Andalucía lidera las exportaciones de alimentos y bebidas en 2015, con un crecimiento del 7,1% entre enero y julio



Noticias
El sector agroalimentario es motor de la balanza comercial de la comunidad, ya que las ventas de alimentos y bebidas andaluzas al mundo acaparan más de un tercio, con el 35,2%, del total de las exportaciones andaluzas

Andalucía lideró las ventas nacionales de productos agroalimentarios y bebidas en el exterior durante los primeros siete meses de 2015, con 5.689,2 millones de euros, según datos de ***Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior***, entidad dependiente de la ***Consejería de Economía y Conocimiento***. Esta cifra supone un incremento de las exportaciones del 7,1% respecto al mismo período del año anterior y casi uno de cada cuatro euros (23,2%) exportados por España, por encima de Cataluña y Comunidad Valenciana, con el 21% y el 13,6% respectivamente.

Además, el sector agroalimentario es motor de la balanza comercial de la comunidad, ya que las ventas de alimentos y bebidas andaluzas al mundo acaparan más de un tercio, con el 35,2%, del total de las exportaciones andaluzas en este período que fueron por valor de 15.294 millones de euros.

Con esta tendencia, el sector agroalimentario y de bebidas andaluz presenta un año más cifras récord en el mercado internacional, habiendo exportado en los siete meses de 2015 más de la mitad de todo lo exportado en 2014, año en el que se registró un crecimiento del 9,2%, hasta los 8.312,4 millones de euros.

Diversificación mercados agroalimentarios

De esta manera, Andalucía incrementa el liderazgo exportador nacional de alimentos y bebidas, alcanzado en 2014, con importantes crecimientos en mercados extracomunitarios que aportan diversificación, como en Asia son China y Arabia Saudí, con un 66,7% y un 29,4% más, respectivamente, y en América, México y Brasil, con un 47,3% y un 37% más, respectivamente, además del incremento del 8,5% de Estados Unidos, que sigue siendo el primer destino no comunitario.

Esta diversificación de mercados forma parte fundamental de la estrategia de apoyo a la internacionalización del sector desarrollada por la Consejería de Economía y Conocimiento a través de Extenda, que en lo que va de año ha organizado hasta 104 acciones específicas de promoción hacia el mercado exterior.

Con estas cifras de exportación de 5.689,2 millones de euros, el complejo agroalimentario andaluz demuestra su competitividad en el mundo, aportando a la balanza comercial un saldo positivo de 3.654,8 millones de euros en este período, que significa un 53% del superávit de este sector a nivel nacional (6.881,4 millones). Este saldo supone que en Andalucía las exportaciones de estos productos de enero a julio casi triplicaron la cifra de importaciones, arrojando una tasa de cobertura del 279,6%, hasta 140,6 puntos por encima de la media nacional.

Almería, líder y Granada, la que más crece

En este período de 2015, Almería está siendo la provincia líder en exportaciones del sector, al

concentrar casi un tercio de las ventas regionales en el exterior, hasta los 1.562,8 millones (27,5% del total), presentando un crecimiento del 11,8%. Le siguieron Sevilla, con 1.348 millones (23,7% del total) y un crecimiento del 6%; y Huelva, cuyas exportaciones se incrementaron en un 9%, alcanzando los 818,7 millones (14,4% del total).

En cuarto lugar se sitúa Córdoba, al registrar ventas por valor de 533,3 millones, lo que supone un 9,4% del total y un incremento del 5,5% respecto a los mismos meses de 2014; seguida de Málaga, con 524,3 millones y el 9,2% del total y un alza del 16,6%, con el segundo mayor crecimiento exportador; y Granada, que es líder en crecimiento en este período con una subida del 18% en los siete primeros meses del año 2015, con 397,2 millones, para alcanzar el 7% del total y situarse en sexta posición como provincia exportadora.
Dos provincias con descenso son, Cádiz, con un decrecimiento del 6,4% y 366 millones; y Jaén, con una bajada del 32,66%, con 138,4 millones, que ajusta sus ventas tras duplicar los resultados el año anterior.

