Andalucía despliega su potencial agroalimentario en Anuga

Extenda-Andalucía Exportación e Inversión Extranjera apoya a una treintena de empresas agroalimentarias andaluzas en la feria bienal Anuga 2021 que se celebra, desde el pasado 9 de octubre y hasta hoy día 13, en el recinto ferial Kölnmesse de Colonia (Alemania).

La muestra germana está considerada, junto a Sial París, la primera cita mundial de la industria de los alimentos y las bebidas, un sector que encuentra en Europa su principal mercado de destino,

con 6.256 millones de euros exportados, el 81% del total, en los primeros siete meses del año.

Esta acción se engloba en el marco de actuaciones previstas exclusivamente por Extenda para el sector agroalimentario en 2021, que ya ha ejecutado más de medio millar de actividades en un ámbito prioritario para el comercio exterior de la región. Anuga es, junto a Sial París, la feria con mayor relevancia internacional para el sector agroalimentario y está dirigida a un público exclusivamente profesional. Los principales objetivos de los visitantes que acuden a la muestra, desde mayoristas o minoristas hasta prescriptores de opinión, son descubrir nuevas tendencias y productos, conocer los progresos del mercado y acceder a nuevos proveedores.

A su vez, es una oportunidad para potenciar la presencia de productos agroalimentarios andaluces en los principales mercados mundiales, y especialmente en Alemania, tradicionalmente el primer país de destino del agroalimentario andaluz, con 1.471 millones de euros exportados, entre enero y julio de 2021, lo que la sitúa, una vez más, como la primera comunidad en ventas al mercado germano y con cifras récord de para el periodo.

El consejero delegado de Extenda, Arturo Bernal, visitó a las empresas andaluzas apoyadas en Anuga para significar el apoyo del Gobierno andaluz “a un sector que mantiene cifras de récord en sus exportaciones, mes tras mes, durante 2021”. El consejero delegado de Extenda estuvo acompañado por Ricardo Martínez, embajador de España en Alemania; José Miguel Herrero, director general Industria Alimentaria del Ministerio Agricultura, Pesca y Alimentación; Purificación González, subdirectora general de Promoción de Alimentos de España; y María Naranjo, directora de Agroalimentario de Icex.

Asimismo, Arturo Bernal destacó que “el agroalimentario es una de los grandes puntales de Andalucía en el exterior, sector donde somos líderes y donde reflejamos la calidad e innovación de la región, reforzando así el prestigio de la ´Marca Andalucía´ asociada a la imagen de España bajo la cual nos promocionamos en todo el mundo”.

“La industria agroalimentaria andaluza avanza liderando, algo muy significativo si se tiene en cuenta que, a diferencia de otros sectores, el agro andaluz continuó creciendo en el difícil 2020, en lo más duro de la pandemia, y en 2021 progresa sustancialmente, manteniendo la multiplicidad de sus destinos con países como Estados Unidos, China, Canadá o Corea del Sur, mercados de gran valía para la diversificación de nuestra cuenta exportadora”, añadió en Anuga el consejero delegado de Extenda.

Empresas andaluzas

De la treintena de empresas que acuden a Anuga apoyadas por Extenda, trece provienen de Sevilla (Saladitos, Torres y Ribelles, Oleoestepa, Salysol, Cuyar, Doray, Inés Rosales, Cárnicas Coviher, Aceitunas Losada, Enternational, Landaluz, Manzanilla Olive y Aceitunas Valdelacasa), que ostenta la máxima representación regional.

También participan en Anuga firmas de Córdoba (Jamones Sierra Morena, Toro Albalá, Iberandalus, Arteoliva y Almondterra-Fruiterra), Jaén (Jaencoop, Embutidos Carchelejo-Molino de Aguas Blancas, Aceites Vallejo y Aceites Oro de Bailén) y Málaga (Alsur, Triselecta y LY Company). De igual modo, desde Almería están presentes Luxeapers y Calconut; de Cádiz, Vinagres de Yema; de Granada, Iffco Iberia; y de Huelva, Hudisa.

La organización de esta acción en Anuga por parte de Extenda será cofinanciada con fondos procedentes de la Unión Europea a través del P.O. FEDER de Andalucía 2014-2020, dotado con una contribución comunitaria del 80%, o cualquier otro Programa Europeo susceptible de cofinanciar esta acción.

En la última edición de 2019, Anuga acogió a 7.405 expositores de 107 países y a un total de 165.000 profesionales visitantes de 198 países. Estos agentes conocieron la oferta repartida en una superficie expositiva de 284.000 metros cuadrados.

