sociales.
- Producción de un **audiovisual general de Invest in Andalucía** en castellano, inglés y francés, con tres versiones:
 - Versión corta SIN locución con infografías y mensajes potentes rotulados para su difusión en redes sociales y su reproducción en stands de ferias a las que acuda Invest in Andalucía.
 - Versión corta CON locución para su difusión en actos de presentación, participación en jornadas y otros eventos.
 - Versión larga CON locución: versión corta + testimonios de empresas foránea implantadas en Andalucía.
- Producción de **audiovisuales específicos para la difusión de los sectores estratégicos** en Andalucía, entre otros: aeroespacio, biotecnología, química, tecnologías de la información, etc.
- Redacción, diseño, maquetación de un **folleto general de Invest in Andalucía** en español, inglés, francés, alemán e italiano. Impresión de los folletos en español, inglés y francés.
- Redacción, diseño, maquetación de **folletos específicos para la difusión de sectores estratégicos** en Andalucía, entre otros: aeroespacio, biotecnología, química, tecnologías de la información, etc.
- Preparación de **presentaciones específicas** sobre Invest in Andalucía, las ventajas de la región, los servicios prestados y los sectores estratégicos de acuerdo con las características de cada acto en la que se vaya a exponer.
- Difusión de todo el material indicado durante la **participación en jornadas, ferias, congresos y otros eventos** de acuerdo a la programación establecida anteriormente
- Lanzamiento de un **mailing institucional** que contenga un set con material de difusión de Invest in Andalucía. Este envío online se realizará a prescriptores de distintos ámbitos:

- Prescriptores regionales: cámaras de comercio, puertos comerciales, consulados, asociaciones empresariales, etc.
- Prescriptores nacionales: embajadas extranjeras en España y otros representantes diplomáticos, cámaras de comercio extranjeras con representación en España, Invest in Spain, ICEX, CDTI, grandes consultoras, etc.
- Prescriptores internacionales: embajadas de España, oficinas de Extenda en el extranjero, etc.
- Producción de piezas **audiovisuales “Casos de Éxito”** donde se exponga la actividad de empresas concretas que han invertido en Andalucía con testimonios de los responsables en los que se exponga su experiencia en la Comunidad.
- **Acuerdos con medios de comunicación** para la difusión de la actividad de Invest in Andalucía.
- Presentación periódica de **datos sobre inversión extranjera en el Consejo de Gobierno** de la Junta de Andalucía para su difusión institucional.



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

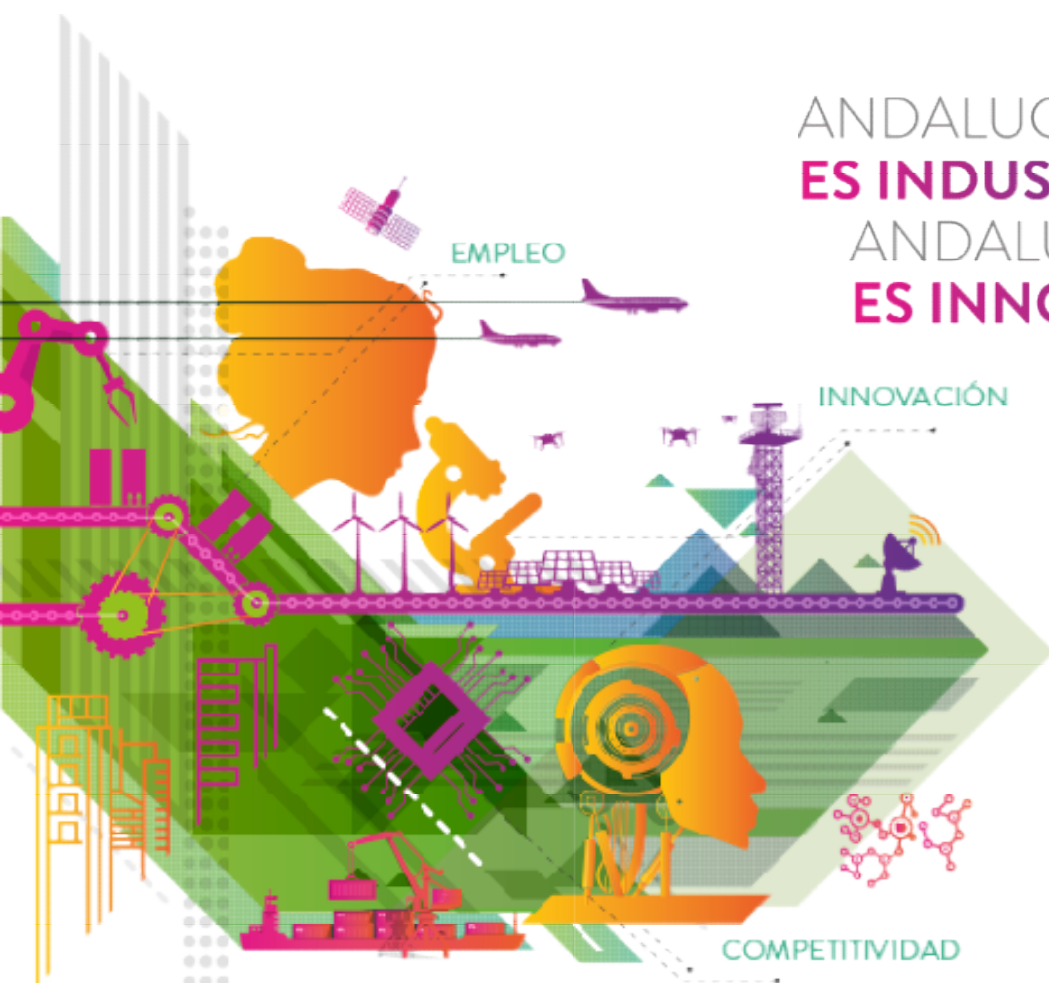


Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

ANEXO III Canal Publicitario-Informativo

“Andalucía es Industria, Andalucía es Innovación”

8.15 Soportes publicitarios con contenido informativo redaccional en grupos de comunicación andaluces



ANDALUCÍA
ES INDUSTRIA
ANDALUCÍA
ES INNOVACIÓN

Andalucía
se mueve con Europa

6 de junio de 2019





En diciembre de 2018 se presentó el *Plan Estratégico de Comunicación para la divulgación de proyectos y actuaciones realizadas por la Agencia IDEA, a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo 2014-2020 y cofinanciadas por FEDER.*

Este plan estratégico contempla, entre otras actuaciones, la implantación de un canal publicitario-informativo, con contenido redaccional a través del que dar difusión a proyectos empresariales concretos apoyados en Andalucía a través de los distintos programas de incentivos que gestiona la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, a través de la Agencia IDEA.

De forma más desarrollada, esta actuación consiste en la generación de un formato publicitario-informativo, con un contenido en el que, junto a un mensaje central de carácter publicitario, tengan cabida informaciones con ejemplos de casos de éxito empresariales que hayan sido beneficiarios de los diferentes instrumentos de ayudas cofinanciadas de las ocho provincias andaluzas.

