Andalucía potencia su exportación agroalimentaria a Asia

Extenda ha organizado la participación agrupada de casi una decena de empresas andaluzas de alimentación y bebidas en la principal feria de Asia para el suministro de supermercados, la Feria Supermarket Trade Show, que en su edición de 2021 se ha celebrado del 17 al 19 de febrero en formato híbrido, dando a las firmas agroalimentarias la oportunidad de participar tanto de manera remota como presencialmente en el recinto ferial Makuhari Messe de Tokyo (Japón).

De este modo, Extenda ha propiciado que una delegación de cuatro compañías andaluzas se haya desplazado hasta Japón para exponer directamente sus productos en el Pabellón Español que organiza la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). Asimismo, ha organizado la participación virtual de otras cinco empresas, que han contado con un mostrador remoto para exhibir su oferta, localizado en el recinto ferial y asistido por profesionales de la organización.

En ambos casos, las firmas de la comunidad han tenido la oportunidad de dar a conocer sus productos alimentarios de calidad en una cita clave para la distribución tanto en Japón como para toda Asia, hacia donde las exportaciones agroalimentarias andaluzas han crecido un 7,7% en 2020, hasta conseguir récord de ventas por 912 millones.

Organizada por la New Supermarket Association of Japan (NSAJ), la asociación de supermercados de alimentación más grande de Japón, la Supermarket Trade Show ha experimentado un continuado y fuerte crecimiento tanto en empresas expositoras como en visitantes profesionales, lo que refleja el creciente interés por este evento entre los distintos actores participantes en el canal de la distribución minorista.

Diversificación hacia Asia

El consejero delegado de Extenda, Arturo Bernal, ha indicado que la participación del sector agroalimentario andaluz en esta cita tiene un “enorme alcance”, ya que, “como miembros de la New Supermarket Association of Japan, la mitad de los supermercados de Japón están presentes en el evento”. “Esto significa que los distribuidores más importantes del país han conocido de primera mano la destacada calidad de productos tan importantes para el comercio exterior de Andalucía como el aceite de oliva, el vino, las aceitunas o los cárnicos que, además, son muy apreciados por los consumidores”, ha señalado.

La New Supermarket Association of Japan tiene aproximadamente 350 miembros (alrededor de 6.000 supermercados de todo Japón) y más de 800 socios colaboradores entre fabricantes, mayoristas, etc.

Según ha explicado Bernal, el apoyo de Extenda en este evento forma parte de la estrategia de la empresa pública de diversificar el comercio exterior de Andalucía hacia la región de Asia-Pacífico, que cuenta con unas extraordinarias perspectivas de crecimiento y puede ofrecer, por tanto, numerosas oportunidades de negocio a las empresas andaluzas.

Además, como novedad este año, la web de la feria ha incluido información sobre las empresas participantes y los productos en exposición. De este modo, tanto los profesionales inscritos en el evento como el público general pueden conocer a las marcas presentes y los productos de su interés.

Empresas andaluzas en la feria

Un total de nueve firmas de Andalucía han participado como expositoras en la feria, especializadas en la comercialización de aceite de oliva y las aceitunas, el vino, las salsas y los cárnicos. Por un lado, hasta Japón se han desplazado las siguientes empresas: de Sevilla, han acudido las aceiteras Aceites Ybarra y Oleoestepa y las Bodegas González Palacios; y de Córdoba, Hermanos Rodríguez Barbancho, enfocada al a producción de cárnicos.

Por otro lado, han participado en la feria de manera remota la jiennense Pago de Espejo, productora de aceite de oliva; Aceites Tapia, de Málaga; Bodegas Barbadillo, de Cádiz; Cantizano Salsas, también de Cádiz; y Euroliva, firma sevillana del sector de la aceituna de mesa.

La organización de esta acción 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.

