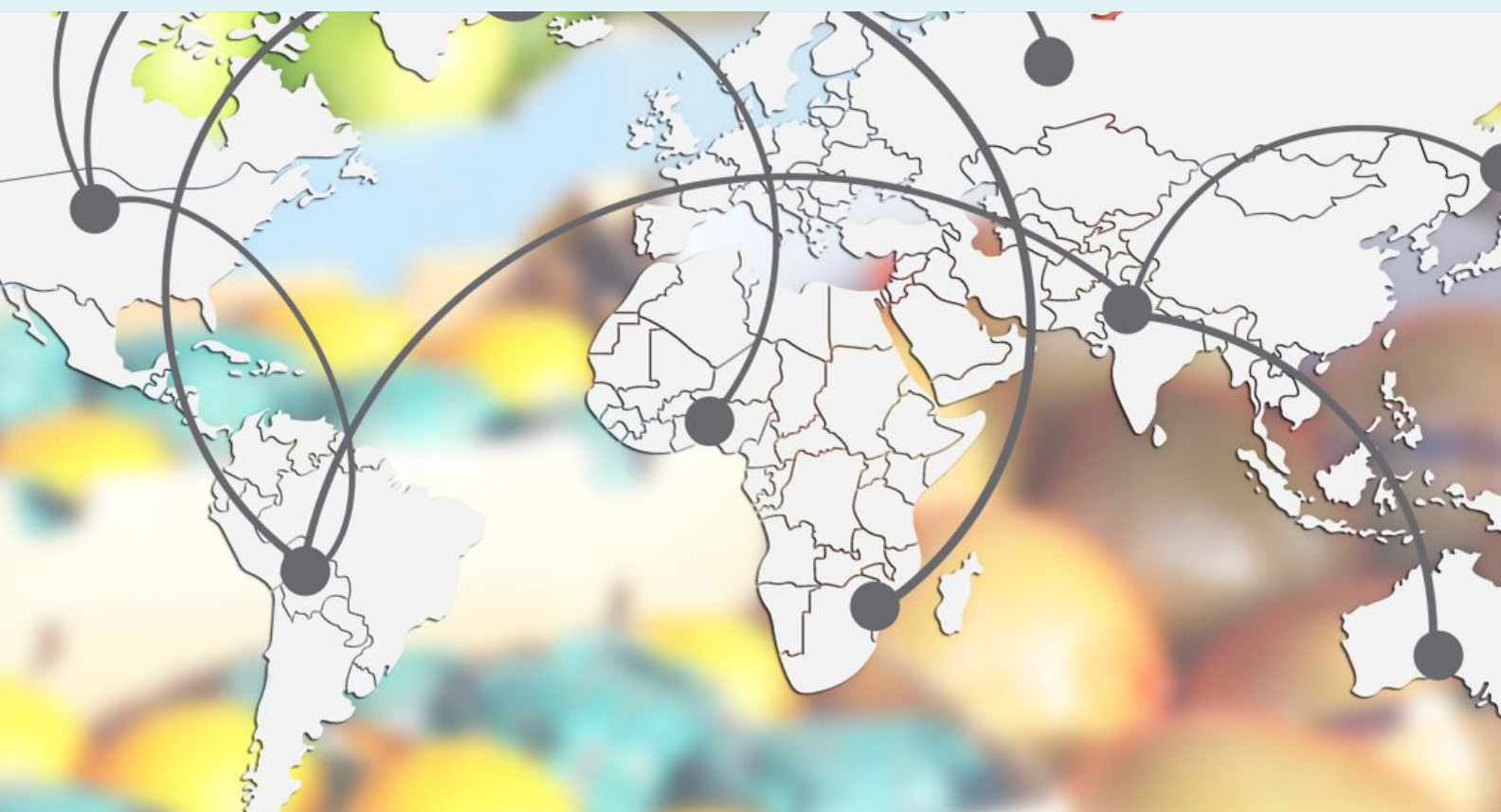


# ANÁLISIS DE MERCADOS

## Comercio exterior agroalimentario Enero 2022



[www.plataformatierra.es](http://www.plataformatierra.es)

Abril 2022

TIERRA<sup>●</sup>

Tomás Agüera Camacho



Una iniciativa para la digitalización y la sostenibilidad del sector agroalimentario



# Comercio exterior agroalimentario

**1**

**Principales magnitudes**

**2**

**Evolución por grupo de productos**

**3**

**Evolución por destinos**

**4**

**Distribución por CCAA**

\* La fuente de todo el documento, excepto mención expresa, es Datacomex.