La ejecución de esta acción se realizará en el marco de la licitación cuyo objeto es la *contratación de los servicios de consultoría y asistencia para el diseño, producción y ejecución de acciones de información y comunicación para la divulgación de proyectos y actuaciones realizadas por la Agencia IDEA y cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, en ejecución del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014-2020, a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 (Expediente 2/2018-CO-SA).* En concreto, dentro del lote 1 destinado a la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en prensa, radio, televisión y formatos online, incluidas las redes sociales, así como la ejecución de planes de medios para las acciones de información y comunicación para la divulgación de proyectos y actuaciones realizadas por la Agencia IDEA (...).

Todo el material cuya producción es necesaria para la ejecución de esta actuación se realizará en el ámbito del lote 2 de la mencionada licitación que tiene por objeto la *contratación de los servicios de consultoría y asistencia para el diseño, producción y ejecución de acciones de información y comunicación para la divulgación de proyectos y actuaciones realizadas por la Agencia IDEA y cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (...)*





PERIODICIDAD Y SOPORTES

Los distintos contenidos se publicarían con periodicidad semanal incorporándose a las secciones de Economía y Andalucía de los distintos soportes. Esto supondrá la publicación de más de 1.300 páginas, en el período de 14 meses comprendido entre octubre de 2019 y noviembre de 2020, sólo en los medios impresos inicialmente planteados, a los que habrá que sumar también las correspondientes adaptaciones para soporte digital, radio y televisión.

Por su implantación territorial y audiencia, es decir, alcance en términos de lectores, oyentes y espectadores, el desarrollo de esta acción se llevará a cabo, preferentemente, en:

- En las ediciones impresas de las principales cabeceras provinciales y grupos de comunicación de Andalucía en prensa escrita, incluida la prensa gratuita.
- Revistas especializadas en economía y empresas de mayor difusión en la Comunidad.
- Emisoras de radio regional con mayor audiencia en Andalucía.
- Televisión pública de Andalucía¹.
- Diario digital andaluz de mayor difusión.

AUDIENCIAS E IMPACTOS

Atendiendo a esta planificación de soportes, que contempla la utilización de los medios de comunicación con mayor alcance, tanto regionales como provinciales, la audiencia prevista para esta acción de comunicación tendrá un impacto muy superior al de cualquier campaña publicitaria convencional.

En este sentido, calculamos que la audiencia potencial solo entre todos los soportes inicialmente previstos superará los 2 millones de potenciales lectores/oyentes/espectadores diarios.

Extraemos esta cifra de audiencia potencial a partir de los datos de difusión auditada para cada uno de los medios propuestos tanto en el Estudio General de Medios (para prensa impresa y radio), ComScore (para ediciones digitales) y Kantar Media (en el caso de la televisión).

¹ En este soporte, las actuaciones se realizarían a partir de febrero de 2020.





AUDIENCIA PRENSA PROVINCIAL. CABECERAS LÍDERES (Lectores/diarios)

	2019
Diario de Cádiz	74.000*
ABC (Sevilla)	101.000
Córdoba	61.000
Huelva Información	38.000*
Ideal (Granada)	125.000
Sur	120.000
La Voz de Almería	66.000
Diario Jaén	48.000
TOTAL	633.000

Fuente: EGM (1ª Oleada 2019)

* Grupo JOLY (9 cabeceras)

AUDIENCIA RADIO REGIONAL ANDALUCÍA. EMISORAS LÍDERES (Oyentes/diarios)

	2019
Cadena SER Andalucía	589.000
Cadena COPE Andalucía	565.000
TOTAL	1.154.000

Fuente: EGM

AUDIENCIA PRENSA DIGITAL ANDALUZA. CABECERA LÍDER (Lectores/mes)

	2019
Eldiario.es Andalucía	1.017.000
Elconfidencia.es Andalucía	
TOTAL	1.017.000

Fuente: ComScore (Trend de medios 1º trimestre 2019)

AUDIENCIA TELEVISIÓN REGIONAL EMISORA LÍDER (espectadores/diarios)

	Acumulado N1 + N2
CSur TV (Noticias 1 + Noticias 2)	548.000
TOTAL	548.000

Fuente: Kantar Media Balance 2018





COORDINACIÓN CON PLANES DE MEDIOS

Otra de las actuaciones contempladas en el mencionado *Plan Estratégico de Comunicación para la divulgación de proyectos y actuaciones realizadas por la Agencia IDEA, a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo 2014-2020 y cofinanciadas por FEDER* es el diseño de distintos planes de medios para la ejecución de campañas publicitarias en medios.

En este sentido, este canal informativo-publicitario complementará y se coordinará con los distintos planes de medios que se ejecutarán, incorporándose en estas campañas al resto de canales, soportes y medios de comunicación presentes en Andalucía.

De esta manera, la conjunción de este canal publicitario-informativo con los distintos planes de medios a ejecutar es una de las acciones con mayor capacidad de alcance social por su potencial de capilaridad, aportando gran visibilidad a los resultados concretos de la Subvención Global de Andalucía y la que mayor generación de contenidos va a aportar para el conjunto de las acciones de comunicación de la estrategia.

MATERIAL A PRODUCIR

Como se ha indicado, el material cuya producción es necesaria para la ejecución de esta actuación se realizará en el ámbito del lote 2 de la licitación. Este lote tiene por objeto la *contratación de los servicios de consultoría y asistencia para el diseño, producción y ejecución de acciones de información y comunicación para la divulgación de proyectos y actuaciones realizadas por la Agencia IDEA y cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional* (...)

Se incluye en esta actuación del lote 2, además de la **producción de todos los elementos** necesarios para la publicación del canal informativo, las tareas de **coordinación y la gestión de los contenidos y la realización de un informe mensual** con análisis cualitativo de representación territorial y sectorial.

Los materiales y acciones a realizar para la ejecución de esta actuación:

1. **Diseño de página para su difusión en prensa** “*Andalucía es Industria, Andalucía es Innovación*”





Se producirán un máximo de **4 páginas al mes, durante los 14 meses** de vigencia de la campaña, lo que supone la producción de un máximo de **60 páginas impresas diferentes** en sus distintos canales de difusión. Esto supondrá la difusión de **480 proyectos empresariales** apoyados por la Subvención Global.

El contenido de cada página impresa será el siguiente:

- **8 micropíldoras informativas** con titular y lead adaptado al espacio de diseño de página con asignación de **código QR individual**. Se tratará de que cada micropíldora haga referencia a una provincia y se buscará una representación equilibrada de todos los sectores estratégicos.
 - **Material gráfico** para ilustrar tanto el diseño de la micropíldora en la página como la nota de prensa de referencia.
 - **Generación de códigos QR personalizados** para cada una de las 8 micropíldoras con tratamiento:
 - **8 notas de prensa** que sirvan de respaldo al código QR y que es la información completa sobre el proyecto que se divulga y que aparece en el canal al que éste redirecciona.
 - En caso de que la noticia haga referencia a alguno de los 100 proyectos que se seleccionen para contar con **microespacio audiovisual**, se incluirá el código QR de enlace a ese microespacio con su correspondiente diseño específico.
 - En caso de que la noticia cuente con alguna de las **cuñas de radio programadas**, se incluirá el código QR de enlace a esta cuña con su correspondiente diseño específico.
2. **Redacción y producción de cuñas radiofónicas** para su difusión a través de la emisora de mayor audiencia en Andalucía.
- Se plantea la difusión de **3 proyectos empresariales diferentes semanalmente** a través de cuñas radiofónicas, lo que supondría la emisión **total de 180 proyectos** seleccionados de entre el total de los 480 contenidos que se contemplan en el canal impreso.
3. **Difusión de 100 microespacios audiovisuales** sobre proyectos empresariales de éxito (buenas prácticas).