Principales mercados

Europa es el principal destino de las exportaciones andaluzas del sector de agroalimentario y bebidas, ya que, de enero a julio, nueve de los diez primeros mercados fueron europeos. Sin embargo, se observa también un proceso de diversificación, con crecimientos de las ventas en países como Estados Unidos, séptimo mercado y primero no comunitario, y en otros de Asia, que se situaron entre los quince primeros (Japón y China), y de Oriente Medio (Arabia Saudí) y América (Brasil y México), entre los veinte primeros.

Alemania fue el primer mercado para las ventas andaluzas en este período, con 933,1 millones de euros (un 16,4% del total) y un crecimiento del 9,5%. En segundo lugar, se situó Italia, que registró un descenso del 6%, hasta los 755,8 millones (13,3% del total); seguido de Francia, que sube un 4,5%, con 733,5 millones (13% del total); Reino Unido, con 584,4 millones (10,3% del total) y un crecimiento del 23%; y Portugal, con 419,5 millones (7,4% del total y descenso del 4,3%).

El sexto lugar lo ocupó Países Bajos, al que se registraron ventas por valor de 418,6 millones, un 19,9% más que en el mismo período del año anterior. Le siguieron Estados Unidos, primer mercado no comunitario, con 299,6 millones y un incremento del 8,5%; Bélgica, con 142 millones (+18,2%); Polonia, con 105,6 millones (+17%); y Suecia, con 89,7 millones (+23%).

Por crecimientos, destacaron también otros países como China, decimoprimero, con 87,3 millones (+66,7%); México, en decimoctavo lugar, con 40,5 millones (+47,3%); Brasil, en la posición 15, con 49 millones (+37%); Arabia Saudí, decimoséptimo, con 44,7 millones (+29,4%); y Japón en el puesto doceavo con 84,7 millones y un alza del 21,6%.

Liderazgo hortofrutícola

Los productos hortofrutícolas lideraron las ventas del sector al exterior, con 3.503 millones, un 61,6% del total y un crecimiento del 13%. Les siguió el aceite de oliva, con 1.268,6 millones (22,3% del total) y un leve decrecimiento del 1,4%. A mayor distancia se sitúan los productos de panadería, con 299,5 millones (5,3% del total) e incremento del 14,6%; seguidos de los productos cárnicos, con 155,4 millones (2,7% del total) y alza del 7%; y los pescados y mariscos, que, con una cifra de 126,8 millones, registraron una subida del 0,4%, con respecto a los primeros siete meses de 2014.

En sexto lugar se encuentran otras bebidas alcohólicas, con 72,4millones; las plantas vivas y productos de floricultura, con 59,8 millones y un alza del 6,3%; seguidas de vinos (52,6 millones) y lácteos (51,6 millones).

Más de cien acciones de apoyo al sector

La configuración del sector agroalimentario como motor destacado de la economía andaluza lo convierten en uno de los principales ejes de actuación de la Consejería de Economía y Conocimiento que, a través de Extenda, ha organizado en los nueve primeros meses del año un total de 214 acciones específicas en las que han participado 595 empresas.

Entre las principales acciones programadas para el sector en 2015, destaca la asistencia a las ferias más importantes del sector a nivel mundial, como Fruitlogística, en la que participaron 32 empresas andaluzas; Gulfood, de Emiratos Árabes (22 empresas); Biofach, en Alemania (29 empresas); Foodex Japón (14 bodegas), Prowein, en Alemania (6 bodegas) o, más recientemente, Summer Fancy Food, en Estados Unidos, a la que asistieron 22 empresas de la comunidad con el apoyo de Extenda.

También se han llevado a cabo otras acciones promocionales, como la realizada con Interaceituna en tres mercados estratégicos (EE.UU., Polonia y Rusia) bajo la marca 'Olives from Spain'; y de formación e información sobre nuevos mercados y oportunidades. Además en el marco de `Andalucía Sabor´ Extenda convocó este mes de septiembre, un encuentro internacional en el que se han desarrollado más de 1.300 entrevistas comerciales entre 153 empresas andaluza y 46 importadores y distribuidores de 20 países.