1

# Principales magnitudes



## Comercio agroalimentario (alimentación, bebidas y tabaco)

### Mensual

Enero (2022)

Exportaciones

4.650 M€ ▲

+10,3 %

interanual

Importaciones

3.671 M€ ▲

+38,9 %

interanual

### Superávit

979 M€ ▲

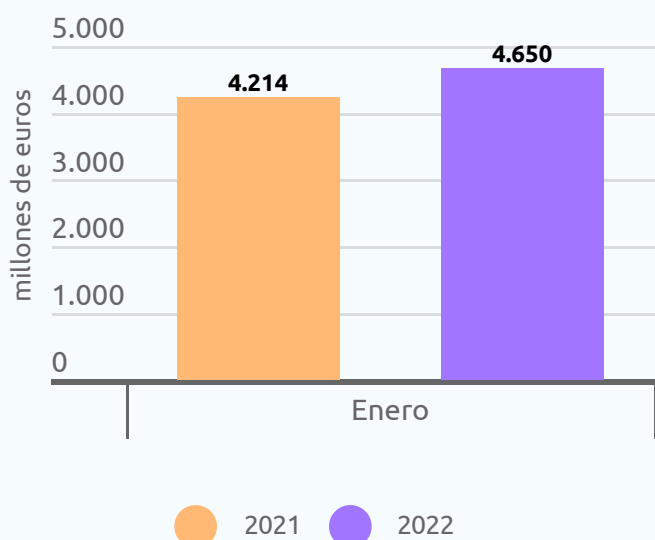
-37,7 %

interanual

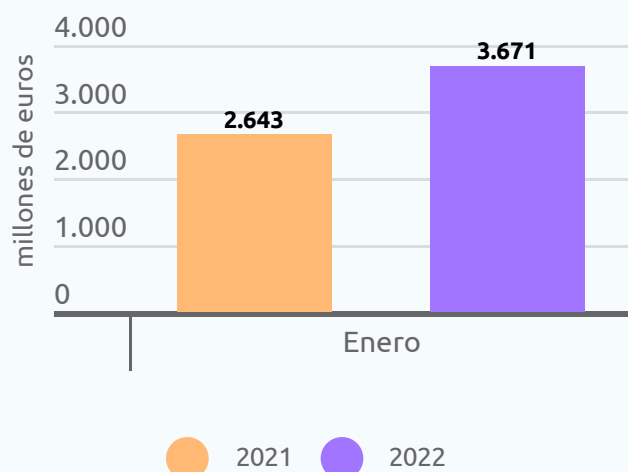
En enero de 2022 el comercio de alimentación, bebidas y tabaco se ha incrementado un 10,3 % interanual, registrando unas ventas al exterior de 4.650 millones de euros.

A pesar de este crecimiento, el superávit agroalimentario ha disminuido 37,7 %, siendo el saldo comercial de 979 millones de euros, provocado por el notable aumento de las importaciones del 38,9 %.