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

Para conseguir el mayor impacto en la población andaluza en general y extender el mensaje a todos los beneficiarios potenciales, se plantea la emisión de estos audiovisuales en el canal con mayor audiencia en nuestra región: la Radio Televisión de Andalucía. Para ello sería necesario alcanzar un acuerdo para la emisión de microcápsulas informativas en horarios de máxima audiencia.



SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

ANEXO

PROPUESTA DE MAQUETACIÓN DE PÁGINAS IMPRESAS



SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020





SUBVENCION GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACION-EMPLEO DE ANDALUCIA 2014-2020

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR
ADIPIVING ELIT.**

9 CORDOBA



Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula. Integer luctus nisi augue, sit amet pellentesque elit faucibus eget.

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi.

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET.**

9 ALMERIA

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula.



Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula.

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR.**

9 CADIZ



Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi.

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR.**

9 MADRID

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi.



Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam.



**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET.**

9 ALMERIA

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi.

vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula. Integer luctus nisi augue, sit amet pellentesque elit faucibus eget.

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR.**

9 ALICANTE



Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula. Integer luctus nisi augue, sit amet pellentesque elit faucibus eget.

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi.

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula.

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET.**

9 SEVILLA

Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula. Aliquam ac justo leo.

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id.

Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula.



Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula. Integer luctus nisi augue, sit amet pellentesque elit faucibus eget.

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR
ADIPIVING ELIT.**

9 MALAGA

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula.

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id.



Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula. Integer luctus nisi augue, sit amet pellentesque elit faucibus eget.





SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR
ADIPIVSCING ELIT.**

SINAGRA



Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula. Integer luctus nisi augue, sit amet pellentesque elit faucibus eget.

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi.

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET.**

JAE

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula.



Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula.

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR.**

CEDEORA



Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id.

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR
ADIPIVSCING ELIT.**

ALUSUR

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi.



**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR
ADIPIVSCING ELIT.**

ALLADA

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula. Integer luctus nisi augue, sit amet pellentesque elit faucibus eget.

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam.



**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET.**

AIMER



Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam.

Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id.

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR.**

CAPO



Aliquam ac justo leo. Phasellus vitae dapibus diam, id vestibulum orci. Nulla facilisi. Fusce purus quam, semper quis libero id.

**LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET.**

Fusce purus quam, semper quis libero id, tempus efficitur ligula.

SEVILLA



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

**ANDALUCÍA
ES INDUSTRIA
ANDALUCÍA
ES INNOVACIÓN**

Andalucía
Iniciativa de Empleo Juvenil

SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020





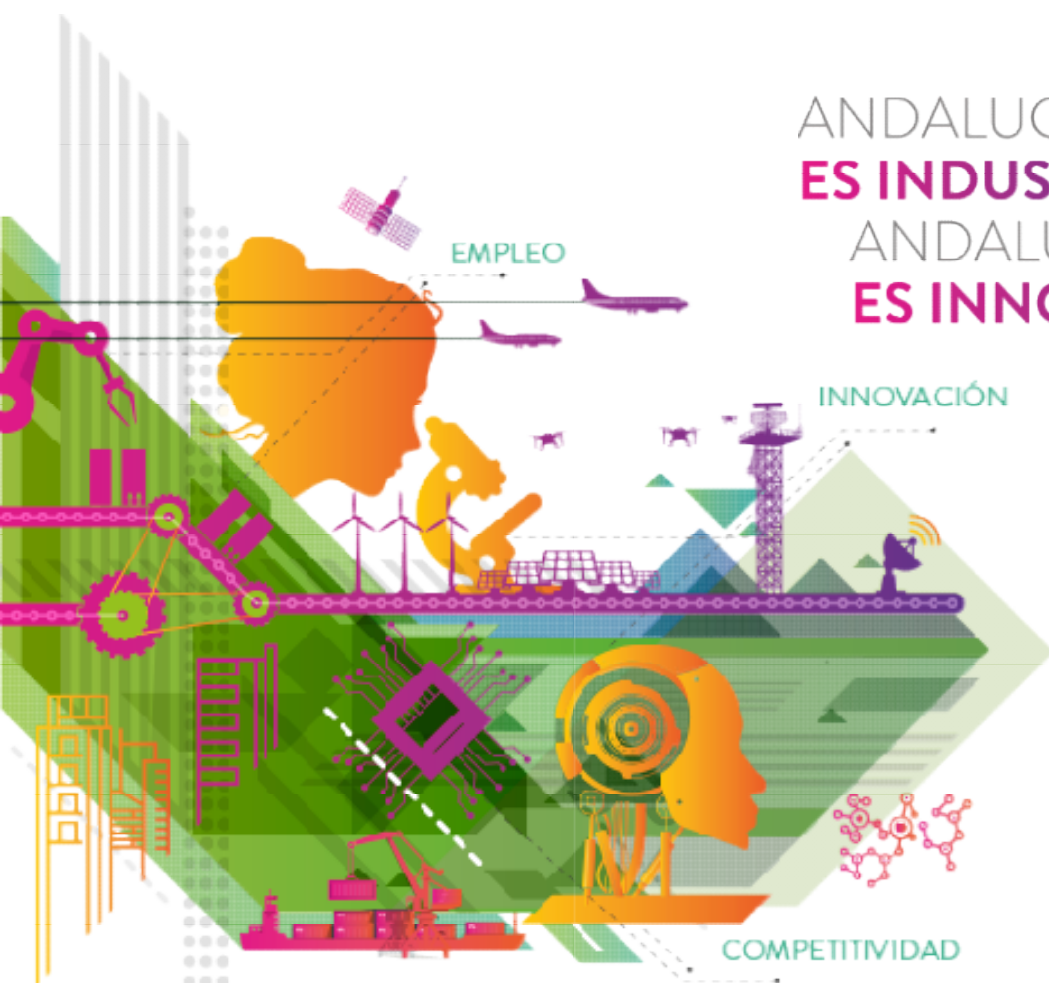
UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

Anexo IV Actualización Plan Estratégico de Comunicación SGA

Actuaciones realizadas durante el primer semestre 2019)



ANDALUCÍA
ES INDUSTRIA
ANDALUCÍA
ES INNOVACIÓN

Andalucía
se mueve con Europa

30 de junio de 2019





INTRODUCCIÓN

En diciembre de 2018 se presentó el *Plan Estratégico de Comunicación para la divulgación de proyectos y actuaciones realizadas por la Agencia IDEA, a través de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo 2014-2020 y cofinanciadas por FEDER*.

Se trata de un documento abierto, flexible y en constante revisión, dado que son muchos los factores que deben irse incorporando al Plan durante el periodo de ejecución previsto, tanto en contenidos (nuevas convocatorias de incentivos, programas, planes, ...), como en calendario. De esta forma, se han planteado revisiones semestrales de las acciones definidas en el Plan, con el fin de poder evaluar el grado de cumplimiento de las mismas, y, llegado el caso, poder reorientarlas una vez analizados sus resultados.

El presente documento constituye la primera de estas actualizaciones, en la que recogeremos los avances registrados entre diciembre de 2018 y el 30 de junio de 2019.