Para lo que queda de año está prevista la celebración de otras actividades, como diversas misiones directas a Emiratos Árabes, Polonia o la India, y la participación en ferias como Anuga, en Alemania; Food and Hotel, en China;; o Nordic Organic Food, en Suecia.
- See more at:
http://www.extenda.es/web/opencms/extenda/noticias/noticia_1443.html#sthash.xHsJ3IEG.dpuf

Andalucía lideró las ventas nacionales de productos agroalimentarios y bebidas en el exterior durante los primeros siete meses de 2015, con 5.689,2 millones de euros, según datos de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, entidad dependiente de la Consejería de Economía y Conocimiento. Esta cifra supone un incremento de las exportaciones del 7,1% respecto al mismo período del año anterior y casi uno de cada cuatro euros (23,2%) exportados por España, por encima de Cataluña y Comunidad Valenciana, con el 21% y el 13,6% respectivamente.

Además, el sector agroalimentario es motor de la balanza comercial de la comunidad, ya que las ventas de alimentos y bebidas andaluzas al mundo acaparan más de un tercio, con el 35,2%, del total de las exportaciones andaluzas en este período que fueron por valor de 15.294 millones de euros.

Con esta tendencia, el sector agroalimentario y de bebidas andaluz presenta un año más cifras récord en el mercado internacional, habiendo exportado en los siete meses de 2015 más de la mitad de todo lo exportado en 2014, año en el que se registró un crecimiento del 9,2%, hasta los 8.312,4 millones de euros.

Diversificación mercados agroalimentarios

De esta manera, Andalucía incrementa el liderazgo exportador nacional de alimentos y bebidas, alcanzado en 2014, con importantes crecimientos en mercados extracomunitarios que aportan diversificación, como en Asia son China y Arabia Saudí, con un 66,7% y un 29,4% más, respectivamente, y en América, México y Brasil, con un 47,3% y un 37% más, respectivamente, además del incremento del 8,5% de Estados Unidos, que sigue siendo el primer destino no comunitario.

Esta diversificación de mercados forma parte fundamental de la estrategia de apoyo a la internacionalización del sector desarrollada por la Consejería de Economía y Conocimiento a través de Extenda, que en lo que va de año ha organizado hasta 104 acciones específicas de promoción hacia el mercado exterior.

Con estas cifras de exportación de 5.689,2 millones de euros, el complejo agroalimentario andaluz demuestra su competitividad en el mundo, aportando a la balanza comercial un saldo positivo de 3.654,8 millones de euros en este período, que significa un 53% del superávit de este sector a nivel nacional (6.881,4 millones). Este saldo supone que en Andalucía las exportaciones de estos productos de enero a julio casi triplicaron la cifra de importaciones, arrojando una tasa de cobertura del 279,6%, hasta 140,6 puntos por encima de la media nacional.

Almería, líder y Granada, la que más crece

En este período de 2015, Almería está siendo la provincia líder en exportaciones del sector, al concentrar casi un tercio de las ventas regionales en el exterior, hasta los 1.562,8 millones (27,5% del total), presentando un crecimiento del 11,8%. Le siguieron Sevilla, con 1.348 millones (23,7% del total) y un crecimiento del 6%; y Huelva, cuyas exportaciones se incrementaron en un 9%, alcanzando los 818,7 millones (14,4% del total).

En cuarto lugar se sitúa Córdoba, al registrar ventas por valor de 533,3 millones, lo que supone un 9,4% del total y un incremento del 5,5% respecto a los mismos meses de 2014; seguida de Málaga, con 524,3 millones y el 9,2% del total y un alza del 16,6%, con el segundo mayor crecimiento exportador; y Granada, que es líder en crecimiento en este período con una subida del 18% en los siete primeros meses del año 2015, con 397,2 millones, para alcanzar el 7% del total y situarse en sexta posición como provincia exportadora.

Dos provincias con descenso son, Cádiz, con un decrecimiento del 6,4% y 366 millones; y Jaén, con una bajada del 32,66%, con 138,4 millones, que ajusta sus ventas tras duplicar los resultados el año anterior.