Récord de exportaciones agroalimentarias

Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía alcanzaron los 7.756 millones de euros en los primeros siete meses de 2021, su mejor registro histórico para un periodo enero-julio desde que existen datos homologables (1995), gracias a un crecimiento interanual del 7,3%. Se trata de un sector estratégico, que lleva aportados más de 5.000 millones de euros de saldo positivo con el exterior a la economía regional en 2021. Este importante incremento se une al fuerte incremento de las empresas exportadoras, del 19,8% interanual, hasta alcanzar las 3.522. Con todo ello, Andalucía refuerza su liderazgo en las exportaciones de alimentos y bebidas de España, con cerca de uno de cada cuatro euros (22,6%) del total de las ventas nacionales (34.325 millones).

En los primeros siete meses de 2021, han crecido las ventas de ocho de los diez primeros capítulos exportados por el sector agroalimentario andaluz, que continúan liderando las hortalizas, con 2.140 millones de euros, el 27,6% del total, con un alza del 1,5% respecto a los siete primeros meses del año anterior; seguidas de las frutas, con 2.110 millones, el 27,2% del total y un aumento del 8,3%; el aceite de oliva, con 1.507 millones (19,4% del total) y una subida del 14% y, en cuarto puesto, están las conservas hortofrutícolas, con 418 millones, el 5,4%, y un descenso del 6,2%.

Sin embargo, son los pescados y mariscos, las plantas vivas y otras grasas y aceites, los tres capítulos que más crecen en 2021 en el *Top10*: los pescados y mariscos (7º), con 163 millones (2,1%), registran el mayor incremento, con un crecimiento del 42%; otras grasas y aceites (6º), con 183 millones, el 2,4% del total y un aumento del 28,5%, segundo mejor alza del *Top10*; y las plantas vivas y productos de floricultura (8º), con 114 millones (1,5%) y una subida del 22,6%.

Almería lidera, con Jaén y Córdoba con los mayores crecimientos

Almería mantiene su liderazgo agroalimentario en los siete primeros meses de 2021, con un 28%

de las exportaciones andaluzas, que supone 2.190 millones de euros, un 5% más respecto al mismo periodo del año anterior. Le siguen Sevilla, con 1.633 millones, el 21,1%, con un crecimiento del 6,5%; y Huelva, con 1.267 millones, el 16,3% del total, y un crecimiento del 12,6%.

El fuerte incremento de las ventas de aceite de oliva se refleja en buena parte del crecimiento de la mayoría de las provincias, especialmente en Jaén, que es la que más crece, un 22,2%, hasta alcanzar los 199 millones de euros (2,6%), y en Córdoba, quinta provincia exportadora, que con 636 millones (8,2%) crece un 15,6% más interanual. Le siguen Granada, que sube sus ventas un 7,4%, hasta los 554 millones (7,1%); y Cádiz, con un alza del 8,5% hasta los 517 millones (6,7%); y finalmente Málaga, cuarta, que en esta ocasión decrece ligeramente un 2,1%, hasta alcanzar los 760 millones, el 9,8% de Andalucía.

Diversificación, con crecimiento en todos los continentes

Europa es el principal destino del agro andaluz, en cuyos principales mercados siguen aumentando sus exportaciones en el período enero-julio de 2021. Además, se mantiene la diversificación de destinos, siendo extracomunitarios dos de los primeros diez países, China y Estados Unidos, que siguen creciendo en estos primeros siete meses.

Alemania continúa como primer mercado de destino de las exportaciones agroalimentarias andaluzas en los siete primeros meses de 2021, con 1.471 millones de euros y el 19% del total, con un alza del 7,3% respecto a enero-julio de 2020, y récord de ventas desde que existen datos estadísticos (1995) para el periodo.

Le sigue Francia, con 1.033 millones y el 13,3%, con un crecimiento del 8,4%; Italia, con 752 millones y el 9,7% del total y una subida del 23,4% la mayor del *Top10*; Reino Unido, que baja un 4,2% hasta los 737 millones (9,5% del total); los Países Bajos, con 551 millones y el 7,1%, con un alza del 6%; y Portugal, con 545 millones y el 7%, con un crecimiento del 20,3%, el segundo mejor del *Top10*.

En séptimo lugar, se encuentra el primer destino extracomunitario, Estados Unidos, con 459 millones y el 5,9%, que crece un 5,6%. Le sigue Polonia, con 196 millones (2,5%) y un incremento del 7,2%; China, que se posiciona como noveno destino con 179 millones, el 2,3%, y un crecimiento del 0,1%; y, en el décimo lugar, Bélgica, con 164 millones (2,1%) y alza del 0,1%.

Asimismo, en este periodo, Andalucía incrementa sus ventas agroalimentarias a más destinos extracomunitarios que aportan diversificación a la factura exportadora del sector, como son Marruecos (17º mercado), con un crecimiento del 20,2% hasta alcanzar los 62 millones; Corea del Sur (18º posición), siendo el mercado que más crece de los veinte primeros, un 51%, hasta alcanzar los 57 millones; y Canadá (20º posición), donde se produce un avance del 9% hasta los 55 millones.