LINEAS CREATIVAS

El Plan Estratégico de Comunicación contempla el desarrollo de 15 líneas creativas diferentes diseñada para dar difusión a las distintas actuaciones que la Agencia IDEA lleva a cabo en proyectos y actuaciones cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, en ejecución del Programa Operativo FEDER Andalucía 2014

Así, en los seis primeros meses de ejecución del Plan, se han llevado a cabo un total de **cinco líneas creativas** con sus correspondientes desarrollos de materiales básicos, referidos a las siguientes áreas de actuación:





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

- Creatividad general de la Subvención Global Competitividad-Innovación- Empleo de Andalucía 2014-2020



SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

- Creatividad específica para el Marco Estratégico de Espacios de Innovación de Andalucía.



SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

- Creatividad específica para la captación de inversiones empresariales en Andalucía.
Invest in Andalucía.





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

- Creatividad específica para el Programa de Incentivos para la Promoción de la Investigación Industrial, el Desarrollo Experimental y la Innovación Empresarial en Andalucía.

ANDALUCÍA
ES INDUSTRIA
ANDALUCÍA
ES INNOVACIÓN

Andalucía
se mueve con Europa

PROGRAMA DE SUBVENCIONES DESTINADAS A LA
PROMOCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN INDUSTRIAL, EL
DESARROLLO EXPERIMENTAL Y LA INNOVACIÓN
EMPRESARIAL EN ANDALUCÍA

SUBVENCION GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACION-EMPLEO DE ANDALUCIA 2014-2020

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

AGENCIA DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD



SUBVENCION GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACION-EMPLEO DE ANDALUCIA 2014-2020





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

- Creatividad específica para el Programa de Incentivos para el Desarrollo Industrial, la Mejora de la Competitividad, la Transformación Digital y la Creación de Empleo en Andalucía.

ANDALUCÍA
ES INDUSTRIA
ANDALUCÍA
ES INNOVACIÓN

Andalucía
se mueve con Europa

PROGRAMA DE SUBVENCIONES PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL, LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD, LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y LA CREACIÓN DE EMPLEO EN ANDALUCÍA

SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

JUNTA DE ANDALUCÍA

Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD



SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020





ADAPTACIONES Y PRODUCCIÓN DE MATERIALES

El diseño de cada una de estas creatividades ha conllevado además el desarrollo de materiales básicos de comunicación, en función de las necesidades concretas de cada línea:

- Materiales de la creatividad general de la **Subvención Global Competitividad-Innovación- Empleo de Andalucía 2014-2020**:
 - Redes sociales: Adaptación de la creatividad para customizar los perfiles de la Agencia IDEA en Twitter, Facebook, Linked-in y Google+.
 - Modelo de invitación digital de cada creatividad.
 - Plantilla (portada e interior) de documento Word con la creatividad adaptada.
 - Plantilla (portada e interior) de presentación power point con la creatividad adaptada.
 - Adaptación del diseño y arte final para roll up.
 - Producción de 10 roll-up, impresas en lona plástica de 200 cm x 120 cm y 4/0 tintas (incluidas las estructuras).
 - Entrega de 1 roll-up en cada Gerencia Provincial de la Agencia IDEA en cada capital de provincia andaluza, y tres en los Servicios Centrales de la Agencia IDEA, en Sevilla.
 - Diseño, arte final y producción de 1.000 carpetas adaptadas a la creatividad de 43,5x31 cm (abiertas, ancho por alto), impresas en cartulina gráfica de 300 gr, 4/0 tintas, sin solapa y exterior plastificado mate.





- **Materiales para la creatividad específica para el Programa de Incentivos para la Promoción de la Investigación Industrial, el Desarrollo Experimental y la Innovación Empresarial en Andalucía:**
 - Plantilla de power point adaptada a la creatividad de la Orden de I+D+i
 - Banner 960x320px adaptado a la creatividad de la Orden I+D+i para la web de la Agencia
 - Banner 270x270px adaptado a la creatividad de la Orden I+D+i para la web de la Agencia
 - Diseño de infografías para RRSS (5 infografías para la Orden de I+D+i: 1 general y 4 específicas)
 - Adaptación diseño roll-up de la creatividad de la Orden de I+D+i
 - Producción de roll-up de la creatividad de la Orden de I+D+i (2 unidades)





- Materiales para la creatividad específica para el **Programa de Incentivos para el Desarrollo Industrial, la Mejora de la Competitividad, la Transformación Digital y la Creación de Empleo en Andalucía**:
 - Plantilla de power point adaptada a la creatividad de la Orden de Desarrollo Industrial
 - Banner 960x320px adaptado a la creatividad de la Orden de Desarrollo Industrial para la web de la Agencia
 - Banner 270x270px adaptado a la creatividad de la Orden de Desarrollo Industrial para la web de la Agencia
 - Diseño de infografías para RRSS (5 infografías para la Orden de Desarrollo Industrial: 1 general y 4 específicas)
 - Adaptación diseño roll-up de la creatividad de la Orden de Desarrollo Industrial
 - Producción de roll-up de la creatividad de la Orden de Desarrollo Industrial (2 unidades)





- Materiales para la creatividad específica para la captación de inversiones empresariales en Andalucía. **Invest in Andalucía:**
 - Adaptación creatividad general para documento Word (Español)
 - Versión en inglés
 - Versión en francés
 - Adaptación creatividad general para plantilla de power point (Español)
 - Versión en inglés
 - Versión en francés
 - Adaptación a nueva plantilla de PPT general y específicos ya realizadas por Captación de Inversiones (15 unid.)
 - Diseño de roll up con creatividad general de Invest in Andalucía (Español)
 - Versión en inglés
 - Versión en francés
 - Producción de roll up con creatividad general de Invest in Andalucía (6 unidades: 2 por cada idioma)
 - Diseño de invitación digital (Español)
 - Versión en inglés
 - Versión en francés
 - Adaptación de página de publicidad (Versión Inglés)
 - Adaptación de página de publicidad (Versión Francés)
 - Diseño de infografías para redes sociales, incluida selección de mensajes claves y contenidos para 5 infografías





PÁGINA WEB: MICROSITE SOBRE FEDER Y LA SUBVENCIÓN GLOBAL DE ANDALUCÍA 2014-2020

Se ha creado un espacio específico en la web de la Agencia IDEA, al que se puede acceder directamente desde el enlace <https://fondoseuropeos-agenciaidea.es>

El **diseño y la interfaz de este microsite específico sobre los fondos europeos** se ha adaptado a la creatividad general y al mensaje creativo aprobado para las actividades de difusión y publicidad de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020.

Este microsite expone, entre otros, los contenidos que se indican a continuación:

- Información sobre los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos, con especial detenimiento en el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, FEDER, y la Subvención Global de Andalucía 2014-2020.
- Información permanentemente actualizada sobre las convocatorias de ayudas, incentivos y financiación gestionados por la Agencia IDEA y cofinanciadas por FEDER a través de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020.
- Difusión de la lista de todas las operaciones aprobadas con financiación de la SGA 2014-2020 a través de convocatorias de ayudas.
- Difusión de todos los proyectos realizados directamente por la Agencia IDEA como beneficiaria y financiados con la SGA.
- Publicación de un enlace a los documentos de guías de usuarios publicados en la oficina virtual de la Agencia IDEA.

Asimismo, la web incluye una serie de banners que vinculan a otro contenido de la Agencia IDEA de utilidad para el usuario.





