

Objetivos generales

Asesorar a **40 empresas** de los sectores **agroalimentario, turístico y artesanal** en la definición de sus planes de internacionalización

Objetivos particulares:

Acompañar a la empresa en los primeros pasos en su proceso de internacionalización

Ayudar a la empresa participante en el diseño de un plan de internacionalización y, en concreto:

- ✓ Realizar un diagnóstico del potencial de la empresa participante para competir en los mercados internacionales.
- ✓ Identificar sus ventajas competitivas.
- ✓ Seleccionar los mercados potenciales.
- ✓ Desarrollar una propuesta de estrategia combinada de marketing, con especial atención a los canales y formas de entrada al mercado internacional.



1

Diagnóstico Estratégico Previo de Competitividad Internacional

Objetivos

- Conocer la situación actual en la que se encuentra la PYME y su posición competitiva.
- Conocer si la PYME puede iniciar un proceso de internacionalización sostenido en el tiempo y si debe hacerlo.
- Identificación de sus ventajas competitivas y elementos diferenciales.

2

Elección de Mercados y Plan de Marketing Mix para la Internacionalización

Objetivos

- Detectar los principales mercados a los que debe dirigirse la PYME en su proceso de internacionalización
- Definir el Plan de Marketing idóneo a los mercados a los que se dirigirá la PYME

Servicio de Consultoría para el desarrollo de Planes de Internacionalización para empresas de los sectores agroalimentario, turístico y artesanal de la Provincia de Málaga

Diagnóstico Competitivo

Ficha Empresa: Mermelada Mango Málaga

mmm...
mermeladamangomálaga



Servicio de Consultoría para el desarrollo de Planes de Internacionalización para empresas de los sectores agroalimentario, turístico y artesanal de la Provincia de Málaga

