

Nueva caída del valor de las exportaciones andaluzas de aceite de oliva

Descienden un 8,4% en marzo y un 21,6% en el acumulado del primer trimestre.

Con 203 millones de euros alcanzados en marzo, el valor de las exportaciones andaluzas de aceite de oliva en marzo de 2020 ha caído un 8,4%, agudizada por la crisis de precios del sector, que está afectando a las ventas internacionales. Asimismo, en el acumulado del primer trimestre del año las ventas al exterior de este producto, con un valor de 499 millones, y el 14,6% del total, registran una bajada del 21,6%.

Así se desprende del último informe de Extenda, en el que señala que las exportaciones agroalimentarias de Andalucía alcanzaron los 3.424 millones de euros en el primer trimestre de 2020, su segundo su mejor registro histórico para un periodo enero-marzo desde que existen datos homologables (1995), gracias a un crecimiento interanual del 2,3%, y con China como el país que más crece de sus diez primeros mercados, un 14,3%.

Por provincias, Almería continúa como líder de las exportaciones agroalimentarias de Andalucía, con 1.232 millones de euros vendidos entre enero y marzo, el 36% del total, y un crecimiento del 6,1% interanual. Le siguen Sevilla, con 623 millones, el 18,2%, cuyas ventas bajan un 6,7%; y Huelva, con 503 millones, el 14,7% del total y un alza del 2,9%.

Málaga es la provincia que más aumenta sus ventas agroalimentarias en el primer trimestre del año respecto al de 2019, un 11,4% más, hasta alcanzar los 340 millones (9,9%). Le sigue en crecimiento Cádiz, que sube un 10,1%, hasta los 206 millones (6%); y Granada, con un 6,4% más, hasta 237 millones (6,9%).

Por el contrario, en Córdoba, las ventas descienden un 8% hasta los 218 millones (6,4%); mientras que en Jaén bajan un 15,5% hasta los 66 millones (1,9%), afectadas por los bajos precios de mercado del aceite de oliva.



Destinos

Europa es el principal destino del sector agroalimentario andaluz, en cuyos principales mercados siguen aumentando sus exportaciones en el primer trimestre, además de incrementar de forma notable sus ventas en destinos de Asia, con China como el mercado que más crece de los diez primeros en este periodo (+14,3%); y África y Oceanía, donde gana cuota en mercados que están entre los 20 primeros, como Túnez (+60%), Marruecos (+59%) y Australia (+19,9%).

Alemania continua como primer mercado, con 682 millones, el 19,9% del total y un crecimiento del 12,7%. Le sigue Francia, con 402 millones, el 11,7% y aumento del 2,9%; Reino Unido, con 379 millones, el 11,1% y alza del 5,6%; Países Bajos, con 301 millones, el 8,8% y ascenso del 13,5%; e Italia, con 269 millones, el 7,8% y bajada del 29,8%, debido fundamentalmente a la bajada del aceite de oliva hacia un país duramente afectado por la crisis del Covid-19.

En séptimo lugar, se encuentra Estados Unidos, primer mercado no comunitario, con 161 millones, el 4,7% del total y descenso del 9,8%, influido por la aplicación de los nuevos aranceles; seguido de Polonia, con 113 millones, el 3,3% y aumento del 7,6%; Bélgica, con 80 millones, el 2,3% y alza del 4,1%; y China, que sube hasta la décima posición impulsado por un crecimiento de las ventas del 14,3%, el mayor de los diez primeros mercados, hasta los 63 millones.

Lien article :

<https://www.olimerca.com/noticiadet/nueva-caida-del-valor-de-las-exportaciones-andaluzas-de-aceite-de-oliva/31ea7614c0f253b72579d79675788340>