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

DOMINGO 21 DE JULIO
© ACTUALIZADO EL 27/02/2019

Buscar...

ZONA DE DESCARGA

f t y in

Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Andalucía
se mueve con Europa

SUBVENCIÓN GLOBAL DE ANDALUCÍA

2014 - 2020

- INICIO
- FONDOS COMUNITARIOS
- CONVOCATORIAS
- BENEFICIARIOS
- BUENAS PRÁCTICAS
- ACTUALIDAD
- CONTACTO

LA AGENCIA DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE ANDALUCÍA IDEA

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, ha sido designada por el Ministerio de Hacienda y Función Pública del Gobierno de España como Organismo Intermedio para la gestión de la Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020.

Las funciones que como Organismo Intermedio debe realizar la Agencia IDEA están recogidas en este [documento](#).

La Subvención Global Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020 está alineada con la estrategia del Programa Operativo FEDER Andalucía para el periodo 2014-2020, aprobado por la Comisión Europea el 30 de julio de 2015, que contribuirá a aumentar la competitividad económica, reforzar la cohesión y la igualdad social y la sostenibilidad del modelo productivo andaluz. Para ello, el P.O. FEDER Andalucía 2014-2020 establece una concentración de los recursos financieros en los siguientes objetivos temáticos definidos en la política de cohesión: Mejorar la competitividad de las Pymes, reforzar la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación, favorecer el paso a una economía baja en carbono en todos los sectores y mejorar el acceso, el uso y la calidad de las TIC.

ACTUALIDAD

Rogelio Velasco: "La Subvención Global de Andalucía es una herramienta fundamental en el desarrollo del sector industrial"

[LEER MÁS](#)

Más de 130 espacios productivos o de innovación se beneficiarán del programa LocalizaN+

[LEER MÁS](#)

JUNTA DE ANDALUCÍA

www.agenciaidea.es
Contacto | Aviso Legal | Política de privacidad

f t y in



SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020





DESARROLLO DE UNA APP DE ASISTENCIA A BENEFICIARIOS

En el marco de este Plan Estratégico de Comunicación, se ha llevado a cabo el diseño y desarrollo de una aplicación web, accesible desde el microsite de Fondos Europeos, donde cuenta con el subdominio <https://beneficiarios.fondoseuropeos-agenciaidea.es>, que, a modo de asistencia, permite a los beneficiarios de incentivos elaborar los distintos elementos gráficos que se le exigen para la difusión de su proyecto cofinanciado con FEDER, de acuerdo a los criterios que están recogidos en el apartado referido a “Medidas a adoptar por los beneficiarios finales” del Plan de Comunicación.



DOMINGO 21 DE JULIO
ACTUALIZADO EL 27/02/2019

Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Andalucía
se mueve con Europa

MANUAL DE AYUDA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

SUBVENCIÓN GLOBAL DE ANDALUCÍA 2014 - 2020

INICIO NORMATIVA ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN SOPORTES DISEÑA TU SOPORTE

SUBVENCIÓN GLOBAL DE ANDALUCÍA COMPETITIVIDAD-INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020

Este Manual tiene como objetivo ayudar a los beneficiarios y beneficiarias en el cumplimiento de la normativa en materia de información y comunicación de ayudas cofinanciadas con el Programa Operativo Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de Andalucía 2014-2020, a través de las convocatorias de incentivos enmarcadas en la Subvención Global de Andalucía Competitividad-Innovación-Empleo de Andalucía 2014-2020, gestionada por la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA.

Con una función eminentemente práctica, contiene un menú por categorías en el que cada usuario/a puede informarse sobre su caso particular y acceder a una explicación que da respuesta a las obligaciones sobre información y publicidad que le corresponden como proyecto beneficiario, a través de ejemplos prácticos.

Igualmente, en el caso de las placas y carteles de obra, esta aplicación le permite diseñar el soporte que corresponda según la cuantía del incentivo recibido por su proyecto empresarial.

DISEÑA TU SOPORTE

JUNTA DE ANDALUCÍA

www.agenciaidea.es
Contacto | Aviso Legal | Política de privacidad





RADIOGRAFÍA DE ALIADOS Y FLUJOS DE DIFUSIÓN

Para desarrollar uno de los ejes prioritarios sobre los que pivota la estrategia, la multiplicidad de portavoces, canales y formatos, se ha realizado un trabajo inicial de prospectiva entre todos los posibles aliados y prescriptores dentro de los públicos considerados prioritarios.

Se ha definido no sólo quiénes son todas las entidades, instituciones y colectividades en las que apoyarse para multiplicar el alcance de nuestros contenidos, sino también se ha identificado en cada caso a la persona, con nombres y apellidos, que lleva a cabo las tareas de comunicación en cada una de estas instituciones.

Este trabajo de prospectiva e identificaciones de prescriptores se ha traducido en la elaboración de una **base de datos segmentada, con más de 3.000 registros**, en los que se ha detallado el nombre la organización o empresa, su dirección postal, teléfonos y correo electrónico genéricos y persona de contacto, así como el responsable de comunicación o prensa y sus datos de contacto directo.

