



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

extenda

AGENCIA
ANDALUZA
DE PROMOCIÓN
EXTERIOR

Andalucía en el mundo



LA INTERNACIONALIZACIÓN COMO OPORTUNIDAD

- **Para crecer**
- **Para mejorar los procesos**
- **Para diversificar riesgos**

LA DIFICULTAD DE COMPETIR SÓLO POR PRECIO

- **Reducción de las subvenciones**
- **Desaparición de barreras aduaneras**
- **Aparición de más competidores y más baratos**

LA COMPETITIVIDAD COMO ALTERNATIVA

- Incorporación de nuevas tecnologías
- Mejora de la logística
- Control de la calidad
- Atención al diseño y a la presentación del producto
- Variedad de gama y formatos
- Protección del medio ambiente
- Atención y servicios al cliente

PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN

- **Es un proceso a medio plazo**
- **Requiere prepararse**
- **Puede obligar a redimensionar la empresa**
- **Son convenientes las alianzas**

MISIÓN

Facilitar la internacionalización de las PYMES andaluzas, con capacidad para competir, mediante el ofrecimiento de una pluralidad de servicios que permitan incrementar y diversificar su presencia exterior.

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN 2003 - 2006

Las actuaciones de la **Agencia Andaluza de Promoción Exterior, S.A. – EXTENDA** vienen determinadas por el **Plan Estratégico para la Internacionalización de la Economía Andaluza 2003-2006** que se caracteriza por:

- Estar **consensuado** por la Junta de Andalucía y los agentes económicos y sociales (CEA, UGT-A y CC.OO.-A).
- Realizar un **diagnóstico** de:
 - los **mercados** internacionales
 - los **sectores** productivos andaluces
 - la **capacidad** de internacionalización de las empresas
- Recoger la **experiencia del anterior Plan de Internacionalización** de la Empresa Andaluza 1999-2002.
- Definir a **EXTENDA** como **centro gestor de la política de promoción exterior** de Andalucía.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- **Incrementar** el número de empresas andaluzas en proceso de internacionalización.
- **Mejorar el posicionamiento** internacional de las empresas andaluzas que ya son activas en ese proceso.
- **Aumentar la inversión andaluza** en el exterior.

Sectores Estratégicos en el Plan de Internacionalización

AGROALIMENTARIO Y SERES VIVOS

- Alimentación general
- Bebidas
- Productos ecológicos
- Flor cortada y planta ornamental
- Productos hortofrutícolas
- Caballos de pura raza española

BIENES DE CONSUMO

- Artesanía y regalos
- Mueble y decoración
- Joyería
- Moda y confección
- Textil hogar
- Calzado
- Perfumería y cosmética
- Marroquinería
- Industria audiovisual y discográfica
- Papelería
- Editorial
- Regalo publicitario
- Mundo Flamenco

BIENES INDUSTRIALES

- Auxiliar de la Agricultura
- Construcción
- Envases y Embalajes
- Equipamiento de colectividades
- Informática y telecomunicaciones
- Auxiliar de la madera y el mueble
- Equipos médicos
- Energía y medio ambiente
- Aeronáutico
- Auxiliar del olivar
- Auxiliar de la automoción
- Industria general

SERVICIOS

- Consultoría e ingeniería
- Servicios medioambientales
- Logística y transportes
- Tecnologías de la información y la comunicación
- Audiovisual
- Enseñanza del Español
- Franquicias

ÁMBITOS DE ACTUACIÓN

Las actuaciones de **EXTENDA** para cumplir tales objetivos abordan cuatro ámbitos:

- a) **ASESORAMIENTO**
- b) **PROMOCIÓN DIRECTA**
- c) **INFORMACIÓN**
- d) **FORMACIÓN**

CARÁCTER DE LAS ACTUACIONES

Las acciones a desarrollar se clasifican, según su alcance, según su carácter:

