Las exportaciones agroalimentarias andaluzas siguen al alza

Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía alcanzaron los 5.666 millones de euros en los cinco primeros meses de 2020, su segundo su mejor registro histórico para un periodo enero-mayo desde que existen datos homologables (1995), gracias a un crecimiento interanual del 1,1%.

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 alimentos y bebidas de España en los cinco primeros meses del año, al concentrar uno de cada cuatro euros (25,1%) de las ventas nacionales (22.555 millones), más de cinco puntos por delante de Cataluña (19,8%) y a más de diez de la C. Valenciana (14%).

El consejero delegado de Extenda, Arturo Bernal, destacó “el músculo exportador de la industria agroalimentaria andaluza, que vuelve a refrendar su liderazgo en los mercados internacionales, a pesar de la difícil situación que atraviesa la actividad comercial a nivel mundial por el Covid-19”.

El agroalimentario acapara casi la mitad del total de las exportaciones andaluzas entre enero y mayo de 2020 (el 46% de 12.282 millones), aportando un saldo positivo a la balanza comercial con el exterior de 3.826 millones de euros, “lo que significa que vendemos el triple de lo que compramos al mundo”, señaló Bernal. Una situación que, unida a los 1.840 millones importados,

genera una tasa de cobertura del 308%, el doble de la nacional (152%), a pesar de que las compras internacionales crecieron un 5,9%.

En este sentido, el consejero delegado de Extenda señaló que “la fortaleza del sector agroalimentario andaluz en el exterior viene confirmada no sólo por sus cifras de ventas en sus mercados tradicionales europeos, donde destaca el crecimiento de Alemania, sino por sus avances en diversificación hacia otros continentes como Asia, África y Oceanía, donde las empresas andaluzas están sabiendo aprovechar las nuevas oportunidades de negocio que surgen”. Así, China es el destino que más crece del Top10, con un 22,3% más de ventas, hasta los 119 millones, mientras que Túnez, Australia y Marruecos han entrado ya en el grupo de los 20 primeros mercados, por sus grandes crecimientos.

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

En el periodo enero-mayo de 2020, crecen las ventas de siete de los diez primeros capítulos exportados por el sector agroalimentario andaluz, que continúan liderado por las hortalizas, con 1.855 millones, el 33% de total y un incremento del 7,6%, respecto a los cinco 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 43% más de ventas hasta los 115 millones, el 2% del total de las exportaciones.

En segundo lugar en el ranking de los más exportados, se sitúan las frutas, con 1.613 millones, el 28,5% y un aumento del 5,8%; mientras que, en tercero, se posiciona el aceite de oliva, con 887 millones, el 15,6% y una bajada del 13,9%, motivada por su depreciación en los mercados exteriores.

Como cuarto capítulo en ventas se encuentran las conservas hortofrutícolas, con 315 millones, el 5,6% y una bajada del 4,9%; seguidas por los cereales, y productos de la molinería, con 148 millones, el 2,6% y subida del 18,7%, la segunda mejor entre los diez primeros capítulos.

En séptimo lugar, se sitúan otras grasas y aceites, con 99 millones (1,7%) e incremento del 14,6%, con lo que es el tercer capítulo que más crece; pescados y mariscos, con 81 millones (1,4%) y descenso del 26%; las plantas vivas y productos de floricultura, en noveno puesto con 73 millones (1,3%) y un alza del 2,8%; y carnes y despojos frescos, con 63 millones (1,1%) y un ascenso del 6,3%.

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 1.804 millones de euros vendidos entre enero y mayo, el 32% del total, y es la segunda que más crece, con un alza del 7,2% interanual. Le siguen Sevilla, con 1.076 millones, el 19%, cuyas ventas bajan un 5,5%; y Huelva, con 998 millones, el 17,6% del total y un descenso del 4%.

Málaga es la provincia que más aumenta sus ventas agroalimentarias en los primeros cinco meses del año respecto al mismo periodo de 2019, un 14% más, hasta alcanzar los 568 millones (10%), impulsadas por la destacada subida de los capítulos de frutas y cárnicos. Le sigue en crecimiento Granada, con un 6,1% más, hasta los 398 millones (7%).

Le sigue Córdoba, que, por el contrario, baja sus ventas un 8,5% hasta los 367 millones (6,5%); a continuación se encuentra Cádiz, con un leve descenso del 1% más, hasta los 344 millones (6,1%); mientras que en Jaén bajan un 9,5% hasta los 111 millones (2,2%), lastrada por la crisis de precios del aceite.

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 acumulado de enero-mayo, aunque es en Asia, África y Oceanía donde se producen los crecimientos más significativos, incrementando de esta manera su diversifica-ción.

Así, China es el mercado que más sube de los diez primeros (+22,3%); mientras que las ventas andaluzas avanzan de forma destacada en Túnez (17º mercado), el que más crece de los 20 primeros, con un 87% más de exportaciones hasta los 49 millones; Australia (18º destino), con una subida del 44%, hasta los 46 millones; y Marruecos (20º posición), donde se produce un avance del 44% hasta los 35 millones.

Alemania continúa como primer mercado, con 1.151 millones, el 20,3% del total y un crecimiento del 12,2%. Le sigue Francia, con 732 millones, el 12,9% y aumento del 5,5%; Reino Unido, con 628 millones, el 11,1% y alza del 6,3%; Países Bajos, con 447 millones, el 7,9% y ascenso del 0,4%; e Italia, con 444 millones, el 7,8% y bajada del 28,2%, 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 334 millones (5,9%) y un descenso del 4,8%; seguido de Estados Unidos, primer mercado no comunitario, con 289 millones (5,1%) y descenso del 3,9%, influido por la aplicación de los nuevos aranceles; Polonia, con 161 millones (2,8%) y aumento del 1,2%; Bélgica, con 129 millones (2,3%) y subida del 2,2%; y China, que se afianza en la décima posición, con un crecimiento de las ventas del 22,3%, el mayor de los diez primeros mercados, hasta los 119 millones.