	PÚBLICOS PRESCRIPTORES	Dirección	C.P.	Localidad	Provincia	Teléfono	Mail prensa	Persona de contacto	Mail genérico	Persona de contacto
2	Prescriptores transversales									
3	CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE ANDALUCÍA									
4	CEA, Confederación de Empresarios de Andalucía	Calle Arquímides, 2	41092	Sevilla	Sevilla	954 48 89 00		Javier González de Lara y Sarri	comunicacion@cea.es	Javier González de Lara y Sarri. Presidente
5	Presidente CEA							Luis Fernández Palacios	comunicacion@cea.es	
6	Secretario General CEA							Francisco J. Bocero de la Rosa	info@cea.es	comunicacion@cea.es
7	Director de Comunicación CEA						comunicacion@cea.es	Eduardo del Rey	info@cea.es	
8	Jefe de Gabinete de la CEA							Antonio Carrillo Alcalá	comunicacion@cea.es	Francisco Bocero. Director de Comunicación
9	Comisión de Fomento del Asociacionismo Empresarial							Miguel Rus Palacios. Presiden	info@cesevill.es	
10	CEA SEVILLA. Confederación de Empresarios de Sevilla (CE)	C/ Granada, 3,	41001	Sevilla	Sevilla	95 493 11 00	comunicacion@cesevill.es	Purificación González	info@foe.es	José Luis García-Palacios Álvarez. Presidente
11	CEA HUELVA. Federación Onubense de Empresarios (FOE)	Centro de Cooperación Andaluza Algarve - Aut	21001	Huelva	Huelva	902 575 200	info@foe.es	Cristina Medina García de Palavieja. Jefa de Prensa		Javier Sánchez Rojas. Presidente
12	CEA CÁDIZ. Confederación de Empresarios de la Provincia	Avenida de Marconi, 37	11011	Cádiz	Cádiz	952 29 09 10	ce@cea.es	Javier González de Lara y Sarri	comunicacion@cea.es	
13	CEA MÁLAGA. Confederación de Empresarios de Málaga (C)	San Lorenzo, 20	29001	Málaga	Málaga	952 06 06 23	cem@cem-malaga.es	Maria de los Angeles Montes F.cej@cea.es		Manuel Alfonso Torres González. Presidente
14	CEA JAÉN. Confederación de Empresarios de Jaén (CEJ)	Paseo de la Estación 30, 7ª y 8ª Planta	23003	Jaén	Jaén	953 29 40 22	comunicacion.cej@cea.es	Comunicación e imagen	ceco@ceco-cordoba.es	Antonio Díaz. Presidente
15	CEA CORDOBA. Confederación de Empresarios de Córdoba	Avenida del Gran Capitán, 12 - 3ª planta	14001	Córdoba	Córdoba	7 84 43, 957 49	comunicacion@ceco-cordoba.es	Arturo Cruz Nieto. Secretario	asumpal@asumpal.es	Luis Escámez Martín. Presidente
16	CEA ALMERÍA. Confederación Empresarial de la Provincia	Paseo de Almería, 69 1ª planta	04001	Almería	Almería	952 61 10 80	sector@asumpal.es, rp.almeri	Mª Angeles Rata Miranda. Jef	info@cege.es	Gerardo Cueva. Presidente
17	CEA GRANADA. Confederación Granadina de Empresarios	Maestro Montero, 23	18004	Granada	Granada	958 53 50 45	cge@cea.es			
18										
19										
20	Asociación de jóvenes empresarios (AJE)									
21	Aje Andalucía	Calle Arquímides, 2	41092	Isla de la Cartuja	Sevilla	435 416 025	ajeandalucia@ajeandalucia.org	Melrose Peña. Presidente		
22	Aje Almería	Avenida Cabo de Gata, 29	04080	Almería	Almería	664 42 13 83	asociacionjovenesempresarios@	Antonio Jesús Fernández.	ajealmeria@ajealmeria.org	
23	Aje Cádiz	Edificio MANRA Avenida. Marconi, 37	11011	Cádiz	Cádiz	956 07 10 15	comunicacion@ajecadiz.org	Juan Antonio Martínez. Presi	ajecadiz@ajeandalucia.org	
24	Aje Córdoba	s/n	14010	Córdoba	Córdoba	957 764566	info@ajecordoba.org	Francisco Castañón.		
25	Aje Granada	C/ Maestro Montero, 23 (Isle COG) 18004-G	18004	Granada	Granada	236 90 958 10	ajegradada@ajegradada.org	José Antonio Martínez Amat. Presidente		
26	Aje Huelva	Avenida de la Rta, 3 21001 Huelva	21001	Huelva	Huelva	952080100	presidencia@ajehuelva.es	Miguel Borrero Díaz.	ajehuelva@ajeandalucia.org	
27	Aje Jaén	Oficina 4. 23620 Mengibar, Jaén.	23620	Mengibar	Jaén	953 238 458	comunicacion@ajejaen.es	Miguel Ángel García Barroso.	ajejaen@ajeandalucia.org	
28	Aje Málaga	Calle Linaga, 3	29001	Málaga	Málaga	952 22 50 45	comunicacion@ajemalaga.org	Princesa Sánchez. Comunicac	info@ajemalaga.org, gerencia@	Mar Recuna Mata. Gerente
29	Aje Sevilla	nº11, Torre 3 - Planta 5ª mod. 6 C.P. 41015	41015	Sevilla	Sevilla	954 53 51 54	gerencia@ajesevilla.es	Fausto Rodríguez. Presidente	info@ajesevilla.es	
30										
31	Otras asociaciones y federaciones									
32	ATA Andalucía. Asociación de Autónomos	León 88, 24 local bajo derecha. Jardín de los Ci	41008	Sevilla	Sevilla	953 24 51 09 /C/ contacto@ata.es				
33	ARA. Asociación para el Desarrollo Rural de Andalucía	Edificio Metropol 1, C/ Industria, nº 1, 3ª Mód	41927	Rávena del Aljara	Sevilla	212 064, 954 761	ara@andaluciarural.org	Rosario Andújar Torrejón. Presidenta		
34	UPTA. Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos	Auda. Blas Infante, 4, 4ª planta y media	41011	Sevilla	Sevilla	140 006, 902 401 ntic@upta-andalucia.org		Indi Mazuela. Secretaria General		
35	UPTA Almería	C/ Javier Soto, nº 14, 2ª planta	04004	Almería	Almería	959 239 291	almeria@upta-andalucia.org			
36	UPTA Granada	C/ Acero del Duro, nº 2, 2ª Planta, Oficina 4.	18005	Granada	Granada	958 806 986	granada@upta-andalucia.org			
37	UPTA Cádiz	Plaza del Anenul, nº 18-20, 4ª planta	11402	Cádiz	Cádiz	672127935	cadiz@upta-andalucia.org			
38	UPTA Algeciras	Auda. Fuerzas Armadas, nº 2, bajo	11002	Algeciras	Cádiz	672 127 888	algeciras@upta-andalucia.org			
39	UPTA Jerez de la Frontera	Plaza del Anenul, nº 18-20, 4ª planta	11402	Jerez de la Frontera	Cádiz	956 242 262	jerez@upta-andalucia.org			
40	UPTA Huelva	C/ Puerto, 28, 1ª planta	21001	Huelva	Huelva	959 254 001	huelva@upta-andalucia.org			
41	UPTA Córdoba	Auda. Anuación Córdoba s/n.	14001	Córdoba	Córdoba	957 236 052	cordoba@upta-andalucia.org			
	Sindicatos CCOO UGT	Socios externos y gestorias	Parques tecnológicos	Empleo y emprendedores	Organizaciones profesionales	Empresas	Medios de comunicación	+		





La base de datos, que se ha venido ampliando y actualizando teniendo en cuenta los diferentes cambios producidos en los directorios a raíz de los procesos electorales a nivel nacional, regional y municipal, se ha dividido en las siguientes categorías:

Parlamento de Andalucía	Colegios profesionales
Junta de Andalucía	Entidades financieras
Delegación del Gobierno	Municipios de más de 15.000 habitantes
Diputaciones Provinciales	Organizaciones sindicales
Administración del Estado	Organizaciones empresariales
Autoridades Portuarias	Socios externos y gestorías
Cámaras de Comercio	Parques tecnológicos
Agencias andaluzas	Empleo y emprendedores
Agencias de Desarrollo Regional (ADR)	Empresas
Universidades de Andalucía	Medios de Comunicación
Transferencia del Conocimiento	





INFORMES DE BUENAS PRÁCTICAS

Una de las acciones contempladas en la Estrategia de Comunicación de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020 es la realización de una compilación periódica de aquellos proyectos empresariales que se vayan aprobando y poniendo en marcha con el respaldo de los diferentes instrumentos de apoyo de la Agencia IDEA, con el objetivo de proceder a su difusión a través de los diferentes canales que se han ido identificando a lo largo del Plan, lo que permite humanizar estos instrumentos y poner en relieve su utilidad en términos de empleo y generación de riqueza en Andalucía.

Esta compilación periódica de casos de éxito y buenas prácticas constituye, además, la base para la elaboración del centenar de microespacios audiovisuales contemplados en el proyecto, junto al resto de materiales de comunicación (notas de prensa, reportajes fotográficos...).

Los informes elaborados incluyen también un clipping de prensa y redes sociales con los principales impactos en medios de comunicación y perfiles de Facebook, Twitter y LinkedIn en los que se hacen eco de las notas de prensa difundidas por parte de la Agencia IDEA y la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidades.

Hasta el primer semestre de 2019 ya **se han realizado un total de 4 informes** completos correspondientes a proyectos empresariales apoyados por la Agencia IDEA con la cofinanciación de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020.