- a) INDIVIDUAL**
- b) SECTORIAL**
- c) GENERAL**

ACCIONES DE CARÁCTER INDIVIDUAL

- **Diagnóstico**
- **Implantación Exterior**
- **Reflexión Estratégica**
- **Apoyo a Marcas Andaluzas**
- **Proyectos Individuales – Red Exterior**
- **Póliza CESCE**
- **PIPE**

ACTUACIONES DE CARÁCTER SECTORIAL

- **Participación agrupada en Ferias Internacionales**
- **Misiones Comerciales**
 - Misiones comerciales directas
 - Misiones comerciales inversas
 - Misiones de estudio
- **Promociones en puntos de venta**
- **Planes Sectoriales**
- **Campañas de Promoción Sectorial**
- **Plan de Internacionalización de Servicios**

ACTUACIONES DE CARÁCTER GENERAL

- **Información**
- **Formación**
- **Expertos Asociados**
- **Jóvenes Andaluces para la Internacionalización**
- **Grupos de Exportación**
- **Interreg III**
- **Comunicación**
- **Premios Alas**
- **Acciones Singulares**

RED EXTERIOR (1)

- Son **oficinas de EXTENDA** dotadas de los recursos necesarios para apoyar de forma individual a aquellas empresas andaluzas que quieran introducir sus productos o ampliar su cartera de clientes en esos mercados.
- Diseñan y ejecutan un **Plan País** que incluye diferentes acciones de promoción (ferias, misiones, jornadas técnicas, etc.) para acercar a ese mercado a empresas andaluzas de diferentes sectores de actividad.

Oferta de Servicios

INFORMACIÓN

- Información económica de carácter general.
- Estudios de mercado sobre sectores estratégicos de la economía andaluza.
- Notas sectoriales.
- Barreras a la importación.
- Instrumentos de financiación y aseguramiento.

GESTIÓN COMERCIAL

- Búsqueda de importadores, distribuidores y/o agentes.
- Elaboración de listados de contactos de clientes potenciales.
- Recepción y entrega de documentación comercial.
- Organización de visitas comerciales y preparación de agenda de reuniones.
- Asistencia a reuniones y seguimiento de resultados.
- Informes comerciales de clientes y apoyo en gestiones de cobro.

RELACIONES PÚBLICAS

- Contactos con las Instituciones y Entidades de representación españolas.
- Contactos con empresas españolas en el país.
- Contacto con medios de comunicación.
- Asistencia a ferias.
- Organización de misiones comerciales.
- Promociones en puntos de venta.
- Organización de exhibiciones de productos andaluces.
- Participación y Organización de jornadas técnicas sectoriales.

RED EXTERIOR (3)



SEGMENTACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN

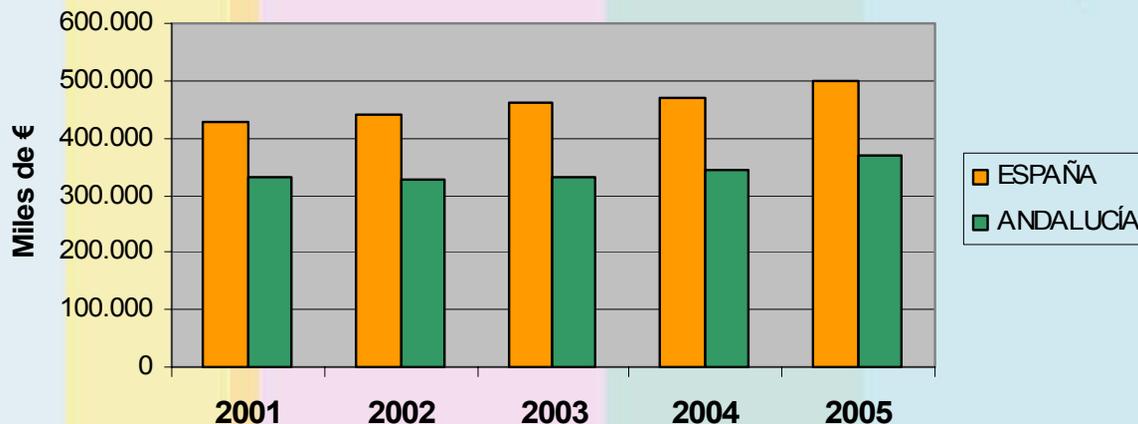
1. FASE DE PROSPECCIÓN	2. FASE COMERCIALIZACIÓN (INTRODUCCIÓN)	3. FASE DESARROLLO MERCADO	4. FASE IMPLANTACIÓN
OBJETIVO: Aproximación y conocimiento del mercado.	OBJETIVO: Identificación y captación de clientes.	OBJETIVO: Aumentar la penetración en el mercado.	OBJETIVO: Implantación directa en el mercado.
<ul style="list-style-type: none"> → Tamaño y evolución del mercado. → Oferta existente en productos, precios, envases, marcas... → Canales de distribución. → Barreras de entrada: fiscales, arancelarias, técnicas... → Principales clientes / importadores. 	<ul style="list-style-type: none"> → Importador → Importador – Distribuidor → Agentes / Representantes 	<ul style="list-style-type: none"> → Ampliar cartera de clientes. → Ampliar puntos de venta. → Control de nuestra presencia en ese mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> → Filiales comerciales. → Control calidad. → Producción.
ACTIVIDADES PROMOCIONALES	ACTIVIDADES PROMOCIONALES	ACTIVIDADES PROMOCIONALES	ACTIVIDADES PROMOCIONALES
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de mercado (información secundaria y primaria). • Selección de mercados: criterios de selección. • Misiones prospectivas y/o de estudio. • Visitas a ferias. • Presentación a asociaciones sectoriales. • Formación. • Diagnóstico sobre potencial de internacionalización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Participación ferias. • Misiones comerciales directas. • Misiones inversas: <ul style="list-style-type: none"> - Empresas - Prensa / Líderes opinión • Agendas individuales UPN's. • Grupos de Exportación. • Planes Sectoriales. • Becarios Comercio Exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferias. • Misiones Directas. • Misiones Inversas. • Promociones Puntos de Venta. • Apoyo a Marcas: <ul style="list-style-type: none"> - Degustaciones - Jornadas técnicas / seminarios - Merchandising • Comunicación, revistas y medios especializados. • Relaciones públicas. • Contratación especialistas en MKT para adaptación producto al mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda socios. • Ayudas financieras: Convenio Cofides. • Programa de Implantación en el exterior. • Planes de Reflexión Estratégica.

EXPORTACIONES ANDALUZAS DE ACEITUNAS

Durante el año 2005, las exportaciones españolas de aceitunas ascendieron a más de 500 millones de €. Andalucía fue, un año más, la principal comunidad autónoma exportadora de aceitunas, tanto en términos de valor, como de volumen:

- **370 millones de €** exportados en 2005 (73,94% sobre el total de las exportaciones españolas de aceitunas).
- **229.000 toneladas** exportadas en 2005 (68% sobre el total de las exportaciones españolas de aceitunas).

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS Y ANDALUZAS DE ACEITUNAS



Fuente: ESTACOM (Elaboración EXTENDA)

Durante el pasado año, las exportaciones andaluzas de aceitunas crecieron ligeramente por encima de la media nacional, tanto en términos de valor como en términos de volumen:

- ✓ España creció un 6,54% con respecto a 2004, y Andalucía un 6,84%.
- ✓ En términos de volumen, las exportaciones españolas de aceitunas aumentaron un 3,37% mientras que las andaluzas crecieron un 3,62% con respecto a 2004.

