

## Andalucía multiplica por seis la exportación de hortalizas y frutas a Asia en los últimos 5 años



**07/02/2018.- Así lo ha indicado el consejero andaluz de Agricultura, Rodrigo Sánchez Haro, quien ha destacado que, pese a las restricciones del mercado ruso, la competencia de Marruecos o Turquía y del aumento del proteccionismo, las exportaciones andaluzas han crecido entre enero y noviembre de 2017 un 7,5% para superar los 209 millones de euros (muy por encima de la media nacional, fijada en un aumento del 4,4%). Esto evidencia, a juicio del consejero, "la capacidad de la oferta agroalimentaria de la región para romper fronteras y conquistar mercados más allá de la Unión Europea".**

Hortoinfo.- El valor de las exportaciones andaluzas de frutas y hortalizas a Asia se ha multiplicado por seis en los últimos cinco años para alcanzar ya los 37,8 millones de euros, con la comercialización de 33.655 toneladas entre enero y noviembre de 2017.

A juicio del consejero de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Rodrigo Sánchez Haro, este dato evidencia la capacidad de la oferta agroalimentaria de la región para "romper fronteras y conquistar mercados más allá de la Unión Europea (UE)".

Sánchez Haro ha dado la bienvenida en Berlín con esta afirmación al incremento de la presencia de empresas de la comunidad autónoma (un 25% más para alcanzar las 79) en Fruit Logística 2018, la feria internacional más importante del sector (se celebra desde el 7 al 9 de febrero), "una prueba más de la pujanza y el carácter emprendedor de nuestros productores".

El titular andaluz de Agricultura ha añadido que Asia, donde las naranjas dulces (16,4 millones de euros), los arándanos (3,3 millones), los ajos (tres millones) y los productos intermedios a base de extractos (dos millones) abarcan más del 40% de las ventas realizadas en los primeros 11 meses del año pasado, no es, en este sentido, un caso aislado. De hecho, esta tendencia a la diversificación de los destinos de las frutas y hortalizas andaluzas se ve reforzada, como ha expuesto el consejero, con la evolución de las transacciones comerciales en los mercados exteriores a la UE. Pese a las restricciones del mercado ruso, la competencia de Marruecos o Turquía y del aumento del proteccionismo, han crecido entre enero y

noviembre de 2017 un 7,5% para superar los 209 millones de euros (muy por encima de la media nacional, fijada en un aumento del 4,4%).

La cifra, además, duplica los ingresos por el envío de estos alimentos a terceros países de hace siete años, con Suiza, Brasil, Estados Unidos y Canadá como protagonistas, al copar más del 60% de las exportaciones extracomunitarias. En esta línea, si bien en el caso de Estados Unidos se ha registrado un ligero descenso de las ventas en el último año (un 7,6% menos), los 19 millones de euros ingresados por la venta de productos hortofrutícolas entre enero y noviembre de 2017 suponen un considerable alza del 271% (casi cuatro veces más) si se toman como referencia los cinco últimos ejercicios. Brasil, por su parte, multiplica por tres sus números (un 180% más) para alcanzar los 19 millones de euros, al igual que ocurre con Canadá, que llega hasta los 16,3 millones de euros (un 197% más).

No es menos significativa la trayectoria en el interior de la UE. Hungría, por ejemplo, ha comprado 15.183 toneladas de frutas y hortalizas andaluzas entre enero y noviembre de 2017 por un importe de 16 millones de euros, más del doble que en el mismo periodo del año anterior, cuando importó desde el campo andaluz 8.139 toneladas por siete millones de euros. Esto se repite con clientes emergentes como Lituania, que ha dejado en la balanza hortofrutícola andaluza en los primeros once meses del último ejercicio un montante de 17 millones de euros (17.102 toneladas), lo que supone un avance del 36,87% en apenas un curso; Austria, que ha comprado en ese mismo intervalo 54.976 toneladas de frutas y hortalizas de la región por 85 millones de euros, un 27,6% más; o República Checa, desde donde el sector ha ingresado, por la venta de 66.413 toneladas, unos 62 millones de euros, un 25,1% más. También destaca el crecimiento experimentado por las exportaciones a Suecia (125 millones de euros, un 22,8% más).

Para el titular de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural esta apertura de nuevos horizontes es una meta constante de una producción hortofrutícola andaluza que "mira ya incluso a Latinoamérica", y que parte con la "ventaja competitiva" de la diferenciación por el origen, la sostenibilidad, la adaptación de la oferta a la demanda, la innovación, la seguridad alimentaria, la calidad y, en definitiva, la excelencia. Esto queda patente también, según ha apostillado Sánchez Haro, en el hecho de que "no sólo vendemos más fuera de nuestras fronteras, sino que, además, lo hacemos a un mejor precio, con lo que ello supone para nuestros pueblos en forma de valor añadido". No en vano, en términos globales, el sector ha exportado entre enero y noviembre de 2017 un volumen de 3.764.350 toneladas, un 2% más que en el mismo periodo del curso anterior, mientras que la facturación se ha elevado casi un 9% hasta alcanzar los 4.738 millones de euros.

### **Un mercado consolidado**

Las frutas y hortalizas andaluzas, no obstante, lejos de descuidar su presencia en sus principales mercados de la UE en su búsqueda de la expansión, ha afianzado más si cabe en el último año su cartera de clientes comunitaria. Los 28 Estados miembro absorben el 96% de las exportaciones del sector con compras por valor de 4.528 millones de euros, un punto en el que el consejero ha señalado, en especial, el "buen comportamiento" de las ventas a los principales destinos. Alemania se consolida en lo más alto del ranking con compras en los once primeros meses de 2017 por un importe de 1.341 millones de euros, un 6,2% más (1.131.822 toneladas), y Francia hace lo mismo al dejar en la balanza hortofrutícola de la región 777 millones de euros, un 9,21% más (621.420 toneladas). Países Bajos e Italia también dejan una inyección mayor a los productores de la comunidad autónoma, en concreto, 515 y 256 millones de euros (un 9,1% y un 16% más), respectivamente.

## **Brexit**

De igual modo, Reino Unido se mantiene como un socio comercial fidelizado con transacciones por valor de 658 millones de euros, la misma cantidad que entre enero y noviembre de 2016. El crecimiento de las exportaciones de frutas y hortalizas andaluzas desde el anuncio del Brexit sigue la misma línea que en el conjunto de la Unión Europea, un 18% más. La frambuesa (108 millones de euros), la fresa (84,7 millones) y el arándano (70,8 millones) se erigen en los principales productos que parten rumbo a este país desde el campo andaluz, sin olvidar el tomate (70 millones), el pimiento (68 millones) y el pepino (50,7 millones).