Se trata de los informes correspondientes a los proyectos aprobados a:

- Galbis Reforestal
- Polímeros Gestión Industrial
- Granada Ice Arena
- Cristalería Encinas





MICROESPACIOS AUDIOVISUALES DE DIFUSIÓN DE PROYECTOS

Atendiendo al contexto y la actual estructura de medios, para dar cumplimiento a la difusión de proyectos considerados como buenas prácticas FEDER, la Estrategia de Comunicación ha puesto el foco en la elaboración de contenidos propios de calidad, con un elevado valor informativo y un alto potencial de prescripción y viralidad por parte de los propios protagonistas a través de las televisiones locales y de los nuevos contenedores de audiencias, las redes sociales.

El Departamento de Comunicación de la Agencia IDEA viene trabajando en la identificación de esos contenidos, que se traducirán en la producción de 100 piezas audiovisuales, de entre el total de proyectos respaldados en Andalucía por la Agencia IDEA. Se trata de iniciativas que aportan liderazgo, incrementos de la productividad, mejora de infraestructuras, atracción de nuevas inversiones... y cualquier otro proyecto que sea susceptible de interesar al gran público por su innovación, originalidad o, simplemente, porque se percibe en ellos el gran esfuerzo que hay detrás.

Son proyectos de las ocho provincias andaluzas, que interesan eminentemente en su entorno, pero que, como casos de éxito y modelos de referencia, pueden interesar también en cualquier otra parte. Y hoy es posible garantizar la mayor difusión de estos resultados con un coste más que razonable gracias a internet y a los contenidos audiovisuales online, facilitando su reutilización por parte de los medios convencionales

Hasta el primer semestre de 2019 ya **se han producido un total de 12 vídeos** correspondientes a proyectos empresariales apoyados por la Agencia IDEA con la cofinanciación de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020.

Se trata de microespacios audiovisuales de un minuto y medio de duración en los que se muestran las nuevas instalaciones y equipamientos industriales desarrollados con el apoyo conjunto del Gobierno Andaluz y la Unión Europea, con declaraciones de los propios empresarios e información redaccional de contexto en las que se destaca la inversión realizada, la cuantía recibida en concepto de subvención y el empleo creado gracias al proyecto respaldado.

De esta forma, son los propios beneficiarios quienes de forma testimonial cuentan su proyecto apoyado con FEDER y cómo ha contribuido a la competitividad de su empresa.





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD



Polimeros Gestión Industrial, S.L. BUENAS PRÁCTICAS #FEDER

La Agencia IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, ha incentivado con 2.080.175,75 euros,



Galbis Reforestal, S.L. BUENAS PRÁCTICAS #FEDER

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, ha



Cristalería Encinas, S.L. BUENAS PRÁCTICAS #FEDER

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, ha



Granada Ice Arena, S.L. BUENAS PRÁCTICAS #FEDER

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, ha



Tropiclab BUENAS PRÁCTICAS #FEDER

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Economía, Conocimiento,



Residencia Virgen María Auxiliadora B...

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Economía, Conocimiento,



Cointer Electrónica BUENAS PRÁCTICAS #FEDER

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Economía, Conocimiento,



Tedcom Ingeniería Aeronáutica BUENAS PRÁCTICAS #FEDER

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Economía, Conocimiento,



Polisur 2000 BUENAS PRÁCTICAS #FEDER

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Economía, Conocimiento,



Plásticos Juncaril BUENAS PRÁCTICAS #FEDER

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Economía, Conocimiento,



Inmoarnedo BUENAS PRÁCTICAS #FEDER

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Economía, Conocimiento,



Envases Ureña BUENAS PRÁCTICAS #FEDER

La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA, organismo adscrito a la Consejería de Economía, Conocimiento,



SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020





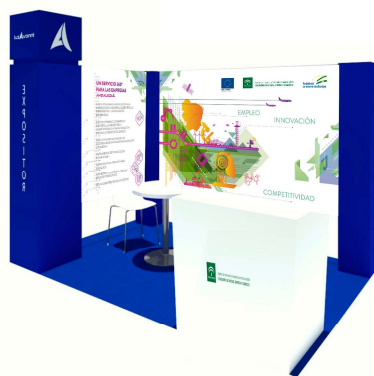
FERIAS Y EVENTOS

La participación de la Agencia IDEA en las principales ferias y eventos regionales, nacionales e internacionales, directamente o como apoyo a otras instituciones de sectores estratégicos, ha requerido el diseño de materiales específicos, adaptados a la imagen general de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020, así como la contratación de espacios físicos.

El formato de presencia y los materiales (stand, ...) con los que se ha participado en cada caso han sido definidos conjuntamente para cada ocasión con la organización de cada evento, los responsables de las distintas unidades de la Agencia IDEA y el resto de organismos participantes.

Hasta el primer semestre de 2019 se han realizado adaptaciones de la creatividad general en stands modulares para la presencia de la Agencia IDEA en las siguientes ferias y eventos:

Innovazul 2018 (Cádiz, 29 y 30 de noviembre de 2018)





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

Foro Transfiere 2019 (Málaga, 13 y 14 de febrero de 2019)



Alhambra Venture 2019 (Granada, 3 y 4 de julio de 2019)



SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020





REVISTA IDEA DIGITAL

La reactivación de la revista IDEA Digital (<https://revistaideadigital.es>) ha abierto una nueva ventana de divulgación de los proyectos y acciones realizadas por la Agencia IDEA a través de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020.

En esta nueva etapa se ha pretendido que IDEA Digital, como herramienta de difusión de proyectos empresariales apoyados por la SGA 2014-2020, se convierta en algo más que una revista digital entendida como repositorio de piezas escritas y audiovisuales que periódicamente se integran en una newsletter.

La nueva IDEA Digital es ahora una herramienta viva, con actividad regular, escaparate del trabajo de las empresas apoyadas por la SGA 2014-2020 y, por consiguiente, de los beneficios del programa y la apuesta por la innovación y el desarrollo empresarial, que integra además la comunicación 2.0.

Para ello se ha diseñado y programado una nueva web, alineada con la identidad gráfica desarrollada para la SGA 2014-2020, incorporando además nuevas secciones como "IDEA en Femenino", que pone el foco en aquellos proyectados, apoyados por la Agencia IDEA, y que tienen al frente a una empresaria.

El contenido de la Revista IDEA Digital se presenta tanto en formato audiovisual, como con textos y fotografías. Las publicaciones tienen como protagonistas a personas físicas y empresas beneficiarias de la Subvención Global de Andalucía 2014-2020, así como a entidades y personalidades destacadas del sector empresarial y la innovación.

El contenido que se incluye en IDEA Digital se presenta de forma atractiva sin perder la rigurosidad, con el objetivo de convertir IDEA Digital en una publicación de referencia para instituciones y para el tejido empresarial y las personas emprendedoras (bien beneficiarios o potenciales beneficiarios) así como en fuente de información para los medios de comunicación convencionales y en el ámbito de las redes sociales.

El contenido audiovisual tiene especial relevancia en la comunicación digital de hoy en día. Los vídeos que se realizan tienen una extensión de entre 1 y 2 minutos, con carácter general, excepto aquellos reportajes en profundidad a los que se ha venido dando otra duración mayor.





Además de la creación y publicación de contenidos se viene desarrollando una labor de gestión de enlaces tanto internos como externos, que aportan información adicional y ayudan en la estrategia de posicionamiento en buscadores.