#### Evolución de las exportaciones agroalimentarias



#### Evolución de las importaciones agroalimentarias



2

## Evolución por grupo de productos

### Exportaciones | ene-2022

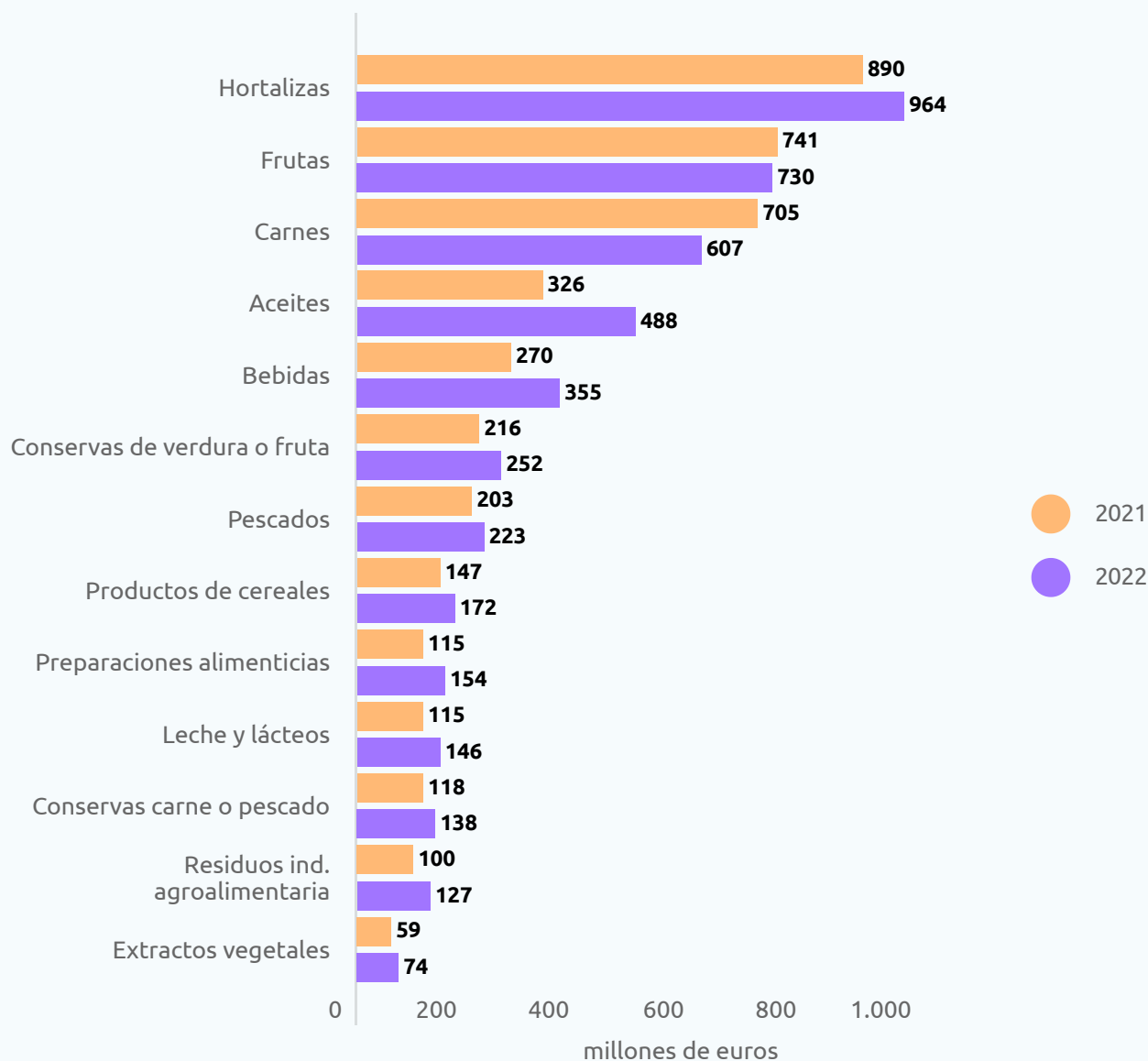


#### Exportaciones agroalimentarias por grupo de productos

En enero los grupos de productos que más han aumentado sus exportaciones han sido los aceites (+49,7 %) y las bebidas (+31,4 %).

Las carnes (-13,9 %) y las frutas (-1,5 %) son los capítulos arancelarios que más han contraído sus ventas.

