

Las exportaciones andaluzas de aceite de oliva superan los 1.000 millones, tras crecer un 76% en el primer semestre de 2014



Noticias

Estos resultados históricos, unidos a los de los años anteriores, han permitido a Andalucía más que duplicar las exportaciones de su producto estrella en sólo cinco años

Las exportaciones andaluzas de aceite de oliva han superado por primera vez en la historia la barrera de los 1.000 millones de euros en sólo seis meses. Entre enero y junio de 2014 han alcanzado un valor de 1.072 millones de euros, tras crecer un 76,2% con respecto al mismo periodo de 2013, según los datos de **Extenda - Agencia Andaluza de Promoción Exterior**, entidad dependiente de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo.

Estos resultados históricos, unidos a los de los años anteriores, han permitido a Andalucía más que duplicar (+112%) las exportaciones de su producto estrella en sólo cinco años (sobre primer semestre de 2009), aportando un saldo positivo a la economía andaluza de 1.020 millones de euros en la primera parte 2014, toda vez que las importaciones fueron sólo de 51,6 millones, al bajar un 72%.

De esta forma, Andalucía, que crece 10 puntos más que la media de España (66,2%) refuerza su liderazgo mundial en comercialización de aceite de oliva, con más de tres cuartas parte del valor exportado por toda España (75,8%). Esto significa 10 puntos más de representatividad en el total de ventas nacionales que hace cinco años, al pasar del 65,9% en el primer semestre de 2009 al 75,8% en el de 2014.

Líder en EE.UU.

En el primer semestre de 2014, España se ha convertido por primera vez en la historia en el primer proveedor mundial de aceite de oliva de Estados Unidos, el único gran mercado en el que Italia aún permanecía por encima. Para ello, ha sido determinante que se hayan más que triplicado las ventas desde Andalucía (+238%) en este semestre al país norteamericano, alcanzando un valor de 119 millones de euros, el 81% del total de España a este mercado (146 millones), que ya es el segundo en importancia de todo el mundo para el aceite de oliva andaluz, con el 11,1% de las ventas.

Como primer destino de Andalucía continúa Italia, con un crecimiento similar en este periodo (+243%) y 450 millones en ventas, el 42% del total. El resto de los grandes mercados son Portugal, con 106 millones y un leve aumento del 2,4% (9,9% del total); Francia, con 78 millones en ventas (7,3% del total), que baja un 10,7%, y Reino Unido, que crece de manera notable, un 44%, hasta alcanzar los 45,4 millones (el 4,2%).

Destaca también la importante significación que ya alcanza el aceite de oliva andaluz en otros importantes mercados de Asia, América y Oceanía, donde la evolución en los últimos años es altamente positiva: Japón es ya el sexto destino, con un 40% más de ventas y 31,5 millones en el semestre, habiéndose duplicado (+91%) las ventas sobre 2009; China, séptimo destino, con 25 millones de euros, tras multiplicar por más de cinco (+425%) las ventas desde enero-junio 2009; Australia, el octavo mercado, con 16 millones y un crecimiento del 25% en estos cinco años, y

México, el noveno, con 13,5 millones, un 58% más que en 2009.

Todas las provincias crecen

La provincia de Jaén ha sido la que ha experimentado el mayor crecimiento en ventas en el primer semestre de 2014, con un alza del 272%, que la impulsa hasta el tercer lugar, con el 13,8% del total andaluz y 148 millones de euros. La primera en representatividad es Sevilla, con el 41% del total, que crece un 48% para alcanzar los 440 millones, y la segunda Córdoba, con el 26,4% del total, que suma 283 millones y un incremento del 98%.

Tras las tres principales provincias se sitúan Málaga, que crece un 138% hasta llegar a los 145 millones de euros en ventas (13,5% del total exportado) y Granada, que, con el 4,9% del total andaluz, exportó aceite de oliva por valor de 52 millones, tras crecer un 43% en sus ventas. Aunque con significaciones menores, también crecen de manera notable Almería, un 60%, con ventas por valor de 2,2 millones; Cádiz, un 8,6%, que facturó 1,7 millones, y Huelva, un 137%, aunque sólo alcanza los 55.000 euros.

Apoyo en el exterior

Estas cifras récord en todos los aspectos en cuanto a exportaciones de aceite de oliva se refiere tienen como protagonistas a las 434 empresas andaluzas que realizaron ventas en el exterior en el primer semestre de 2014. Significan el 88% de cuantas exportaron en todo 2013 y 48 más de las que lo hicieron en todo 2009. Más de la mitad de ellas, 242, son exportadoras regulares (más de cuatro años seguidos exportando), lo que refleja su competencia en los mercados internacionales.

Durante la primera mitad de 2014, hasta 112 de estas empresas exportadoras –más de una de cada cuatro– participaron de algunas de las acciones de internacionalización organizadas por Extenda para este sector, como son asistencias a ferias, promociones en puntos de venta, misiones comerciales directas o inversas, jornadas sobre mercados, etc.

Destacan entre otras, ferias agroalimentarias como la PLMA (13 empresas), Fancy Food (11), BioFach (10), Gulfood (6) o Foodex (4). También han estado presentes en las promociones de productos andaluces en puntos de ventas internacionales, como la de la cadena Mercacenter de Andorra, que contó con 10 empresas participantes. Además, ocho de estas empresas participaron en misiones directas a algunos de los mercados más interesantes para sus productos, como Estados Unidos, Polonia o China.

En lo que resta de año, el sector continuará siendo una prioridad para Extenda, que tiene en su programación la organización aún de un buen número de acciones estratégicas, como las misiones directas de empresas a Colombia, Panamá, Reino Unido o la India, y la participación en ferias como Food and Hotel, en China o World Food Moscow, en Rusia.

