

Extenda apoya la promoción de empresas hortofrutícolas andaluzas en la República Checa y Hungría



Noticias

Con esta iniciativa de promoción del sector hortofrutícola se pretende fomentar la presencia de las marcas andaluzas en estos mercados

Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, entidad dependiente de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, ha organizado una acción comercial para el sector hortofrutícola en la República Checa y Hungría, en la que participan dos empresas andaluzas. Esta actividad, que ha comenzado hoy y finalizará el próximo 13 de junio, cuenta con el apoyo de las Antenas de Extenda en Praga y Budapest.

Con esta iniciativa de promoción del sector hortofrutícola se pretende fomentar la presencia de las marcas andaluzas en estos mercados, así como establecer contactos entre importadores y distribuidores del sector.

Durante la cita se llevarán a cabo encuentros bilaterales entre importadores y empresas andaluzas del sector. Éstas se reunirán, en primer lugar, en Praga (República Checa) y se trasladarán hasta Budapest (Hungría), donde continuará la agenda de actividades previstas para esta ocasión. También tendrán lugar en ambas ciudades visitas a puntos de venta de referencia.

Las dos empresas andaluzas participantes provienen de las provincias de Granada (Agrocastell) y de Almería (Grupo Yes).

Exportaciones hortofrutícolas a República Checa

Según los datos de Extenda, las empresas andaluzas del sector hortofrutícola exportaron productos a la República Checa por valor de 49,9 millones de euros en 2013, lo que supone un crecimiento del 3,9% respecto al año anterior.

Un crecimiento que ha continuado durante el primer trimestre de 2014, en el que se ha alcanzado una cifra de ventas de 17,7 millones, un 8,7% más que en el mismo período de 2013. De esta manera, Andalucía continúa como segunda comunidad exportadora de productos hortofrutícolas a este país.

En 2013 fue Almería la principal provincia exportadora de este tipo de productos a la República Checa, con 32,2 millones de euros (64,6% del total), creciendo, además, un 20,3% respecto a 2012. Le siguen Huelva, con 5,1 millones (10,2%); Granada, con 4,7 millones (9,4%) y Sevilla, con 3,8 millones (7,6%).

Por productos destacaron las hortalizas y verduras frescas, con 35 millones de euros (70,1%); seguidas de otras frutas frescas, con 6,8 millones (13,7%) y de aceitunas de mesa y para almazara, con 5,9 millones (11,9%).

La importancia de este mercado para las empresas andaluzas radica, por un parte, en su carácter eminentemente industrial, con muy poca producción agraria local, y en su ubicación geográfica, gracias a la cual ha conseguido erigirse, hasta cierto punto, como centro logístico desde donde se reexporta a otros países vecinos, como Eslovaquia, Polonia, Alemania o Rumanía. Los productos españoles y andaluces gozan de muy buena reputación en el mercado, especialmente los cítricos, pimientos, tomates o pepinos.

Exportaciones hortofrutícolas a Hungría

Por otra parte, las exportaciones de productos hortofrutícolas andaluces a Hungría alcanzaron en 2013 los 6,7 millones de euros, un 2,4% más que en 2012. Durante el primer trimestre de 2014 las ventas de estos productos al país húngaro han experimentado un importante crecimiento, al alcanzar los 4,7 millones de euros, lo que supone prácticamente triplicar la cifra del mismo período del año anterior (+186%), y situarse como segunda comunidad exportadora en lo que va de año.

En el caso de Hungría, también fue Almería la primera provincia exportadora de productos hortofrutícolas en 2013, con 2,3 millones de euros (34,5%). Le siguen Sevilla, con 2,2 millones (33,1%); y Huelva, con 1,2 millones (18,2%).

Los principales productos exportados a Hungría durante 2013 fueron las hortalizas y verduras frescas, con 2,3 millones de euros (35%); las semillas, con 1,8 millones (27,6%); y las aceitunas de mesa y para almazara, con un millón de euros (15,1%). Dentro de las verduras, las más vendidas son los pepinos y pepinillos, tomates y lechugas.

