

Extenda promociona los productos agroalimentarios de doce empresas andaluzas en Estados Unidos

Noticias

Su principal objetivo promocionar la gastronomía andaluza en los Estados Unidos y que las empresas andaluzas participantes puedan introducirse en el mercado, lanzar nuevos productos e impulsar su imagen corporativa

Un total de doce empresas agroalimentarias andaluzas participan, gracias al apoyo de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, a través de **Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior**, en un encuentro comercial en Estados Unidos que comenzó ayer, 27 de abril, y finalizará el próximo 1 de mayo en las localidades de Atlanta y Washington D.C.

Esta acción internacional tiene como objetivo promocionar la gastronomía andaluza en los Estados Unidos y que las empresas andaluzas participantes puedan introducirse en el mercado, lanzar nuevos productos e impulsar su imagen corporativa en el país. Además, con estas entrevistas con importadores y distribuidores se pretende ampliar la presencia de las firmas de la comunidad en nuevas zonas geográficas y canales.

El pasado día 27 de abril comenzó el encuentro con importadores norteamericanos en la sede de la Embajada Española en Washington, y hoy ha continuado la misión comercial en el hotel Crowne de Atlanta.

Según los datos de Extenda, Estados Unidos es el primer destino no europeo de las exportaciones españolas y andaluzas de productos agroalimentarios, casi alcanzando los mil millones de euros en 2014 de los que 498,2 son de Andalucía. En este contexto, la comunidad se posiciona como líder exportador nacional del sector, con el 38,5% de las ventas.

Asimismo, las empresas que forman parte de la delegación andaluza proceden de Sevilla (Industria Aceitunera Marciense, Salysol, Framoliva, Consorcio de Jabugo, Campomar Nature y La Regaña Don Pelayo), Granada (Espadafor, Echinac y Saffron Family Spain), Málaga (Ubago), Almería (Luxeappears) y Córdoba (Único Vinagres y Salsas).

En esta ocasión Extenda ha apostado por destinos nuevos que ofrecen buenas oportunidades para Andalucía, Atlanta y Washington D.C. donde se ha detectado una fuerte demanda de productos como las Conservas Vegetales, de pescado y algas, platos preparados, quesos, dulces, chocolates, sal y especias, sobre todo. Concretamente en los últimos años, ambos centros neurálgicos se han erigido como ejes para una red de comercio con otras ciudades como Carolina del Norte y del Sur y Alabama, en el caso de Atlanta; así como Baltimore y Virginia, en el de Washington D.C.

Los informes de las Oficinas de Promoción de Negocios de Extenda en Miami y Nueva York señalan que la sofisticación de gustos y hábitos alimenticios ha suscitado un aumento de la demanda de productos saludables en ambas regiones.

Exportaciones agroalimentarias andaluzas a EE.UU.

Según los datos de Extenda, las exportaciones agroalimentarias y de bebidas de las empresas de Andalucía a Estados Unidos en 2014 han aumentado un 45,7% respecto al año anterior, y alcanzan ya los 498,2 millones de euros. Estas cifras mantienen a la comunidad andaluza como líder nacional en este sector. De esta forma, Estados Unidos es actualmente el séptimo mercado de destino de este sector y el primero no comunitario para Andalucía.

Respecto a las provincias, casi todas registran un notable crecimiento en comparación con los datos recogidos en 2013 en Estados Unidos. Asimismo, Sevilla es la que más ha exportado (281 millones de euros) con el 56,4% del total y un alza del 21,2%; seguida de Córdoba (76,3 millones) con un crecimiento del 71,8%, y Málaga en tercer lugar con 72,8 millones y un alza del 199,5%.

Por otro lado, los productos más exportados durante 2014 al mercado estadounidense ha sido el aceite de oliva con un total de 241,6 millones de euros, es decir, el 48,5% del total y con un crecimiento de más del 208%, más que triplicando las cifras de 2013. En segundo puesto están los productos hortofrutícolas con un alza del 9,8% respecto al 2013, con lo que se alcanzan los 187,6 millones exportados; en tercer lugar está la panadería con 18,8 millones y en cuarta posición de encuentran los vinos con 13 millones y un alza del 77,5% con respecto a 2013.

Mercado EE.UU.

Atlanta , llamada capital del sudeste de los Estados Unidos, está situada en el estado de Georgia y tiene 10 millones de habitantes. En Atlanta tienen sus centros directivos grandes empresas como Coca Cola, CNN, Delta Airlines, Home Depot etc., todas pertenecientes al ranking Fortune 500 lo que hace que la ciudad tenga un ambiente muy propicio para los negocios. Además el llamado Greater Atlanta es su núcleo urbano con cerca de seis millones de habitantes y la novena zona metropolitana de EE.UU.

Las empresas que operan en Atlanta en el sector agroalimentario tienen un radio de acción que llega hasta el norte de Florida, las dos Carolinas y estados como Tennessee, Alabama o Mississippi, zonas que no forman parte del circuito habitual de misiones comerciales y ferias de alimentación.

Asimismo, el área metropolitana de Washington tiene una población de nueve millones y medio de habitantes y como capital de Estados Unidos la ciudad influye de manera económica y social en todo el país. En la zona existen 400 asociaciones internacionales de diferentes industrias, incluyendo la alimentaria, y think tanks muy influyentes. DC Metro Area es uno de los destinos turísticos más importantes del país y cada año atrae una media de 18 millones de visitantes y es un destino culinario de referencia en el país.

Extenda