#### Evolución de las exportaciones agroalimentarias (enero)



2

## Evolución por grupo de productos

### Exportaciones | ene-2022



#### Productos con mayores descensos en las exportaciones | enero 2022

Respecto al mismo mes del año anterior

Aceite de girasol



**+237,9 %**

Aceite de oliva



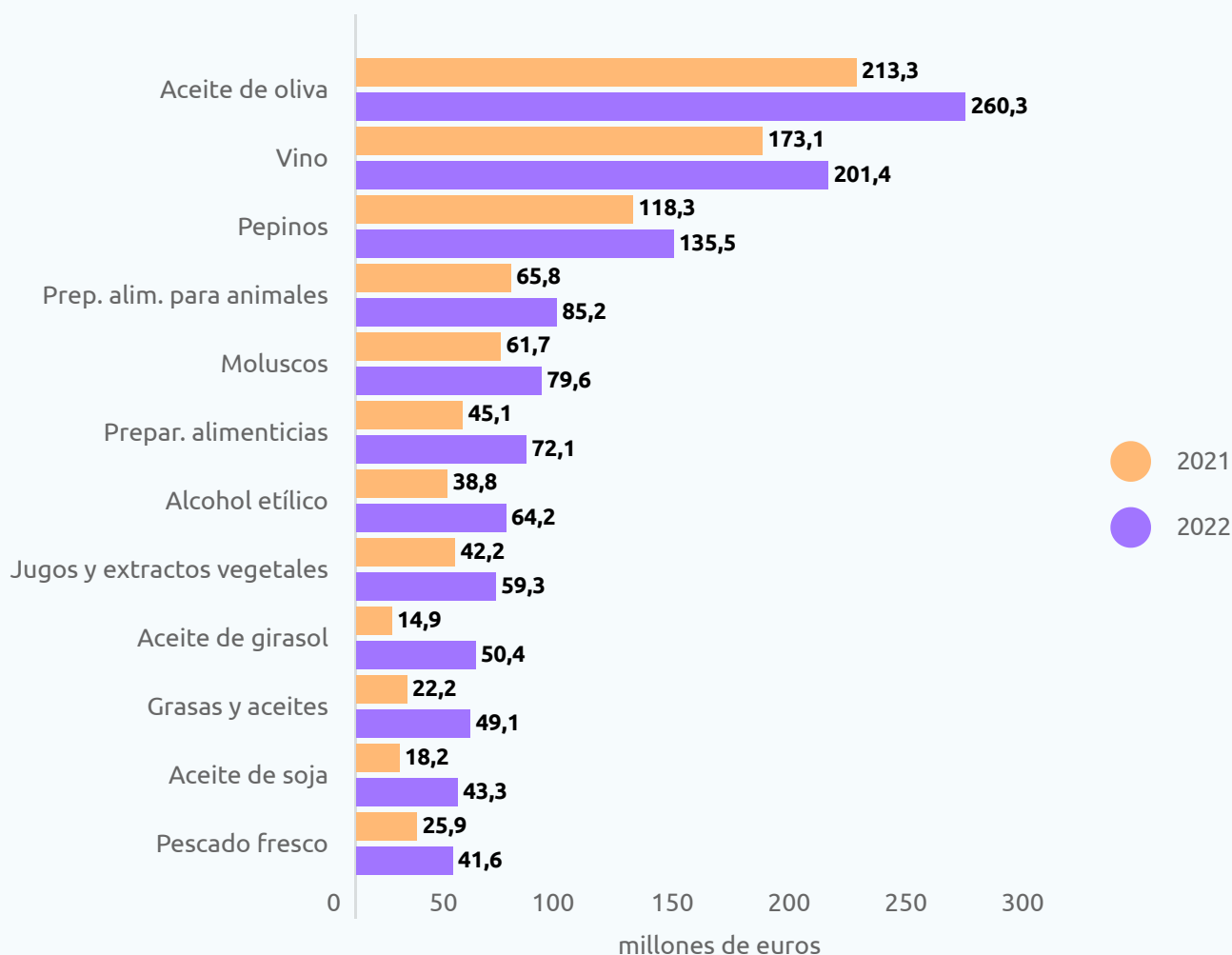
**+22,0 %**

Vino



**+16,3 %**

#### Exportación de los productos con mayor crecimiento en valor (enero)



2

## Evolución por grupo de productos

### Exportaciones | ene-2022



El fuerte descenso de las exportaciones de porcino se debe a las menores importaciones de China (-63,0 %), que sigue siendo el principal destino de este producto, aunque está consiguiendo incrementar sus ventas hacia otros países asiáticos: Corea del Sur (160,4 %) y Filipinas (+58,8 %).

#### Productos con mayores descensos en las exportaciones | enero 2022

Respecto al mismo mes del año anterior

Pescado cong.