**PRINCIPALES PAÍSES CLIENTES DE LAS EXPORTACIONES
ANDALUZAS DE ACEITUNAS 2005**

Nº	PRINCIPALES CLIENTES	Miles de €	%sobre Total	Puesto 2004	Miles de €	%sobre Total	Crecimiento 05 /04
1	Estados Unidos	142.075	38,4%	1	140.244	40,5%	1,31%
2	Italia	35.393	9,6%	2	33.988	9,8%	4,13%
3	Alemania	26.248	7,1%	3	24.242	7,0%	8,27%
4	Rusia	23.975	6,5%	5	15.577	4,5%	53,91%
5	Francia	17.417	4,7%	6	15.189	4,4%	14,67%
6	Reino Unido	17.305	4,7%	4	16.524	4,8%	4,73%
7	Arabia Saudí	13.620	3,7%	8	10.067	2,9%	35,29%
8	Canadá	12.236	3,3%	7	11.365	3,3%	7,66%
9	Australia	8.887	2,4%	9	9.090	2,6%	-2,23%
10	Suecia	7.392	2,0%	10	6.442	1,9%	14,75%
11	México	5.499	1,5%	12	4.962	1,4%	10,82%
12	Polonia	4.420	1,2%	13	4.521	1,3%	-2,23%
13	República Checa	4.072	1,1%	15	3.442	1,0%	18,30%
14	Portugal	3.843	1,0%	11	5.012	1,4%	-23,32%
15	Países Bajos	3.105	0,8%	16	3.069	0,9%	1,17%
16	Dinamarca	2.976	0,8%	18	2.738	0,8%	8,69%
17	Finlandia	2.922	0,8%	19	2.712	0,8%	7,74%
18	Suiza	2.883	0,8%	20	2.474	0,7%	16,53%
19	Venezuela	2.834	0,8%	14	3.477	1,0%	-18,49%
20	Emiratos Árabes	2.443	0,7%	17	2.800	0,8%	-12,75%
21	Austria	1.609	0,4%	21	1.708	0,5%	-5,80%
22	Armenia	1.554	0,4%	26	1.047	0,3%	48,42%
23	Noruega	1.436	0,4%	24	1.463	0,4%	-1,85%
24	Bélgica	1.407	0,4%	22	1.546	0,4%	-8,99%
25	Japón	1.402	0,4%	23	1.482	0,4%	-5,40%
	<i>Subtotal</i>	346.953	93,8%		325.181	94,0%	
	TOTAL	369.756			346.093		6,84%

Fuente: ESTACOM (Elaboración EXTENDA)

Durante el año 2005 los 25 primeros mercados destino de las exportaciones andaluzas de aceitunas representaron el 93,8% de las mismas, sin que se hayan producido cambios sustanciales en los destinos, salvo los relativos a las cuotas en cada mercado.

Estados Unidos, Italia y Alemania siguen siendo los tres destinos principales de estas exportaciones.

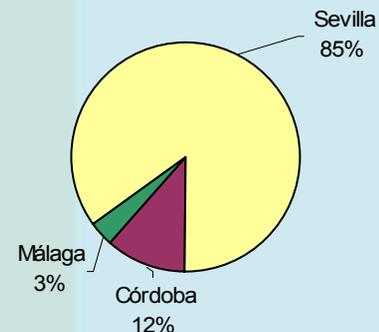
Hay que destacar que Rusia ha ganado un puesto con respecto a 2004. Las exportaciones a este país han aumentado un 53,91% en el último año.

EXPORTACIONES ANDALUZAS de ACEITUNAS por PROVINCIAS (Miles de €)						
Provincias	2001	2002	2003	2004	2005	% crecimiento 05/01
Almería	1.579	2.576	1.496	3.289	2.647	67,64%
Cádiz	1.440	557	69	660	738	-48,75%
Córdoba	21.988	27.943	30.792	32.411	41.909	90,60%
Granada	144	8	105	14	63	-56,25%
Huelva	789	812	930	983	2.644	235,11%
Jaén	3	9	6	1	9	200,00%
Málaga	11.746	11.674	11.632	13.234	12.716	8,26%
Sevilla	295.500	284.022	286.166	295.501	309.030	4,58%
TOTALES	333.189	327.601	331.196	346.093	369.756	10,97%

Fuente: ESTACOM (Elaboración EXTENDA)

Sevilla sigue siendo un año más la provincia líder en exportaciones de aceitunas, ya que exportó el 83,58% (309 millones de €) sobre el total de las exportaciones andaluzas de aceitunas durante 2005. Le siguieron Córdoba con un 12% y Málaga con un 3%.

