# Seis firmas hortofrutícolas andaluzas participan en Polonia en casi un centenar de reuniones comerciales organizadas por Extenda

Noticias
Andalucía sigue liderando las exportaciones nacionales del sector hortofrutícola en los siete primeros meses de 2015 con unos ingresos totales de 3.503 millones de euros

La ***Consejería de Economía y Conocimiento***, a través de ***Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior***, ha organizado un encuentro comercial con casi un centenar de entrevistas para el sector hortofrutícola en Polonia en el que participan seis empresas andaluzas. Esta actividad, que comenzó ayer y finalizará el próximo jueves 1 de octubre, cuenta con el apoyo de la Oficina de Promoción de Negocios de Extenda en Varsovia.

Andalucía sigue liderando las exportaciones nacionales del sector hortofrutícola en los siete primeros meses de 2015 con unos ingresos totales de 3.503 millones de euros, un 13% más que en el mismo período del año anterior. Asimismo, la comunidad se erigió como la segunda comunidad de España con mayores cifras de ventas en Polonia, tan solo por detrás de la Comunidad Valenciana, con 93,4 millones de euros y más de uno de cada cuatro euros ingresados por España (27,5%).

Con el fin de poner en contacto a los importadores y distribuidores del mercado polaco con los productos hortofrutícolas de Andalucía, el foro comercial internacional cuenta con una serie de reuniones bilaterales entre los asistentes para entablar lazos comerciales. Así, las firmas andaluzas lograrán introducir, consolidar y fomentar su presencia en este país vecino de la Unión Europea.

De este modo, la agenda de la semana se articula a través de casi un centenar de entrevistas individuales con operadores internacionales en las ciudades de Varsovia y Cracovia. Además, las firmas andaluzas participantes realizarán una prospección de mercado ‘in situ’ mediante la visita a distintas cadenas de supermercados y a las sedes de los compradores e importadores del país centroeuropeo.

**Delegación andaluza**

La delegación de firmas representantes de los productos hortofrutícolas de Andalucía está compuesta por un total de seis empresas de las cuales la mayor parte procede de Almería (Hermanos Daza Palmero; Caparros Nature; Zoi Agrícola; Agro-Ber 2010; y Miguel Rodríguez López); mientras que la compañía restante representa a la provincia de Granada (Frutas Rafael Manzano e Hijos).

**Andalucía: mayor exportadora hortofrutícola**

Según datos de Extenda, en los primeros siete meses de 2015, las exportaciones hortofrutícolas andaluzas al mundo han supuesto un total de 3.503 millones de euros, un 13% más que en el mismo período de 2014.

El saldo positivo de la balanza comercial andaluza (1.468 millones), con una tasa de cobertura del 172,2%, es 112,7 puntos superior a la española y contrarresta los datos negativos arrojados por la

balanza española (59,5%). De este modo, Andalucía consolida su liderazgo en las ventas del sector con el 33,3% del total nacional, por encima de la Comunidad Valenciana (23,4%) y Murcia (17,7%).

Por otro lado, nueve de los diez principales mercados receptores del producto hortofrutícola andaluz se encuentran en crecimiento. Durante los siete primeros meses del año, Alemania, con 879 millones de euros, se situó como el primer foco de ventas, con el 25% del total y un aumento del 9%; seguida de Francia, con 517 millones y un alza del 10,5%; y Reino Unido, con 478,6 millones y un alza del 27%.

En cuarto lugar se halló Países Bajos, con 364,3 millones y un alza del 20%; seguido de Italia que creció un 17,3% (con casi 237 millones); y Estados Unidos (126 millones), primer destino extracomunitario que experimentó el mayor crecimiento del ranking de los diez primeros mercados con una subida del 27,4%. Tras él se encontró Portugal (115,8 millones y un leve descenso del 1%); Bélgica con un alza del 16% (94 millones); Polonia. que como noveno mercado creció un 9% (93,4 millones); y Suecia (80 millones), que incrementó su demanda un 24,2%.

Por provincias, las ventas estuvieron lideradas en estos siete primeros meses del año por Almería, con 1.503,4 millones de euros, el 43% del total y un alza del 12%; seguida de Huelva, con 771,4 millones, el 22% del total y un alza del 9%; y Sevilla, con 608,4 millones, el 17,4% del total y un alza en sus ventas al exterior del 15,5%.

**Liderazgo mundial del hortofrutícola almeriense**

La provincia de Almería se alzó como el territorio de la comunidad con mayor tráfico de exportaciones de frutas y hortalizas en el período de enero a julio de 2015 con un total de 1.503,4 millones de euros, lo cual multiplicó por 14 las importaciones realizadas. Así, la región ostentó el liderazgo exportador con el 43% del total andaluz y un crecimiento del 12% en comparación con los siete primeros meses de 2014.