- See more at:

http://www.extenda.es/web/opencms/extenda/noticias/noticia_1202.html#sthash.127rJoL6.dpuf

Las exportaciones andaluzas de aceite de oliva han superado por primera vez en la historia la barrera de los 1.000 millones de euros en sólo seis meses. Entre enero y junio de 2014 han alcanzado un valor de 1.072 millones de euros, tras crecer un 76,2% con respecto al mismo periodo de 2013, según los datos de Extenda – Agencia Andaluza de Promoción Exterior, entidad dependiente de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo.

Estos resultados históricos, unidos a los de los años anteriores, han permitido a Andalucía más que duplicar (+112%) las exportaciones de su producto estrella en sólo cinco años (sobre primer semestre de 2009), aportando un saldo positivo a la economía andaluza de 1.020 millones de euros en la primera parte 2014, toda vez que las importaciones fueron sólo de 51,6 millones, al bajar un 72%.

De esta forma, Andalucía, que crece 10 puntos más que la media de España (66,2%) refuerza su liderazgo mundial en comercialización de aceite de oliva, con más de tres cuartas parte del valor

exportado por toda España (75,8%). Esto significa 10 puntos más de representatividad en el total de ventas nacionales que hace cinco años, al pasar del 65,9% en el primer semestre de 2009 al 75,8% en el de 2014.

Líder en EE.UU.

En el primer semestre de 2014, España se ha convertido por primera vez en la historia en el primer proveedor mundial de aceite de oliva de Estados Unidos, el único gran mercado en el que Italia aún permanecía por encima. Para ello, ha sido determinante que se hayan más que triplicado las ventas desde Andalucía (+238%) en este semestre al país norteamericano, alcanzando un valor de 119 millones de euros, el 81% del total de España a este mercado (146 millones), que ya es el segundo en importancia de todo el mundo para el aceite de oliva andaluz, con el 11,1% de las ventas.

Como primer destino de Andalucía continúa Italia, con un crecimiento similar en este periodo (+243%) y 450 millones en ventas, el 42% del total. El resto de los grandes mercados son Portugal, con 106 millones y un leve aumento del 2,4% (9,9% del total); Francia, con 78 millones en ventas (7,3% del total), que baja un 10,7%, y Reino Unido, que crece de manera notable, un 44%, hasta alcanzar los 45,4 millones (el 4,2%).

Destaca también la importante significación que ya alcanza el aceite de oliva andaluz en otros importantes mercados de Asia, América y Oceanía, donde la evolución en los últimos años es altamente positiva: Japón es ya el sexto destino, con un 40% más de ventas y 31,5 millones en el semestre, habiéndose duplicado (+91%) las ventas sobre 2009; China, séptimo destino, con 25 millones de euros, tras multiplicar por más de cinco (+425%) las ventas desde enero-junio 2009; Australia, el octavo mercado, con 16 millones y un crecimiento del 25% en estos cinco años, y México, el noveno, con 13,5 millones, un 58% más que en 2009.

Todas las provincias crecen

La provincia de Jaén ha sido la que ha experimentado el mayor crecimiento en ventas en el primer semestre de 2014, con un alza del 272%, que la impulsa hasta el tercer lugar, con el 13,8% del total andaluz y 148 millones de euros. La primera en representatividad es Sevilla, con el 41% del total, que crece un 48% para alcanzar los 440 millones, y la segunda Córdoba, con el 26,4% del total, que suma 283 millones y un incremento del 98%.

Tras las tres principales provincias se sitúan Málaga, que crece un 138% hasta llegar a los 145 millones de euros en ventas (13,5% del total exportado) y Granada, que, con el 4,9% del total andaluz, exportó aceite de oliva por valor de 52 millones, tras crecer un 43% en sus ventas. Aunque con significaciones menores, también crecen de manera notable Almería, un 60%, con ventas por valor de 2,2 millones; Cádiz, un 8,6%, que facturó 1,7 millones, y Huelva, un 137%, aunque sólo alcanza los 55.000 euros.

Apoyo en el exterior

Estas cifras récord en todos los aspectos en cuanto a exportaciones de aceite de oliva se refiere tienen como protagonistas a las 434 empresas andaluzas que realizaron ventas en el exterior en el primer semestre de 2014. Significan el 88% de cuantas exportaron en todo 2013 y 48 más de las que lo hicieron en todo 2009. Más de la mitad de ellas, 242, son exportadoras regulares (más de cuatro años seguidos exportando), lo que refleja su competencia en los mercados internacionales.

Durante la primera mitad de 2014, hasta 112 de estas empresas exportadoras –más de una de cada cuatro– participaron de algunas de las acciones de internacionalización organizadas por Extenda para este sector, como son asistencias a ferias, promociones en puntos de venta, misiones comerciales directas o inversas, jornadas sobre mercados, etc.

Destacan entre otras, ferias agroalimentarias como la PLMA (13 empresas), Fancy Food (11), BioFach (10), Gulfood (6) o Foodex (4). También han estado presentes en las promociones de productos andaluces en puntos de ventas internacionales, como la de la cadena Mercacenter de Andorra, que contó con 10 empresas participantes. Además, ocho de estas empresas participaron en misiones

directas a algunos de los mercados más interesantes para sus productos, como Estados Unidos, Polonia o China.

En lo que resta de año, el sector continuará siendo una prioridad para Extenda, que tiene en su programación la organización aún de un buen número de acciones estratégicas, como las misiones directas de empresas a Colombia, Panamá, Reino Unido o la India, y la participación en ferias como Food and Hotel, en China o World Food Moscow, en Rusia.

Extenda