Récord de exportación de alimentos andaluces a Asia

El comercio del complejo agroalimentario andaluz con Asia ha experimentado un notable avance en 2020, ejercicio en el que las exportaciones han alcanzado su cifra récord con 912 millones, gracias a un crecimiento del 7,7% respecto a 2019, que ha permitido acumular al sector un superávit con el continente de 534 millones. Las ventas, sin embargo, se han resentido en el ámbito de las bebidas, que han registrado un descenso del 58%, hasta los 53 millones, debido a la caída de la demanda en el canal Horeca por efecto de las restricciones impuestas a raíz de la pandemia.

Andalucía exporta a Asia principalmente aceite de oliva, con 341 millones en ventas, el 37% del total, que descienden un 6,8% interanual en valor debido a la crisis de precios que atraviesa el sector, pero suben un 1,9% por volumen, hasta las 130.000 toneladas. Le siguen en el ranking de los más exportados las carnes y despojos comestibles, con 251 millones, el 27,6% del total, que experimenta la mayor subida de los diez capítulos más exportados con un alza del 50%; y las preparaciones de hortalizas y frutos, con 91 millones, el 10% del total y un descenso del 3,5%.

En cuarto lugar, se sitúan las preparaciones alimenticias diversas, con 58 millones, el 6,3% del total y un aumento del 26,7%, el tercero mayor de los diez primeros capítulos. Otro capítulo que experimenta una importante subida es el de las semillas y frutos oleaginosos, con un alza del 20,8% hasta los 16,5 millones (1,5% del total).

Málaga es la provincia en la que más crecieron las ventas agroalimentarias a Asia en 2020, un 32% interanual, hasta los 328 millones, el 31% del total, lo que la convierte en la segunda provincia exportadora al continente. La primera exportadora es Sevilla, con una factura por valor de 328 millones en 2020, el 36% del total, a pesar de que registra un descenso del 7,8% respecto a 2019.

La segunda provincia en la que más suben las exportaciones al continente asiático es Granada, un 29,7% más, hasta los 78 millones, el 8,5% del total; seguida por Cádiz, con un 20,4% más, hasta los 72 millones, el 7,9% del total; y Jaén, con un 4,4% más hasta sumar 27,4 millones, el 3% del total.

Dentro de Asia, Japón es el segundo mercado para el sector agroalimentario de Andalucía, tras

China, al que vendió en 2020 por valor de 147 millones, el 16,1% del total, lo que supone una bajada del 8,8% respecto a 2019. Andalucía tiene una posición muy competitiva en el comercio exterior con el país nipón, una de las grandes economías mundiales, ya que es la segunda comunidad exportadora de España, con el 18,5% del total de las ventas, sólo adelantada por Cataluña.

Programa Activa Internacional

Esta acción forma parte de la estrategia de apoyo de Extenda a las firmas andaluzas ante la crisis generada por la Covid-19, que ha potenciado a través del Programa Activa Internacional. Este Programa incluye la búsqueda de oportunidades de negocio en mercados en recuperación, apoyo individualizado a través de programas de consultoría y medidas que favorecen su tesorería, por valor de 1,5 millones de euros.

Como parte de esta estrategia, Extenda ha digitalizado programas de internacionalización y ha lanzado nuevas iniciativas, adaptando su desarrollo al ámbito digital, con el fin de que las firmas de la comunidad puedan mantener su actividad en el exterior.

Igualmente, para contribuir a la liquidez de las empresas andaluzas, Extenda ha devuelto a las empresas las cuotas pagadas por actividades suspendidas, y ha aprobado una ‘tarifa plana súper reducida’ de participación en acciones hasta junio de 2021, de 1.000 euros para ferias internacionales, y de 100 euros para el resto de acciones, a la que se acoge esta cita. Todos los servicios que ofrece el Programa Activa Internacional pueden ser consultados en la página web creada al efecto (https://www.extenda.es/activa-internacional/).

Por otra parte, se ha puesto en marcha también el proyecto la Red Andalucía, que despliega a agentes especializados en comercio internacional en cada provincia, con el fin de contactar a cuantas compañías andaluzas puedan tener interés y potencial para incorporarse a la internacionalización.