Asimismo, Almería, que ya ha alcanzado el 73,4% del total ingresado en 2014 (2.048 millones), destacó en la venta de hortalizas y verduras frescas, que aumentaron su demanda exterior un 7% con 1.212,6 millones (80,7% del total exportado). De lejos, les siguieron otras frutas frescas (174,5 millones), que crecieron un 26%; y la almendra y la avellana (49,3 millones), que multiplicaron sus ventas por 2,5.

Por otro lado, las ventas hortofrutícolas almerienses al exterior crecieron en los diez primeros mercados de destino, entre los cuales Polonia ocupa la sexta posición con 63,5 millones y un auge del 10,7%.

**Frutas y hortalizas andaluzas en Polonia**

Según la Autoridad Europea de la Seguridad Alimentaria (EFSA), Polonia es el mayor consumidor de frutas y hortalizas de toda Europa. En concreto, el país es el líder incuestionable en hortalizas, con más de cien kilogramos por persona al año. Paralelamente, hay que tener en cuenta que esta abultada demanda no se logra satisfacer con la producción local, por lo que las importaciones de productos frescos han estado al alza en los últimos años con una alta dependencia del producto español.

El valor total de las exportaciones hortofrutícolas andaluzas a Polonia, noveno mercado de este sector para la comunidad, ascendió a más de 93,4 millones de euros en los siete primeros meses de 2015, un 9% más que en el mismo período del año anterior, lo que supuso más de 1 de cada 4 euros ingresados por España (27,5% del total de 340,3 millones).

De este modo, Andalucía se estableció como la segunda mayor exportadora del panorama nacional al mercado polaco, tan solo por detrás de la Comunidad Valenciana (122,2 millones), con una balanza comercial totalmente positiva en la que las exportaciones multiplicaron por más de 200 a las importaciones.

Almería lideró también el ranking por provincias de ventas a Polonia, con un crecimiento del 10,7% y

unos ingresos de 63,5 millones de euros, que supusieron el 68% del total exportado. Detrás se encontró Huelva, con 10,7 millones y un 11,5% del total; mientras que Sevilla reunió 9,7 millones, un 10,4% del total y un considerable alza del 27,8%.

Por otro lado, entre los productos hortofrutícolas andaluces con mayor demanda en Polonia se hallaron las hortalizas y verduras frescas, con más de 60 millones de euros y un incremento del 8% con respecto al año anterior (64,4% del total).

Asimismo, destacaron otras frutas frescas (16,4 millones); cítricos (7,3 millones) que crecieron un 22,4%; aceitunas de mesa y almazara (6,6 millones) con un alza prominente del 47%; conservas vegetales (1,5 millones y un alza del 3,4%); y hortalizas y verduras congeladas (675.000 euros), que han más que cuadruplicado sus cifras con respecto a los siete primeros meses de 2014.
- See more at:
http://www.extenda.es/web/opencms/extenda/noticias/noticia_1444.html#sthash.b602AVbj.dpuf

La Consejería de Economía y Conocimiento, a través de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, ha organizado un encuentro comercial con casi un centenar de entrevistas para el sector hortofrutícola en Polonia en el que participan seis empresas andaluzas. Esta actividad, que comenzó ayer y finalizará el próximo jueves 1 de octubre, cuenta con el apoyo de la Oficina de Promoción de Negocios de Extenda en Varsovia.

Andalucía sigue liderando las exportaciones nacionales del sector hortofrutícola en los siete primeros meses de 2015 con unos ingresos totales de 3.503 millones de euros, un 13% más que en el mismo período del año anterior. Asimismo, la comunidad se erigió como la segunda comunidad de España con mayores cifras de ventas en Polonia, tan solo por detrás de la Comunidad Valenciana, con 93,4 millones de euros y más de uno de cada cuatro euros ingresados por España (27,5%).

Con el fin de poner en contacto a los importadores y distribuidores del mercado polaco con los productos hortofrutícolas de Andalucía, el foro comercial internacional cuenta con una serie de reuniones bilaterales entre los asistentes para entablar lazos comerciales. Así, las firmas andaluzas lograrán introducir, consolidar y fomentar su presencia en este país vecino de la Unión Europea.

De este modo, la agenda de la semana se articula a través de casi un centenar de entrevistas individuales con operadores internacionales en las ciudades de Varsovia y Cracovia. Además, las firmas andaluzas participantes realizarán una prospección de mercado ‘in situ’ mediante la visita a distintas cadenas de supermercados y a las sedes de los compradores e importadores del país centroeuropeo.

Delegación andaluza

La delegación de firmas representantes de los productos hortofrutícolas de Andalucía está compuesta por un total de seis empresas de las cuales la mayor parte procede de Almería (Hermanos Daza Palmero; Caparros Nature; Zoi Agrícola; Agro-Ber 2010; y Miguel Rodríguez López); mientras que la compañía restante representa a la provincia de Granada (Frutas Rafael Manzano e Hijos).

Andalucía: mayor exportadora hortofrutícola

Según datos de Extenda, en los primeros siete meses de 2015, las exportaciones hortofrutícolas andaluzas al mundo han supuesto un total de 3.503 millones de euros, un 13% más que en el mismo período de 2014.