Principales mercados

Europa es el principal destino de las exportaciones andaluzas del sector de agroalimentario y bebidas, ya que, de enero a julio, nueve de los diez primeros mercados fueron europeos. Sin embargo, se observa también un proceso de diversificación, con crecimientos de las ventas en países como Estados Unidos, séptimo mercado y primero no comunitario, y en otros de Asia, que se situaron entre los quince primeros (Japón y China), y de Oriente Medio (Arabia Saudí) y América (Brasil y México), entre los veinte primeros.

Alemania fue el primer mercado para las ventas andaluzas en este período, con 933,1 millones de euros (un 16,4% del total) y un crecimiento del 9,5%. En segundo lugar, se situó Italia, que registró un descenso del 6%, hasta los 755,8 millones (13,3% del total); seguido de Francia, que sube un 4,5%, con 733,5 millones (13% del total); Reino Unido, con 584,4 millones (10,3% del total) y un crecimiento del 23%; y Portugal, con 419,5 millones (7,4% del total y descenso del 4,3%).

El sexto lugar lo ocupó Países Bajos, al que se registraron ventas por valor de 418,6 millones, un 19,9% más que en el mismo período del año anterior. Le siguieron Estados Unidos, primer mercado no comunitario, con 299,6 millones y un incremento del 8,5%; Bélgica, con 142 millones (+18,2%); Polonia, con 105,6 millones (+17%); y Suecia, con 89,7 millones (+23%).

Por crecimientos, destacaron también otros países como China, decimoprimero, con 87,3 millones (+66,7%); México, en decimoctavo lugar, con 40,5 millones (+47,3%); Brasil, en la posición 15, con 49 millones (+37%); Arabia Saudí, decimoséptimo, con 44,7 millones (+29,4%); y Japón en el puesto doceavo con 84,7 millones y un alza del 21,6%.

Liderazgo hortofrutícola

Los productos hortofrutícolas lideraron las ventas del sector al exterior, con 3.503 millones, un 61,6% del total y un crecimiento del 13%. Les siguió el aceite de oliva, con 1.268,6 millones (22,3% del total) y un leve decrecimiento del 1,4%. A mayor distancia se sitúan los productos de panadería, con 299,5 millones (5,3% del total) e incremento del 14,6%; seguidos de los productos cárnicos, con 155,4 millones (2,7% del total) y alza del 7%; y los pescados y mariscos, que, con una cifra de 126,8 millones, registraron una subida del 0,4%, con respecto a los primeros siete meses de 2014.

En sexto lugar se encuentran otras bebidas alcohólicas, con 72,4millones; las plantas vivas y productos de floricultura, con 59,8 millones y un alza del 6,3%; seguidas de vinos (52,6 millones) y lácteos (51,6 millones).

Más de cien acciones de apoyo al sector

La configuración del sector agroalimentario como motor destacado de la economía andaluza lo

convierten en uno de los principales ejes de actuación de la Consejería de Economía y Conocimiento que, a través de Extenda, ha organizado en los nueve primeros meses del año un total de 214 acciones específicas en las que han participado 595 empresas.

Entre las principales acciones programadas para el sector en 2015, destaca la asistencia a las ferias más importantes del sector a nivel mundial, como Fruitlogística, en la que participaron 32 empresas andaluzas; Gulfood, de Emiratos Árabes (22 empresas); Biofach, en Alemania (29 empresas); Foodex Japón (14 bodegas), Prowein, en Alemania (6 bodegas) o, más recientemente, Summer Fancy Food, en Estados Unidos, a la que asistieron 22 empresas de la comunidad con el apoyo de Extenda.

También se han llevado a cabo otras acciones promocionales, como la realizada con Interaceituna en tres mercados estratégicos (EE.UU., Polonia y Rusia) bajo la marca 'Olives from Spain'; y de formación e información sobre nuevos mercados y oportunidades. Además en el marco de `Andalucía Sabor´ Extenda convocó este mes de septiembre, un encuentro internacional en el que se han desarrollado más de 1.300 entrevistas comerciales entre 153 empresas andaluza y 46 importadores y distribuidores de 20 países.

Para lo que queda de año está prevista la celebración de otras actividades, como diversas misiones directas a Emiratos Árabes, Polonia o la India, y la participación en ferias como Anuga, en Alemania; Food and Hotel, en China;; o Nordic Organic Food, en Suecia.

Extenda