NEWSLETTER INFORMATIVA

Para la difusión de los últimos contenidos publicados en IDEA Digital se ha llevado a cabo el diseño, programación y gestión de una newsletter con periodicidad mensual. El diseño, la dotación de contenido, la programación de envío y la gestión de altas y bajas se han complementado con una serie de acciones para captar nuevos suscriptores:

- Se ha incluido un banner en la parte superior del sitio web de IDEA Digital con la intención de que sea uno de los primeros contenidos que el usuario vea al acceder a ella. Incluye una llamada a la acción: “suscríbese a nuestra newsletter”.
- Se ha incluido también un banner en el microsite informativo sobre Fondos Europeos <https://fondoseuropeos-agenciaidea.es>
- Se viene promocionando la suscripción a la revista en en redes sociales: se incluyen publicaciones sobre la newsletter en los perfiles de la Agencia IDEA con el objetivo de captar nuevos suscriptores.

De esta forma, la base de datos de suscriptores que están recibiendo la newsletter mensual de IDEA Digital supera ya las 5.000 personas

Hasta el primer semestre de 2019 se ha realizado el envío de tres newsletter, correspondientes a los meses de marzo, mayo y julio, ya que el obligado periodo de silencio establecido legalmente durante los procesos electorales ha afectado al calendario de envío.





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

JUEVES 14 DE MARZO
ACTUALIZADO EL 27/02/2019

Suscríbete a nuestro newsletter

ARCHIVOS



Buscar...



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



IDEADIGITAL
LA REVISTA DIGITAL DE LA SUBVENCIÓN GLOBAL DE ANDALUCÍA



PORTADA | QUIENES SOMOS | ENTREVISTA | A FONDO | IDEA INFORMA | CRECE CON TU IDEA | IDEA EN FEMENINO | IDEA EN DIRECTO | SGA 2007-2013

ENTREVISTA



Rogelio Velasco: "La Subvención Global de Andalucía es una herramienta fundamental en el desarrollo del sector industrial"



Rogelio Velasco Pérez, que ha conjugado la investigación y la docencia con la empresa privada, entiende que, en la economía del conocimiento, la producción científica y el crecimiento deben ir de la mano. En este sentido, para el consejero, "la Subvención Global de Andalucía representa una herramienta fundamental en el desarrollo del sector industrial, principal fuente de innovación y de desarrollo tecnológico".



A FONDO
Subvención Global de Andalucía, un instrumento para mejorar la competitividad de la industria andaluza



IDEA INFORMA
La industria biotecnológica andaluza, líder en creación de empresas y atracción de inversores



IDEA EN FEMENINO
Unaproliva: investigación y desarrollo para extraer las máximas propiedades del aceite de oliva



IDEA INFORMA
Fernando Casas Pascual, nuevo director de la Agencia IDEA



CRECE CON TU IDEA
Etiquetas Rocafer, seis décadas a la vanguardia tecnológica en el sector de las artes gráficas



IDEA INFORMA
La financiación de la I+D+i, a debate en Transfiere con la Agencia IDEA



CRECE CON TU IDEA
La innovación y el desarrollo, estrategias de Aerotecnic para la internacionalización



IDEA INFORMA
Más de 130 espacios productivos o de innovación se beneficiarán del programa LocalizaIN+



SUBVENCIÓN GLOBAL COMPETITIVIDAD- INNOVACIÓN-EMPLEO DE ANDALUCÍA 2014-2020





UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



IDEADIGITAL

LA REVISTA DIGITAL DE LA SUBVENCIÓN GLOBAL DE ANDALUCÍA



PORTADA | QUIENES SOMOS | ENTREVISTA | A FONDO | IDEA INFORMA | CRECE CON TU IDEA | IDEA EN FEMENINO | IDEA EN DIRECTO | SGA 2007-2013

ENTREVISTA



AGI, un factor fundamental en el desarrollo del Campo de Gibraltar



El objetivo de la Asociación de Grandes Industrias del Campo de Gibraltar (AGI) es promover y coordinar las iniciativas de las empresas asociadas en beneficio de la comarca. De este modo, la AGI defiende los intereses comunes y contribuye activamente al desarrollo y a la mejora del entorno, según explica el presidente de la asociación, Miguel Pérez.



A FONDO
Incentivos al desarrollo industrial, una apuesta por el empleo y la innovación productiva dotada con 165 millones de euros



IDEA INFORMA
La industria aeroespacial, un sector estratégico que lleva a lo más alto a la economía andaluza



IDEA EN FEMENINO
Rother Industrial apuesta por el reciclaje, la calidad del servicio y la formación



IDEA INFORMA
Velasco propone en AIQBE desarrollar startups que den soporte a grandes corporaciones



CRECE CON TU IDEA
Professional Media Technologies. tecnología LED a Technologies, tecnología LED a pantalla completa con vocación internacional



IDEA INFORMA
Los retos de las Estrategias de Especialización Inteligente a Especialización Inteligente a debate en el Foro ADR



CRECE CON TU IDEA
Rectificados Lemar asume el reto de ser un referente en la mecánica industrial de precisión a través de la I+D



IDEA INFORMA
Junta y Gobierno Central impulsan la innovación y la tecnología en el sector de la defensa en Andalucía



DOMINGO 21 DE JULIO
ACTUALIZADO EL 27/02/2019

Suscríbete a nuestro newsletter

ARCHIVOS

BUSCAR...

f t y i n

 Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD

 **UNIÓN EUROPEA**
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

 Andalucía
se mueve con Europa

IDEADIGITAL
LA REVISTA DIGITAL DE LA SUBVENCIÓN GLOBAL DE ANDALUCÍA



PORTADA | QUIENES SOMOS | ENTREVISTA | A FONDO | IDEA INFORMA | CRECE CON TU IDEA | IDEA EN FEMENINO | IDEA EN DIRECTO | SGA 2007-2013

ENTREVISTA



Luis Fernández Palacios: "Los retos de las empresas andaluzas son la industria 4.0, la I+D+i y la transformación digital"

f t y i n

Las empresas andaluzas desarrollan su actividad en entornos muy competitivos, según explica el secretario general de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), Luis Fernández Palacios, para quien los principales retos que tiene el tejido empresarial de la comunidad autónoma son la industria 4.0, el conocimiento, la I+D+i y la transformación digital.



A FONDO
La inversión extranjera en Cádiz, un motor de la economía andaluza

f t y i n



IDEA INFORMA
El Gobierno andaluz inicia la elaboración del Plan Estratégico del Sector Aeroespacial

f t y i n



CRECE CON TU IDEA
Mesurex inicia su transformación digital gracias a la Agencia IDEA

f t y i n



IDEA INFORMA
La consejería de Economía reestructura IDEA y reactiva la Subvención Global de Andalucía

f t y i n



IDEA EN FEMENINO
Yilloslada Label, un referente en el etiquetado aliado del sector agrícola

f t y i n



IDEA INFORMA
Economía reforzará la internacionalización de las empresas andaluzas a través de la I+D+i

f t y i n



IDEA INFORMA
Andalucía aumenta la inversión privada para I+D en biotecnología

f t y i n



CRECE CON TU IDEA
Armas y Cartuchos del Sur, pioneros en la industrialización del sector

f t y i n



Contacto | Aviso Legal | Política de privacidad