- See more at:

http://www.extenda.es/web/opencms/extenda/noticias/noticia_1160.html#sthash.GWqCeUzN.dpuf

Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, entidad dependiente de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, ha organizado una acción comercial para el sector hortofrutícola en la República Checa y Hungría, en la que participan dos empresas andaluzas. Esta actividad, que ha comenzado hoy y finalizará el próximo 13 de junio, cuenta con el apoyo de las Antenas de Extenda en Praga y Budapest.

Con esta iniciativa de promoción del sector hortofrutícola se pretende fomentar la presencia de las marcas andaluzas en estos mercados, así como establecer contactos entre importadores y distribuidores del sector.

Durante la cita se llevarán a cabo encuentros bilaterales entre importadores y empresas andaluzas del sector. Éstas se reunirán, en primer lugar, en Praga (República Checa) y se trasladarán hasta Budapest (Hungría), donde continuará la agenda de actividades previstas para esta ocasión. También tendrán lugar en ambas ciudades visitas a puntos de venta de referencia.

Las dos empresas andaluzas participantes provienen de las provincias de Granada (Agrocastell) y de Almería (Grupo Yes).

Exportaciones hortofrutícolas a República Checa

Según los datos de Extenda, las empresas andaluzas del sector hortofrutícola exportaron productos a la República Checa por valor de 49,9 millones de euros en 2013, lo que supone un crecimiento del 3,9% respecto al año anterior.

Un crecimiento que ha continuado durante el primer trimestre de 2014, en el que se ha alcanzado una cifra de ventas de 17,7 millones, un 8,7% más que en el mismo período de 2013. De esta manera, Andalucía continúa como segunda comunidad exportadora de productos hortofrutícolas a este país.

En 2013 fue Almería la principal provincia exportadora de este tipo de productos a la República Checa, con 32,2 millones de euros (64,6% del total), creciendo, además, un 20,3% respecto a 2012. Le siguen Huelva, con 5,1 millones (10,2%); Granada, con 4,7 millones (9,4%) y Sevilla, con 3,8 millones (7,6%).

Por productos destacaron las hortalizas y verduras frescas, con 35 millones de euros (70,1%); seguidas de otras frutas frescas, con 6,8 millones (13,7%) y de aceitunas de mesa y para almazara, con 5,9 millones (11,9%).

La importancia de este mercado para las empresas andaluzas radica, por un parte, en su carácter

eminentemente industrial, con muy poca producción agraria local, y en su ubicación geográfica, gracias a la cual ha conseguido erigirse, hasta cierto punto, como centro logístico desde donde se reexporta a otros países vecinos, como Eslovaquia, Polonia, Alemania o Rumanía. Los productos españoles y andaluces gozan de muy buena reputación en el mercado, especialmente los cítricos, pimientos, tomates o pepinos.

Exportaciones hortofrutícolas a Hungría

Por otra parte, las exportaciones de productos hortofrutícolas andaluces a Hungría alcanzaron en 2013 los 6,7 millones de euros, un 2,4% más que en 2012. Durante el primer trimestre de 2014 las ventas de estos productos al país húngaro han experimentado un importante crecimiento, al alcanzar los 4,7 millones de euros, lo que supone prácticamente triplicar la cifra del mismo período del año anterior (+186%), y situarse como segunda comunidad exportadora en lo que va de año.

En el caso de Hungría, también fue Almería la primera provincia exportadora de productos hortofrutícolas en 2013, con 2,3 millones de euros (34,5%). Le siguen Sevilla, con 2,2 millones (33,1%); y Huelva, con 1,2 millones (18,2%).

Los principales productos exportados a Hungría durante 2013 fueron las hortalizas y verduras frescas, con 2,3 millones de euros (35%); las semillas, con 1,8 millones (27,6%); y las aceitunas de mesa y para almazara, con un millón de euros (15,1%). Dentro de las verduras, las más vendidas son los pepinos y pepinillos, tomates y lechugas.

Extenda