EXPORTACIONES ANDALUZAS DE
ACEITUNAS POR PROVINCIAS 2005



EXPORTACIONES ANDALUZAS de ACEITUNAS

PRODUCTOS	2001	2002	2003	2004	2005	Incremento % 05 / 01	Incremento % 05 / 04
07099031 Aceitunas frescas o refrigeradas, que no se destinen a producir aceite	2.580	2.537	429	883	1.035	-59,88%	17,21%
07099039 Frescas o refrigeradas que se destinen a producir aceite	9.452	8.953	9.098	9.556	9.088	-3,85%	-4,90%
07108010 Cocidas con agua o vapor, congeladas	736	1	7	4.187	1.805	145,24%	-56,89%
07112010 No para aceite, conservadas provisionalmente pero impropias para alimentación	5.888	6.483	5.366	4.348	3.072	-47,83%	-29,35%
07112090 Para aceite, conservadas provisionalmente pero impropias para alimentación	80	1	0	63	168	110,00%	166,67%
20019065 Preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético	273	439	1.273	81	172	-37,00%	112,35%
20049030 Choucroute, alcaparras y aceitunas en conservas, congelados	25	80	42	844	1.541	6064,00%	82,58%
20057000 Aceitunas preparadas o conservadas, sin congelar	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%
20057010 Preparadas o conservadas sin congelar en envase inferior a 5 Kg.	262.743	268.033	277.387	286.732	309.769	17,90%	8,03%
20057090 Preparadas o conservadas sin congelar	51.410	41.074	37.594	39.399	43.106	-16,15%	9,41%
TOTAL	333.187	327.601	331.196	346.093	369.756	10,98%	6,84%
Fuente: ESTACOM (Elaboración EXTENDA)							
Datos en miles de €							

Las exportaciones de aceitunas preparadas sin congelar y en envases inferiores a 5 kgs. han experimentado un crecimiento equivalente al 17,9% en el periodo 2005 – 2001, y un crecimiento del 8% en el 2005 con respecto al año anterior.

Asimismo las exportaciones de encurtidos en conserva, congelados, aunque son modestas también están experimentando un crecimiento importante, que en 2005 se tradujo en un 82,58% con respecto al año anterior.

ACCIONES REALIZADAS

Ferias agroalimentarias

Misiones comerciales

Ningún plan sectorial específico ni campaña al efecto.

EMPRESAS RELEVANTES DEL SECTOR

Contamos con unas 150 empresas del sector registradas en nuestra base de datos. Entre estas empresas se da la circunstancia de que existen muchas que siendo comercializadoras, cuentan con una gran actividad internacional, mientras que otras netamente fabricantes están más centradas en la producción y el envasado. Las empresas exportadoras de aceitunas son las siguientes:

- AGRO SEVILLA
- COMPAÑÍA ENVASADORA DE LORETO
- ANGEL CAMACHO
- SADRYM
- ACORSA
- ACYCO
- JOLCA
- ACEITUNAS GUADALQUIVIR
- ACEITUNAS TORRENT
- COMPAÑÍA ALIMENTARIA DEL SUR DE EUROPA
- HUTESA
- INTERNACIONAL OLIVARERA
- SUNOLIVA
- EUROLIVA
- BT EXPORTADORA DE ACEITUNAS

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

EXTENDA – Agencia Andaluza de Promoción Exterior

**Isla de la Cartuja
c/ Marie Curie s/n
41092 Sevilla
Tel.: 902 508 525
Fax: 902 508 535
E-mail: info@extenda.es
Web: www.extenda.es**