El saldo positivo de la balanza comercial andaluza (1.468 millones), con una tasa de cobertura del 172,2%, es 112,7 puntos superior a la española y contrarresta los datos negativos arrojados por la balanza española (59,5%). De este modo, Andalucía consolida su liderazgo en las ventas del sector con el 33,3% del total nacional, por encima de la Comunidad Valenciana (23,4%) y Murcia (17,7%).

Por otro lado, nueve de los diez principales mercados receptores del producto hortofrutícola andaluz se encuentran en crecimiento. Durante los siete primeros meses del año, Alemania, con 879 millones

de euros, se situó como el primer foco de ventas, con el 25% del total y un aumento del 9%; seguida de Francia, con 517 millones y un alza del 10,5%; y Reino Unido, con 478,6 millones y un alza del 27%.

En cuarto lugar se halló Países Bajos, con 364,3 millones y un alza del 20%; seguido de Italia que creció un 17,3% (con casi 237 millones); y Estados Unidos (126 millones), primer destino extracomunitario que experimentó el mayor crecimiento del ranking de los diez primeros mercados con una subida del 27,4%. Tras él se encontró Portugal (115,8 millones y un leve descenso del 1%); Bélgica con un alza del 16% (94 millones); Polonia. que como noveno mercado creció un 9% (93,4 millones); y Suecia (80 millones), que incrementó su demanda un 24,2%.

Por provincias, las ventas estuvieron lideradas en estos siete primeros meses del año por Almería, con 1.503,4 millones de euros, el 43% del total y un alza del 12%; seguida de Huelva, con 771,4 millones, el 22% del total y un alza del 9%; y Sevilla, con 608,4 millones, el 17,4% del total y un alza en sus ventas al exterior del 15,5%.

Liderazgo mundial del hortofrutícola almeriense

La provincia de Almería se alzó como el territorio de la comunidad con mayor tráfico de exportaciones de frutas y hortalizas en el período de enero a julio de 2015 con un total de 1.503,4 millones de euros, lo cual multiplicó por 14 las importaciones realizadas. Así, la región ostentó el liderazgo exportador con el 43% del total andaluz y un crecimiento del 12% en comparación con los siete primeros meses de 2014.

Asimismo, Almería, que ya ha alcanzado el 73,4% del total ingresado en 2014 (2.048 millones), destacó en la venta de hortalizas y verduras frescas, que aumentaron su demanda exterior un 7% con 1.212,6 millones (80,7% del total exportado). De lejos, les siguieron otras frutas frescas (174,5 millones), que crecieron un 26%; y la almendra y la avellana (49,3 millones), que multiplicaron sus ventas por 2,5.

Por otro lado, las ventas hortofrutícolas almerienses al exterior crecieron en los diez primeros mercados de destino, entre los cuales Polonia ocupa la sexta posición con 63,5 millones y un auge del 10,7%.

Frutas y hortalizas andaluzas en Polonia

Según la Autoridad Europea de la Seguridad Alimentaria (EFSA), Polonia es el mayor consumidor de frutas y hortalizas de toda Europa. En concreto, el país es el líder incuestionable en hortalizas, con más de cien kilogramos por persona al año. Paralelamente, hay que tener en cuenta que esta abultada demanda no se logra satisfacer con la producción local, por lo que las importaciones de productos frescos han estado al alza en los últimos años con una alta dependencia del producto español.

El valor total de las exportaciones hortofrutícolas andaluzas a Polonia, noveno mercado de este sector para la comunidad, ascendió a más de 93,4 millones de euros en los siete primeros meses de 2015, un 9% más que en el mismo período del año anterior, lo que supuso más de 1 de cada 4 euros ingresados por España (27,5% del total de 340,3 millones).

De este modo, Andalucía se estableció como la segunda mayor exportadora del panorama nacional al mercado polaco, tan solo por detrás de la Comunidad Valenciana (122,2 millones), con una balanza comercial totalmente positiva en la que las exportaciones multiplicaron por más de 200 a las importaciones.

Almería lideró también el ranking por provincias de ventas a Polonia, con un crecimiento del 10,7% y unos ingresos de 63,5 millones de euros, que supusieron el 68% del total exportado. Detrás se encontró Huelva, con 10,7 millones y un 11,5% del total; mientras que Sevilla reunió 9,7 millones, un 10,4% del total y un considerable alza del 27,8%.

Por otro lado, entre los productos hortofrutícolas andaluces con mayor demanda en Polonia se

hallaron las hortalizas y verduras frescas, con más de 60 millones de euros y un incremento del 8% con respecto al año anterior (64,4% del total).

Asimismo, destacaron otras frutas frescas (16,4 millones); cítricos (7,3 millones) que crecieron un 22,4%; aceitunas de mesa y almazara (6,6 millones) con un alza prominente del 47%; conservas vegetales (1,5 millones y un alza del 3,4%); y hortalizas y verduras congeladas (675.000 euros), que han más que cuadruplicado sus cifras con respecto a los siete primeros meses de 2014.

Redacción