Plan de Internacionalización

Ficha Empresa: Mermelada Mango Málaga

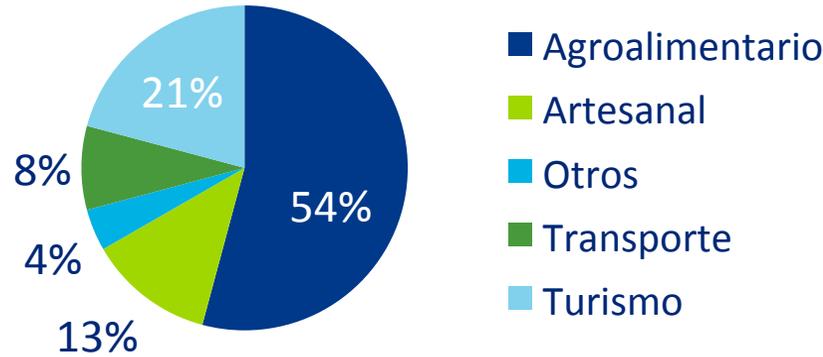
mmm...
mermeladamangomálaga



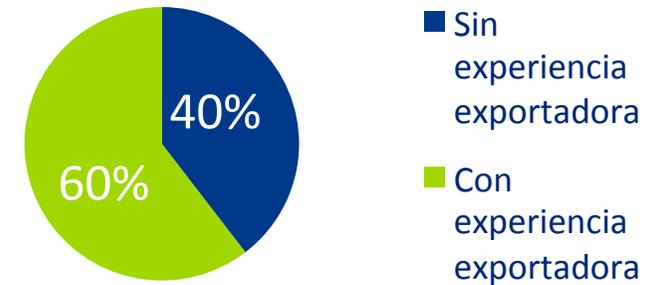
Las empresas participantes

48 empresas beneficiarias

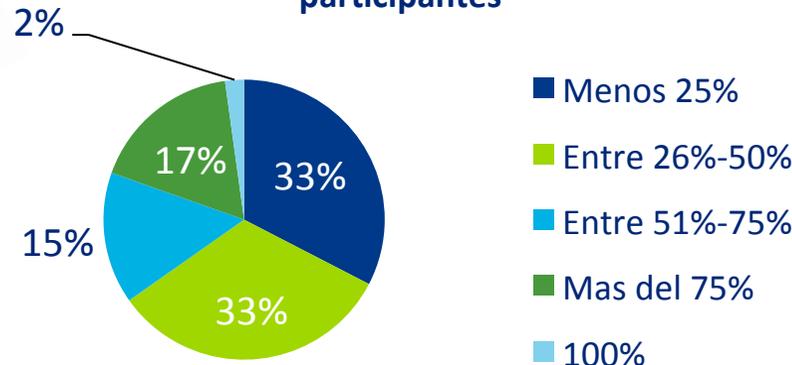
Participación de empresas por sector



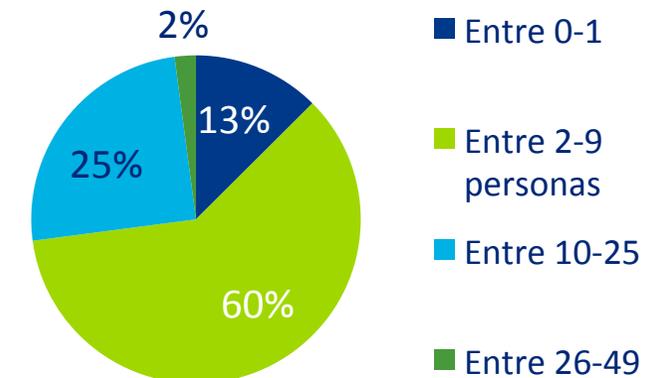
Experiencia exportadora de las empresas



Participación de mujeres en las empresas participantes

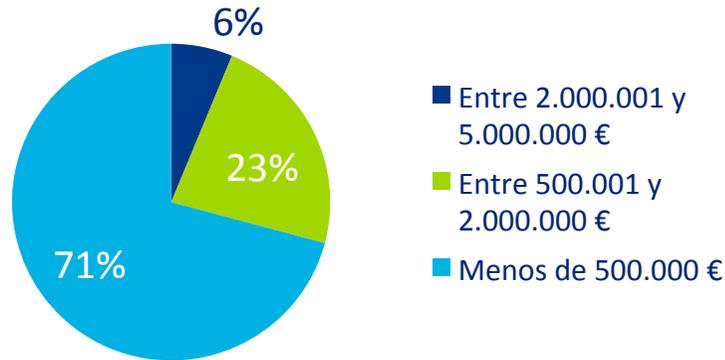


Nº trabajadores por empresa

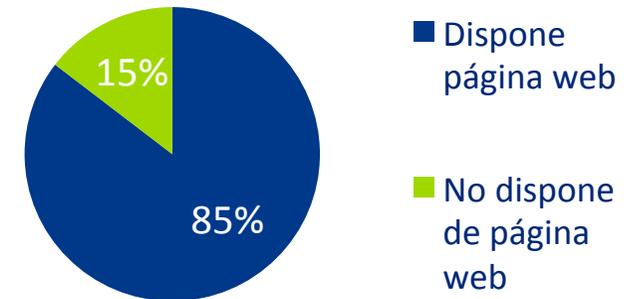


Las empresas participantes

Volumen facturación de las empresas participantes



Presencia en la red



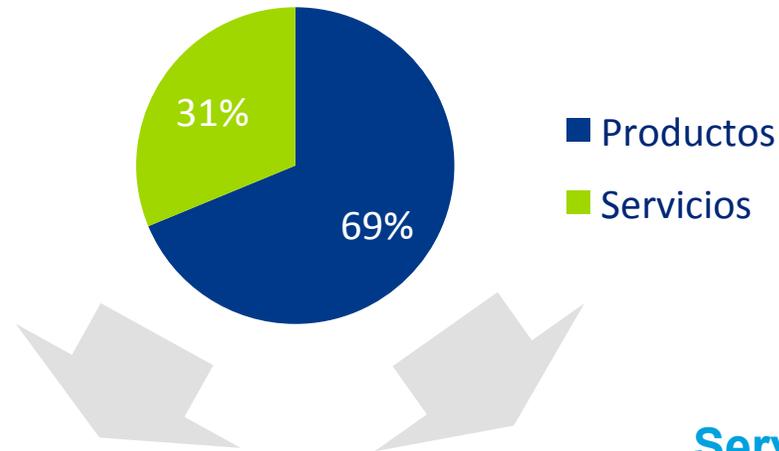
34 horas de asesoramiento
(incluidas horas telemáticas y presenciales)

28 empresas con Sistemas de gestión certificados

2 proyectos de I+D +i

Las empresas participantes

Actividad de las empresas participantes



Productos

El 68% de los productos son Típicos de la Comarca de la Axarquía.

Por ejemplo:

- Productos agroalimentarios: mangos, aguacates, aceite, vino, pasas, etc.
- Artesanía
- Embutidos o miel

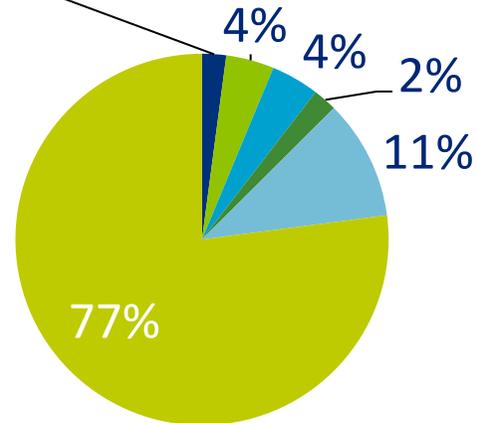
Servicios

- El 22% de las empresas son de alojamiento
- El 43% Touroperadores o agencias de viajes
- El 14% inmobiliarias
- El 21% prestan otros servicios, como clases de español.

Principales recomendaciones

Elección de mercados

2% Mercados elegidos por las empresas por área



- EEUU
- Norte de África
- Oriente Medio
- Países Asiáticos
- Países Nórdicos y Rusia
- UE

Plan de Marketing Mix

Para cada una de las empresas se han definido los elementos clave de esta estrategia en los siguientes ámbitos: **Producto, Precio, Promoción, Distribución (Place), Personas**

Principales recomendaciones

Plan de acción

Se ha elaborado un plan de acción personalizado para cada empresa en el que se detallan acciones a llevar a cabo, como pueden ser:

Redefinición de una estrategia Web 2.0

Asistencia a Ferias del sector

Incorporación de personal

Seguimiento continuado a acciones comerciales de ICEX y Extenda

Suscripción a información del ICEX y revistas especializadas

Búsqueda de fuentes de financiación para el proceso de internacionalización

Búsqueda de *distribuidores-importadores*