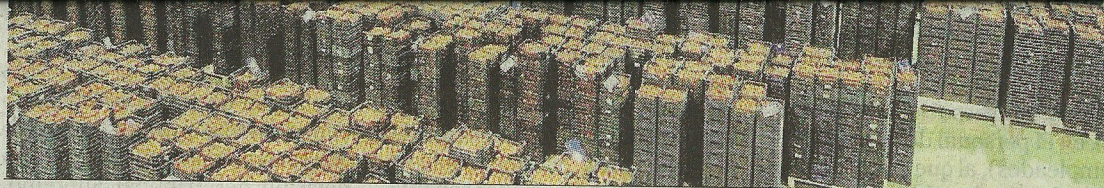


gún los datos aportados por Extenda, la agencia andaluza de promoción exterior, desde 2009 –justo un año antes de la puesta a marcha del IV Plan de Internacionalización de la Economía Andaluza 2010-2013– las ventas al exterior del sector de alimentos y bebidas se incrementaron en 1.517 millones, un 27,7% más.

Esta trayectoria ascendente supone que Andalucía cope el 20,2% del las exportaciones agroalimentarias en España, sólo por detrás de Cataluña, y, lo que es más importante, que el saldo entre exportaciones e importaciones registre un saldo positivo de 3.964 millones, con una tasa de cobertura del 231%, 110 puntos por encima de la media española. El 65% del superávit agroalimentario español, de 6.135 millones en 2012, corresponde a Andalucía.

Las ventas por sectores estuvieron lideradas el año pasado por los hortofrutícolas, con ventas por valor de 4.049 millones (+10,1%) y una cuota del 58% del total. Superada la crisis del pepino, Alemania se consolida como principal destino de este tipo de productos, con más de 1.008 millones de facturación.



Almacén de la cooperativa almeriense Casi, principal exportadora de tomates de Europa.

ARCHIVO

Numerosas actividades de promoción en 2013

Extenda ha previsto un gran número de actividades para promocionar las exportaciones agroalimentarias. Entre ellas, catas en la Big Fortified Tasting de Londres; participación en ferias como Fruitlogística en Berlín, Bio Fach en Nüremberg, Gulfood en Dubai o Foodex en Tokio; misiones comerciales a Chequia, Eslovenia, Reino Unido, Polonia, Hungría, México, China, Rusia, Canadá o India; promociones en puntos de venta en Shangai, México y Andorra; campañas de promoción en face-book en Hungría y Chequia; concursos de cortes de jamón en Japón.

Uno de cada cuatro euros que viene de las ventas hortofrutícolas procede de este país.

Tras las frutas y hortalizas destacan las grasas y aceites, con 1.565 millones, un sector monopolizado casi en su totalidad por el aceite de oliva, con 1.565,2 millones de euros. En este apartado destaca, sobre todo, el extraordinario crecimiento de las ventas a Estados Unidos, un 30,4%, hasta situarse en 140 millones. También está en franca progresión el mercado chino, que pasa a ser el quinto en importancia con 65 millones en ventas (+19,1%).

Relacionadas con el mundo del olivar también tienen un lugar destacable las aceitunas, con ventas de 481 millones en 2012, un 6,3% más que el año anterior. Andalucía concentra el 75% de las ventas nacionales de aceituna, con Estados Unidos como primer destino (143 millones, un

29,8% del total), seguida de Italia, con 48,6 millones de euros.

Muy cerca de las aceitunas se encuentra el sector de panadería, con 466 millones en ventas, un 6,6% más; y ya a una cierta distancia se sitúan los productos cárnicos (239,7 millones), con un alza del 8%; el pescado y el marisco (225 millones, con una subida del 9%) y otras bebidas alcohólicas, con 158,1 millones y un incremento del 3,1%. Entre las subidas más apreciables se encuentran las de los productos lácteos, con 51,2 millones y con un crecimiento que supera el 50% (53,6%). Otros grupos de rápido crecimiento son el de los animales vivos, con 38,7 millones en ventas y un 10,7% más, y los pescados y mariscos, que alcanzan los 225 millones tras exportar en 2012 un 8,9% más.

Por destinos, Europa sigue siendo el principal. El año pasa-

La región crece sobre todo en EEUU, donde copa el 32,8% de las ventas españolas

paña marquista de aceite de oliva en la que participaron cinco firmas vinculadas a Andalucía, Ybarra, Carbonell, La Española, Hojiblanca y Fragata. Esta acción ha contribuido a que Andalucía lidere las ventas mundiales de aceite de oliva a China, con una cuota del 52,5%, muy por encima del 23,4% de Italia.

Por provincias, el liderazgo es para Almería, con 1.962 millones de euros (+10%), seguida de Sevilla (1.654 millones, +7,8%) y Huelva, que ha incrementado sus ventas un 22,6% hasta alcanzar los 832 millones de euros. Córdoba (681,1 millones), Cádiz (630), Granada (506) y Jaén (173) cierran la lista.

El número de empresas exportadoras fue de 2.942, un 3,3% más que en 2011. De ellas, 1.371 son exportadoras regulares, el 47% del total, una cifra que ha crecido un 3,2%.

EMPRESAS EN EXTENDA PLUS

Carbures

Un año después de la salida a bolsa, el mercado premia la mejora de los resultados del Business Plan Carbures triplica su valor por acción en el MAB. Carbures se ha revalorizado hasta un 213% desde que comenzó a cotizar en el MAB el 23 de marzo de 2012, y ha pasado de 1.08 euros por acción a los 3.39 que alcanzó el pasado día 19. Los cinco aspectos más valorados por el mercado han sido la internacionalización, la diversificación de



sector y de clientes, el aumento de la capacidad de producción y el respaldo financiero en todas las ampliaciones de capital con una sobresuscripción de un 18% en la última. Carbures es una empresa gaditana que fabrica y suministra estructuras de fibra de carbono para el sector aeronáutico y automovilístico. La empresa trabaja con Extenda desde 2004 en más de 21 acciones de promoción internacional.

► <https://extendaplus.es/members/carbures/>

Soltel

Soltel IT Solutions, empresa especializada en servicios IT, nace en julio del año 2002 ofreciendo servicios de Asistencia Técnica y Formación en Nuevas Tecnologías en el mercado andaluz. Debido a su carácter emprendedor crece cada año de vida hasta alcanzar 140 empleados y una facturación de 5 millones en 2011. Soltel es una compañía fuerte en Andalucía, que ha crecido cada año de vida desde sus inicios, invirtiendo sus beneficios en nuevos proyectos. Esta empresa ha desti-

nado más de 700.000 euros en I+D+i, y en este sentido cuenta con proyectos internacionales con empresas de EE.UU. La internacionalización de Soltel es una realidad y acaba de abrir oficinas en México DF. La empresa cuenta con el apoyo de Extenda desde 2008 y ha participado en 19 acciones de internacionalización organizadas por la agencia.

► <https://extendaplus.es/members/>