

## BALEARS EXPORTA 763 PRODUCTOS INDUSTRIALES Y AGROALIMENTARIOS A 159 PAÍSES

**IMPULSA BALEARS insta a las empresas de las islas a cultivar su imagen de marca para internacionalizarse y crear más valor**

PALMA · IMPULSA BALEARS ha dado a conocer esta mañana la nueva actualización de [i|exporta](#), según la cual, Balears ha exportado, a lo largo del último año, bienes agroalimentarios e industriales a 159 países del mundo. Según el cómputo anual de 2023, el principal mercado exterior ha seguido siendo Europa (63,5%) –con Países Bajos (12,4%), Alemania (12,1%) y Francia (11%) como principales socios– y Latinoamérica (6,4%) –destacando República Dominicana (2,2%), Jamaica (2%) y México (1,2%).

Así, el tejido balear ha posicionado en los mercados internacionales un total de 763 productos que se pueden agrupar en un conjunto de 123 familias distintas. Se trata, pues, de una cesta exportadora que, junto con la del año anterior, es la más diversificada de la última década. En su composición, destacan los productos minerales (34,1%) y los productos de plástico y caucho (24,4%), si bien ambos responden a las entradas y salidas de productos cuya vinculación con la realidad productiva balear es, más bien, circunstancial. En lo que respecta a la presencia de las manufactureras tradicionales destacan las partidas de calzado (3,6%), preparados de belleza (2,3%) y perfumes (1,9%), frutas con cáscara (0,9%) –como la almendra–, gomas y extractos vegetales (0,8%) –entre los que se encuentra la goma garrofín–, vinos y otros alcoholes (0,8%), manufacturas de cuero (0,6%), productos cerámicos (0,6%), carne y embutidos (0,6%), queso y requesón (0,4%), patatas (0,3%), etc.



Con todo, la composición de la cesta exportadora balear revela ventajas comparativas significativas respecto de la cesta exportadora española, concretamente, en 102 partidas distintas. La mayoría de estas ventajas comparativas reveladas se están consolidando en el ámbito de la industria náutica, con un claro perfil expansivo los últimos años, a través de la exportación de yates y otras embarcaciones recreativas –pues la concentración de esta partida en la cesta balear supera 9,5 veces la que tiene en la cesta nacional–, así como de toldos y velas (9,7); pero también en el ámbito de actividades manufactureras tradicionales –como son el calzado de cuero (7,0) y las perlas (2,5)– y de las vinculadas a la agroalimentación –como las patatas (5,1) y el queso (2,0).

Aun así, hoy, en Balears, la base de empresas industriales exportadoras sigue siendo reducida, pues, según los últimos datos de la Agencia Tributaria (ejercicio 2021), se limita al 13,2% de las unidades con sede en las islas. Se trata del tercer porcentaje más bajo del panorama nacional (21,4%), y por tanto, alejado de las comunidades con un sector industrial más abierto al exterior, como son Cataluña (30,1%), La Rioja (29,2%) y Navarra (27,6%).

### La marca, el mejor pasaporte para conquistar el mercado exterior

En este escenario, un aliado imprescindible en la internacionalización de las empresas en Balears es cultivar una sólida estrategia y gestión de marca. Así lo refleja la última publicación de [ijmercados](#), elaborada por la Unidad de Inteligencia Económica de IMPULSA BALEARS, y que ha desgranado el director técnico de la Fundación, Antoni Riera, en el [Meeting · Branding, cultivando el valor de los intangibles](#) que se ha celebrado esta mañana.

Riera ha asegurado que “la imagen de marca es un importante activo intangible y un generador de valor añadido, fundamentalmente, desde dos vías muy relevantes en nuestro archipiélago: el impulso de la productividad y la apertura al exterior”. En este sentido, ha destacado que “dar el salto al exterior representa una gran oportunidad para elevar la propuesta de valor de las empresas de Balears, en la medida que invita a activar palancas de eficiencia e innovación que en estos momentos son clave para mejorar el posicionamiento competitivo de las islas”.

En el encuentro, que ha contado con el apoyo de [ESTEL INGENIERÍA Y OBRAS](#) como patrono anfitrión, también han participado representantes del tejido empresarial balear. En concreto, han compartido su experiencia en sus procesos de internacionalización la directora general de MAC Hotels, Begoña Amengual, el CEO de Estel Ingeniería y Obras, Antoni Ballester, y el director de innovación de HBX Group, José María Pestaña. El director comercial de Estel Ingeniería y Obras, Edmundo Soares, ha dado la bienvenida al acto, y el conseller de Economía, Hacienda e Innovación, Antoni Costa, ha cerrado la jornada.

Para tener acceso a la aplicación [i|exporta](#), y también al último número de la publicación de [i|mercados](#), solo hay que registrarse en la [web de IMPULSA BALEARS](#). El registro es gratuito y solo es necesario proporcionar un correo electrónico.

#### Sobre IMPULSA BALEARS

IMPULSA BALEARS es una plataforma de conocimiento estratégico e interacción regional que trabaja para facilitar la toma de decisiones de los agentes económicos y sociales en sus respectivos procesos de reformulación estratégica y contribuir, así, al impulso de la competitividad global de Balears. Como entidad privada sin ánimo de lucro reconoce al conjunto de la sociedad balear como principal beneficiario de las actuaciones que desarrolla de forma rigurosa, sistemática, independiente y siempre alineada con los marcos estratégicos europeos y de gobernanza global, como la Agenda 2030.

Contacto: Ana Martínez Aguirre

[anamartinez@impulsabalears.org](mailto:anamartinez@impulsabalears.org)