



# Embajadoras murcianas del 'made in España'

España presenta una imagen saludable de cara al exterior. El turismo valora el sol, la playa y la gastronomía, pero el país sustenta su potencial con otros pilares fundamentales, entre ellos el comercio internacional. En 2018, unas 52.000 empresas nacionales exportaron un 2,9% más con respecto a 2017 y alcanzaron los 285.024 millones de euros, según datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. A este resultado contribuyó en gran medida la Región, que volvió a batir el récord de exportaciones, al superar los 10.747 millones de euros. Así, Murcia se consolida como la quinta provincia más exportadora de España, y los principales destinos de sus productos son Francia, Italia, Alemania y Reino Unido.

La Comunidad cuenta con más de 5.000 compañías exportadoras. De todas, ElPozo Alimentación, el buque insignia del Grupo Fuertes, tiene a gala ser la marca más representativa del tejido productivo regional, tanto por resultados como por creencia popular. La clave de su triunfo consiste en conseguir un equilibrio perfecto entre la adaptación permanente a las exigencias del mercado y el liderazgo de una gestión basada en la innovación, la flexibilidad y su forma de entender la alimentación.

La empresa de Alhama de Murcia, con una plantilla que supera los 5.000 empleos directos y otros 23.000 indirectos, hace Región en el plano internacional desde 1990. Aplica un modelo de exportación basado en la diferenciación de los alimentos en base a las necesidades de los consumidores, lo que le permite conseguir una excelente acogida en los distintos mercados y una importante expansión global. En este sentido, ha logrado mantener en los últimos años un ritmo de crecimiento superior al doble dígito anual.



La compañía, que cuenta con delegaciones en Francia, Portugal y Shanghái, está presente en 82 naciones, con una gran penetración en Asia y Europa, incluyendo a los países del Este. Precisamente, sus productos reciben continuos reconocimientos internacionales. Entre los más recientes destaca la Medalla de Oro a la Calidad Excelente que concede la Sociedad Agrícola Alemana y uno de los más prestigiosos en el mercado germano, principalmente entre los consumidores y la distribución, a 'Fuetec' y 'Chorizo Sarta Picante'.

Su marcado carácter exportador se refleja en la asistencia a las principales ferias del sector. De hecho, ElPozo ha participado esta semana en Anuga 2019, en Colonia (Alemania), considerado el principal punto de encuentro global para la industria agroalimentaria, con el objetivo de posicionar su marca de productos frescos ExtraTiernos y las soluciones destinadas a exportación con innovaciones como loncheados de jamón serrano que no necesitan frío o la nueva imagen de la familia de 'Fuetec', entre otras.

En cuanto a los retos que la empresa contempla a nivel internacional, los puntos más destacados son mejorar los resultados en Latinoamérica y África, y cerrar otros acuerdos con socios locales de reconocido prestigio con los que desarrollar proyectos eficientes y competitivos como ya ocurre en Rusia.

## **Directos al mundo**

El sector del dulce factura en la Región 230 millones de euros al año y genera unos 1.200 empleos directos, más los puestos indirectos relacionados con suministro de ingredientes, envases, embalajes, maquinaria y logística. La marca Fini Golosinas abanderada esta industria con una producción que supera los 1,4 millones de kilos anuales fabricados en Molina de Segura y que destina el 80% al comercio exterior, donde está presente en más de un centenar de países y con filiales propias en Reino Unido, Francia, Italia, Estados Unidos, Chile, Colombia y Perú.



Además, tiene una segunda fábrica en Brasil que ha permitido incrementar la presencia de su surtido en Latinoamérica.

La empresa familiar, que lleva más de 40 años de actividad, apuesta por la internacionalización como factor clave para su crecimiento y siguiendo la tendencia positiva de los últimos años. Por ello, consiguió elevar su facturación en 2018 hasta los 222 millones de euros, lo que supuso un aumento de ventas de más del 7% con respecto al año anterior.

Seguir en lo más alto requiere de I+D+i, y Fini Golosinas apuesta por renovar continuamente su catálogo para sorprender a su público fiel y nuevas generaciones. Así, como novedad, ha lanzado un nuevo regaliz premium y apto para veganos, un caramelo de goma con forma de demonio y que mezcla su sabor a frutas con diferentes niveles de picante, y un gusano gigante. También ha realizado una versión mejorada de la fresa rellena con motivo de su 25 aniversario y ampliado el segmento sin azúcar con los chicles 'Klets tutti-frutti'. Igualmente, ha adaptado la demanda creciente de las mesas dulces con 'Fini candy bar', una selección de sus mejores golosinas para dar color y sabor a todo tipo de celebraciones.

