La exportación agroalimentaria andaluza crece en el primer cuatrimestre

Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía alcanzaron los 4.559 millones de euros en el primer cuatrimestre de 2020, su segundo su mejor registro histórico, gracias a un crecimiento interanual del 1,7%.

En abril, las ventas sumaron 1.136 millones, de los cuales, 196 millones corresponden al aceite de oliva (17,2%), que, tras más de un año en caída por la crisis de precios del sector, remonta con una subida del 0,8% interanual.

Según datos de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, entidad dependiente de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior, la comunidad continúa liderando las exportaciones de agroalimentario y bebidas de España en el primer cuatrimestre del año, al concentrar uno de cada cuatro euros (25%) de las ventas nacionales (18.226 millones), más de cinco puntos por delante de Cataluña (19,7%) y a más de diez de la C. Valenciana (14,4%).

Además, el sector aporta a la balanza comercial de Andalucía con el exterior un superávit de 3.055 millones, al vender al mercado internacional el triple de lo que compra, con una de tasa de cobertura del 303%, el doble de la nacional (150%), a pesar de que las importaciones suben un 9% en este periodo, hasta los 1.504 millones.

El consejero delegado de Extenda, Arturo Bernal, valoró la “enorme fortaleza de la industria agroalimentaria andaluza, que siguió aumentando sus exportaciones incluso en el mes de abril, cuando el comercio internacional se hallaba gravemente dañado por el Covid-19, ratificando su liderazgo en los mercados mundiales”. De este modo, afirmó que “se consolida como el gran sostén del sector exterior de Andalucía”, al ser el responsable de dos de cada cinco euros de las exportaciones de la comunidad en el cuatrimestre (10.062 millones).

“El potente sector agroalimentario andaluz no sólo sigue creciendo en sus mercados tradicionales, como son los europeos, si no que avanza en destinos emergentes de Asia, África y Oceanía, logrando nuevas oportunidades de negocio allí donde aparecen”, subrayó. En este sentido, destacó que China es el mercado de los diez primeros de la comunidad en el exterior que más crece, con un 26% más de ventas, hasta los 95 millones.

Más de un tercio son hortalizas y los cárnicos, los que más crecen

En el primer cuatrimestre de 2020, crecen las ventas de ocho de los diez primeros capítulos exportados por el sector agroalimentario andaluz, que continúan liderando las hortalizas, con 1.655 millones, el 36% de total y un incremento del 8,9% respecto a los cuatro primeros meses del año anterior. En este periodo, es el capítulo de carnes y despojos congelados, en sexta posición, el que más crece, con un 46% más de ventas hasta los 92 millones, el 2% del total de las exportaciones.

En segundo lugar, en el ranking de los más exportados, se sitúan las frutas, con 1.157 millones, el

25,4% y un aumento del 5,7%; mientras que, en tercero, se posiciona el aceite de oliva, con 695 millones, el 15,2% y una bajada del 16,3%. No obstante, sus ventas logran un ligero repunte en el mes de abril, con un incremento del 0,8 hasta los 196 millones.

Como cuarto capítulo en ventas se encuentran las conservas hortofrutícolas, con 255 millones, el 5,6% y un alza del 0,7%; seguidas por los cereales y productos de la molinería, con 123 millones, el 2,7% y subida del 11,4%. En séptimo lugar, se sitúa el capítulo de otras grasas y aceites, con 81 millones (1,8%) e incremento del 19%; pescados y mariscos, con 59 millones (1,3%) y descenso del 24,4%; carnes y despojos frescos, con 52 millones (1,1%) y un ascenso del 12,9%; y las plantas vivas y productos de floricultura, en décimo puesto con 49 millones (1,1%) y bajada del 12,4%.

Almería lidera y Málaga, la que más crece

Las provincias en las que las frutas y hortalizas tienen mayor peso en su producción agraria, como Almería, Málaga y Granada, son las que más crecen, mientras que aquellas en las que el aceite de oliva tiene mayor representación, como Córdoba, Jaén o Sevilla, sufren la bajada de sus ventas, perjudicadas por la crisis de precios que sufre el sector.

En este sentido, Almería continúa como líder de las exportaciones agroalimentarias de Andalucía, con 1.527 millones de euros vendidos entre enero y abril, el 34% del total, y es la tercera que más crece, con un alza del 6,5% interanual. Le siguen Sevilla, con 842 millones, el 18,5%, cuyas ventas bajan un 6,4%; y Huelva, con 753 millones, el 16,5% del total y un leve descenso del 2%.

Málaga es la provincia que más aumenta sus ventas agroalimentarias en el primer cuatrimestre del año respecto al de 2019, un 13% más, hasta alcanzar los 459 millones (10,1%), impulsadas por la destacada subida de los capítulos de frutas y cárnicos. Le sigue en crecimiento Granada, con un 7,4% más, hasta los 325 millones (7,1%). También incrementa sus ventas Cádiz, con un 2,1% más, hasta sumar 268 millones (5,9%).

Por el contrario, en Córdoba, las ventas descienden un 6,1% hasta los 295 millones (6,5%); mientras que en Jaén bajan un 7,2% hasta los 90 millones (2%), afectadas ambas por los bajos precios de mercado del aceite de oliva.

Grandes crecimientos en Asia, África y Oceanía

Europa es el principal destino del sector agroalimentario andaluz, en cuyos principales mercados siguen aumentando sus exportaciones en el primer cuatrimestre, aunque es en Asia, África y Oceanía donde se producen los crecimientos más significativos, incrementando así su diversificación. Así, China es el mercado que más sube de los diez primeros (+26%); mientras que las ventas andaluzas continúan avanzando de forma exponencial en Túnez (+89%), Australia (+43%) y Marruecos +51%).

Alemania continua como primer mercado, con 911 millones, el 20% del total y un crecimiento del 11,7%. Le sigue Francia, con 577 millones, el 12,7% y aumento del 5,5%; Reino Unido, con 504 millones, el 11,1% y alza del 3,7%; Países Bajos, con 380 millones, el 8,3% y ascenso del 7,9%; e Italia, con 358 millones, el 7,9% y bajada del 28,9%, debido fundamentalmente a la bajada del aceite de oliva hacia un país duramente afectado por la crisis del COVID-19.

En sexto lugar, se encuentra Portugal, con 274 millones (6%) y un alza del 1,8%; seguido de Estados Unidos, primer mercado no comunitario, con 219 millones (4,8%) y descenso del 7,1%, influido por la aplicación de los nuevos aranceles; Polonia, con 136 millones (3%) y aumento del 2,7%; Bélgica, con 105 millones (2,3%) y bajada del 0,7%; y China, que se afianza en la décima posición con un crecimiento de las ventas del 26%, el mayor de los diez primeros mercados, hasta los 95 millones.

Asimismo, en este periodo, Andalucía incrementa sus ventas agroalimentarias a destinos extracomunitarios que aportan diversificación a la factura exportadora del sector, como son Túnez (16º mercado), el que más crece de los 20 primeros con un 89% más de exportaciones, hasta los 48 millones; Australia (18º destino), con una subida del 43% hasta los 36 millones; y Marruecos (20º posición), donde se produce un avance del 51% hasta los 28,4 millones.