### **Sabor clásico e inesperado**

Vidal Golosina también sitúa a la Región de Murcia en el mapa mundial del sector de la confitería de azúcar, gracias a que cuenta con una quincena de plataformas internacionales -la última en abrirse fue la de Japón- y presencia comercial en 90 países, entre ellos Estados Unidos, Reino Unido y Australia. En concreto, el mercado exterior absorbe el 75% de su cifra de negocio, un dato que confirma la visión de los fundadores de la marca que, una década después de su nacimiento (1963), adquirieron una empresa de distribución británica, renombrada Vidal International, para traspasar fronteras.

Además, la compañía fue la primera de España en participar con 'stand' propio en la principal feria ISM en Alemania en 1972 (principal evento de



confitería) y desde entonces no ha dejado de asistir a las citas internacionales de la industria, celebradas en Francia, Italia, Canadá, EE UU y Dubái, entre otras.

La empresa tiene capacidad para fabricar hasta 75 millones de piezas diarias, con miles de referencias de productos adaptados a las características de cada mercado. Su surtido es muy variado (caramelos de goma, con palo, depositados y blandos masticables, regaliz, chicles grageados y marshmallow) y se renueva continuamente con más formatos, formas y colores, con la finalidad de adaptarse a las demandas de los clientes y, en ocasiones, adelantarse a las tendencias. Prueba de ello son los clásicos melones de chicles, ladrillos y Rellenolas, que cuando salieron a la venta marcaron un antes y un después en esta industria, como ocurrió con las reconocidas fresas silvestres, que cumplen 35 años desde su lanzamiento.

La compañía, que cuenta con factorías en Molina de Segura, Cieza y Hellín y un equipo humano formado por 1.200 empleados, cerró el pasado año con 152 millones de euros de facturación, un 11% más que el anterior.

### **En boca de todos**

Dentro del mundo vinícola, la suya es una historia que aúna ilusión, pasión y respeto. Bodegas Juan Gil data de 1916 y, algo más de un siglo después, su continua evolución se refleja en la buena acogida que tiene esta marca y sus productos (tintos, rosado y blanco) no solo entre el público murciano, sino también en los mercados nacionales e internacionales. Este triunfo, en la actualidad, es obra de la cuarta generación, y con la quinta ya asomando, cuya gestión destaca por ensamblar la tradición con la última tecnología, para situar a Juan Gil, Jumilla y la Monastrell en el lugar que merecen dentro de la industria.

En 2002 se creó el grupo Juan Gil Bodegas Familiares, un proyecto que abarca bajo una misma marca comercial un amplio y variado portafolio de



vinos españoles elaborados con variedades autóctonas de diferentes denominaciones de origen (Jumilla, Almansa, Calatayud, Rueda, Montsant, Rías Baixas, Campo de Borja, Priorat y Rioja) más la IGP Vinos de la Tierra de Castilla y León. En total, integra once bodegas y cuenta con unas 1.500 hectáreas de viñedos con distintas características gestionados en propiedad. Los de Jumilla, por ejemplo, están situados entre 700 y 850 metros de altitud, sobre un suelo arenoso y calizo, pedregoso en la superficie, muy pobre en nutrientes y con una gran capacidad para retener la escasa agua que recibe. La Monastrell, tanto en las cepas de más de 40 años como en otras más jóvenes, es la variedad predominante junto a la Syrah, la Cabernet, la Merlot y la Petit Verdot.

Juan Gil Bodegas Familiares exporta a más de 40 países, siendo Estados Unidos su mercado inicial. Precisamente, el famoso catador estadounidense Josh Reynolds, responsable de puntuar vinos para la revista 'Vinous', publicó el artículo 'España mediterránea, diversidad y coherencia' en el que reconoció a El Nido 2016 con la mejor puntuación, 96 puntos sobre 100, entre una selección de referencias nacionales. En esa lista incluyó en lo más alto a otras marcas del grupo, como Juan Gil Etiqueta Azul y Juan Gil Etiqueta Plata, calificados con 93 y 92 puntos respectivamente.

En apoyo a la cultura, a través del cine y la música, la bodega jumillana convocó con motivo de su centenario, en 2016, el Premio Internacional de Composición de Bandas Sonoras Juan Gil, el más importante de su categoría y de mayor dotación del mundo, 50.000 euros a un único ganador. El certamen, de carácter bienal, tiene la misión de apoyar a los compositores de entre 18 y 35 años que emprenden su carrera orientada a la música de cine. Para ello, se rueda un corto especialmente para cada convocatoria y se invita a los interesados a presentar sus propuestas. La última ganadora fue la georgiana Ana Kasrashvili, de 32 años.