**-28,9 %**

Carne de porcino



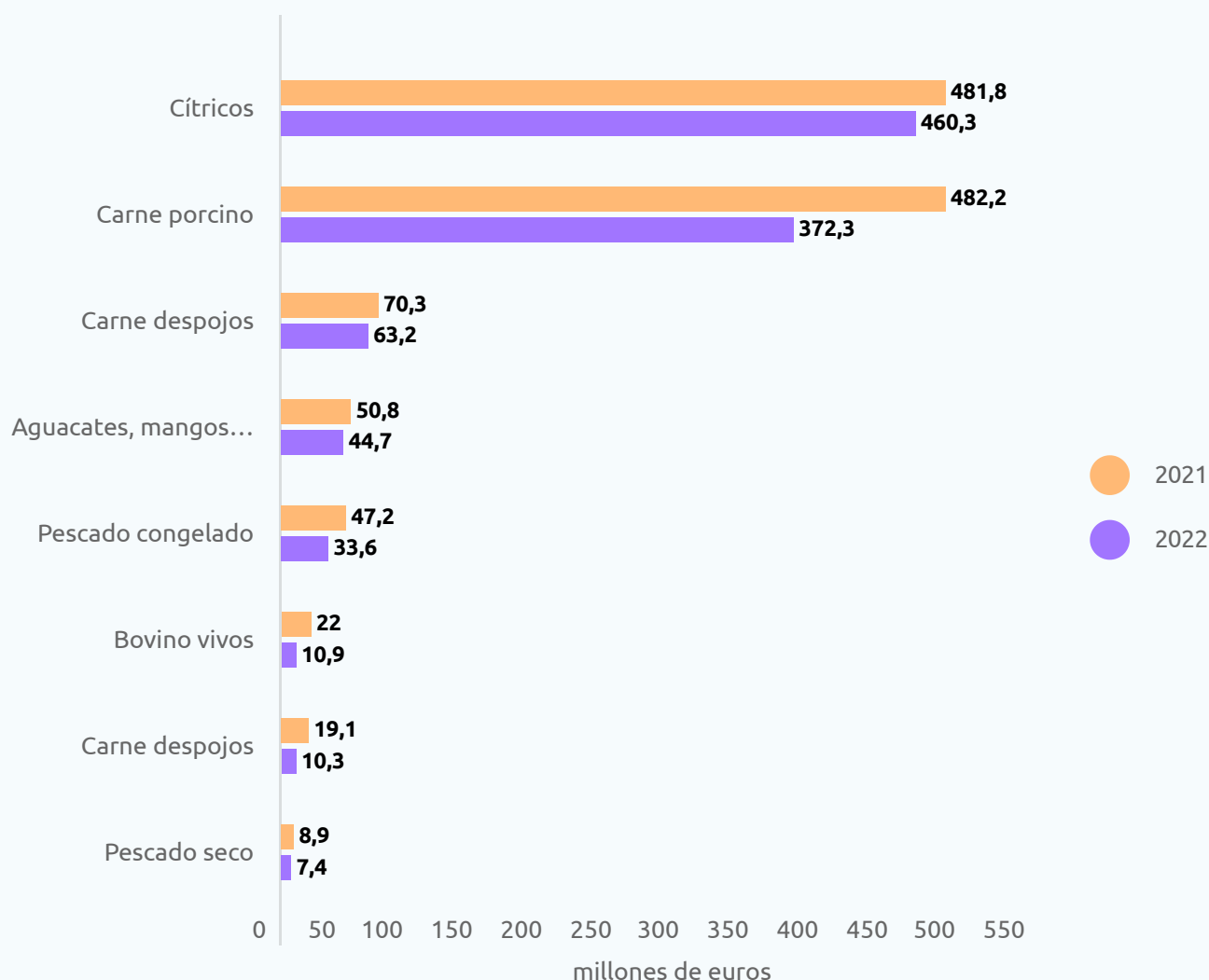
**-22,8 %**

Cítricos



**-4,5 %**

#### Exportación de los productos con mayor contracción en valor (enero)



2

# Evolución por grupo de productos

## Importaciones | ene-2022



**Grupo de productos con mayores crecimientos en las importaciones | enero 2022**  
Respecto al mismo mes del año anterior

**Cereales**



**+142 %**

Principal proveedor:

**Ucrania**

**Aceites**



**+77,6 %**

**Ucrania**

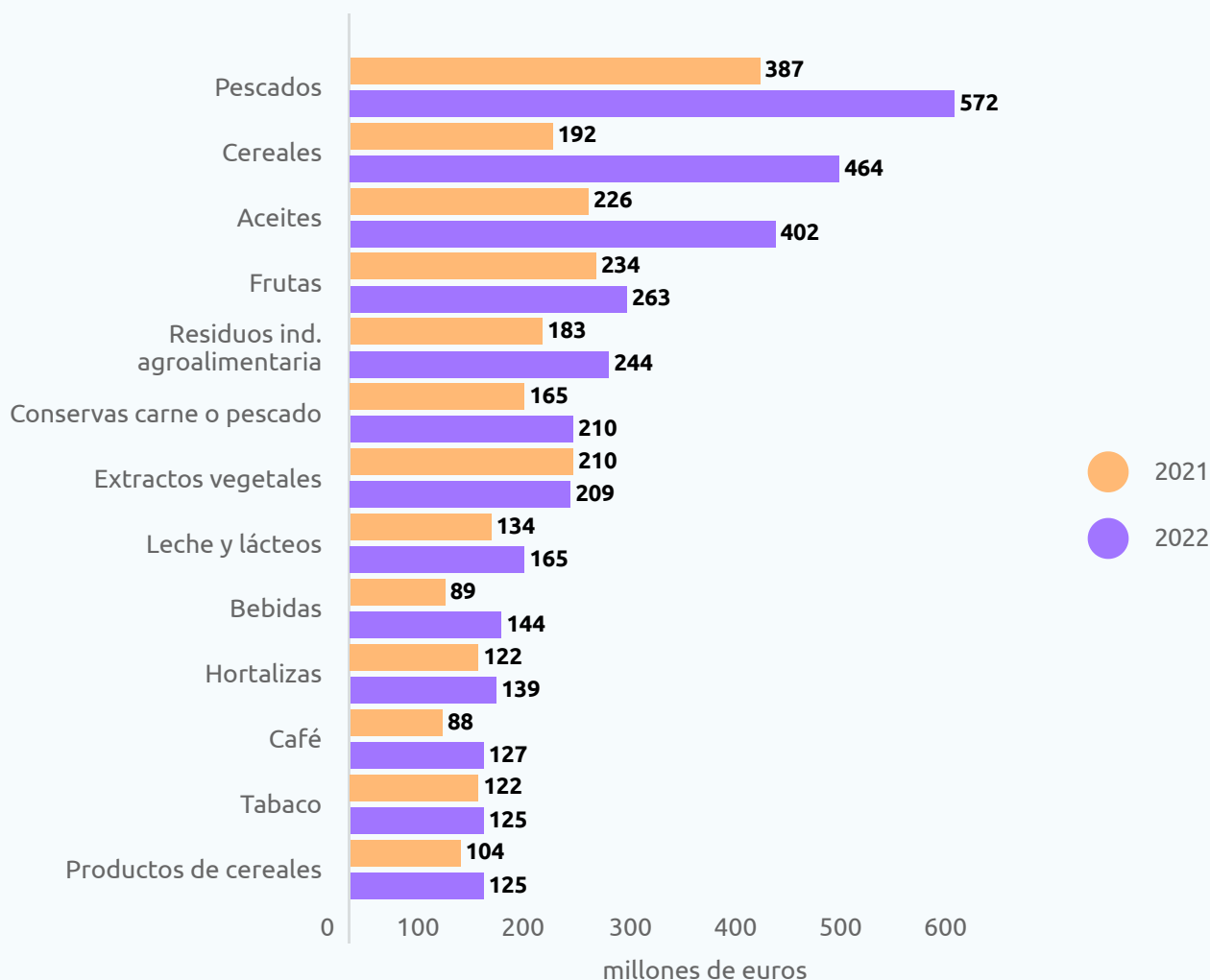
**Pescados**



**+47,6 %**

**Marruecos**

**Evolución importación agroalimentaria por grupo de productos (enero)**



2

# Evolución por grupo de productos

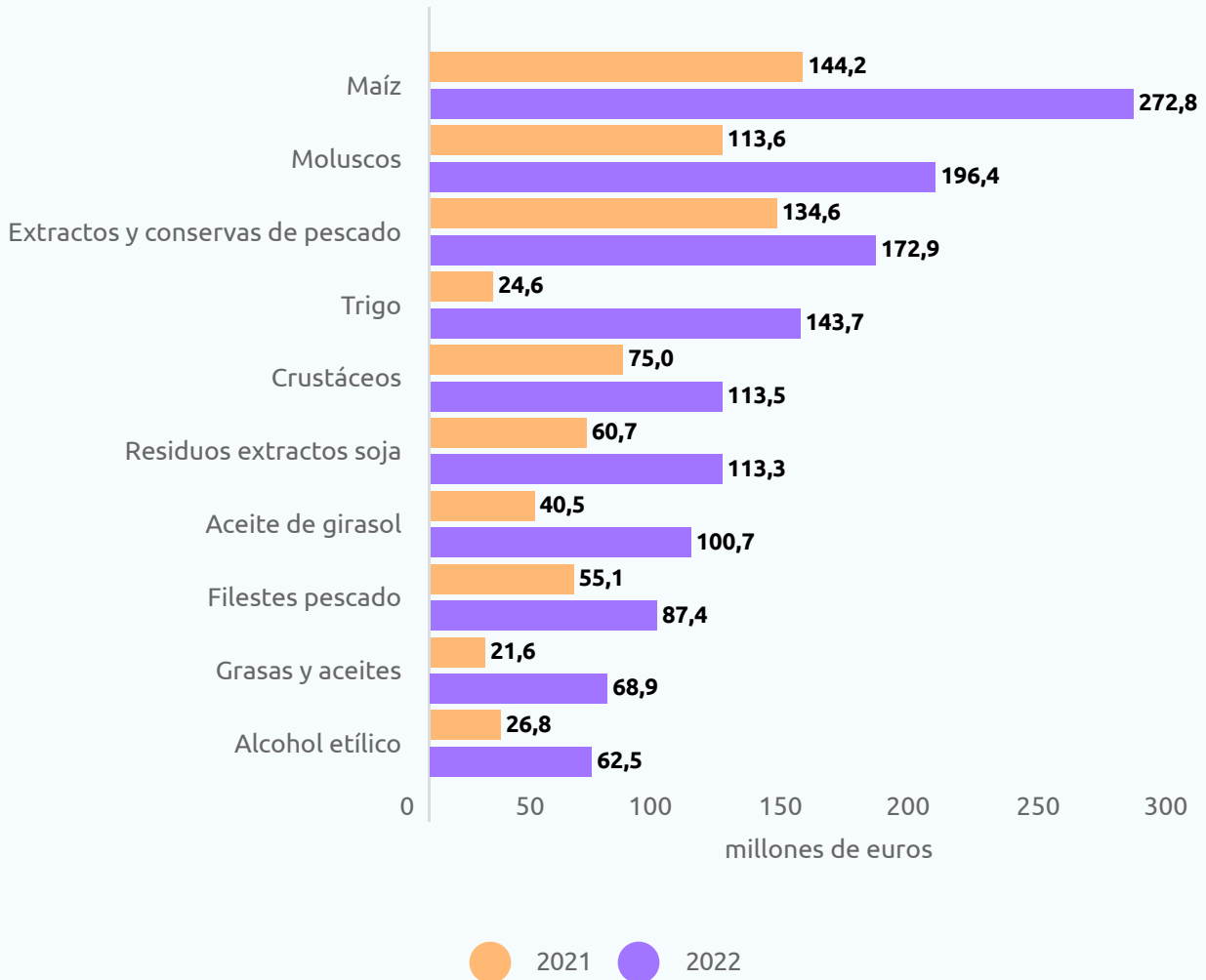
## Importaciones | ene-2022



**Grupo de productos con mayores crecimientos en las importaciones | enero 2022**  
Respecto al mismo mes del año anterior

Producto	Maíz	Trigo	Moluscos
Principal proveedor:	Ucrania	Francia	Marruecos
Crecimiento	+89,3 %	+483,2 %	+72,9 %

Evolución de las importaciones de productos con mayores crecimientos (enero)





2

# Evolución por grupo de productos

## Importaciones | ene-2022



### Productos con mayores descensos en las importaciones | enero 2022

Respecto al mismo mes del año anterior

Demás aceites y grasas vegetales



**-41,1 %**

Bovino vivo



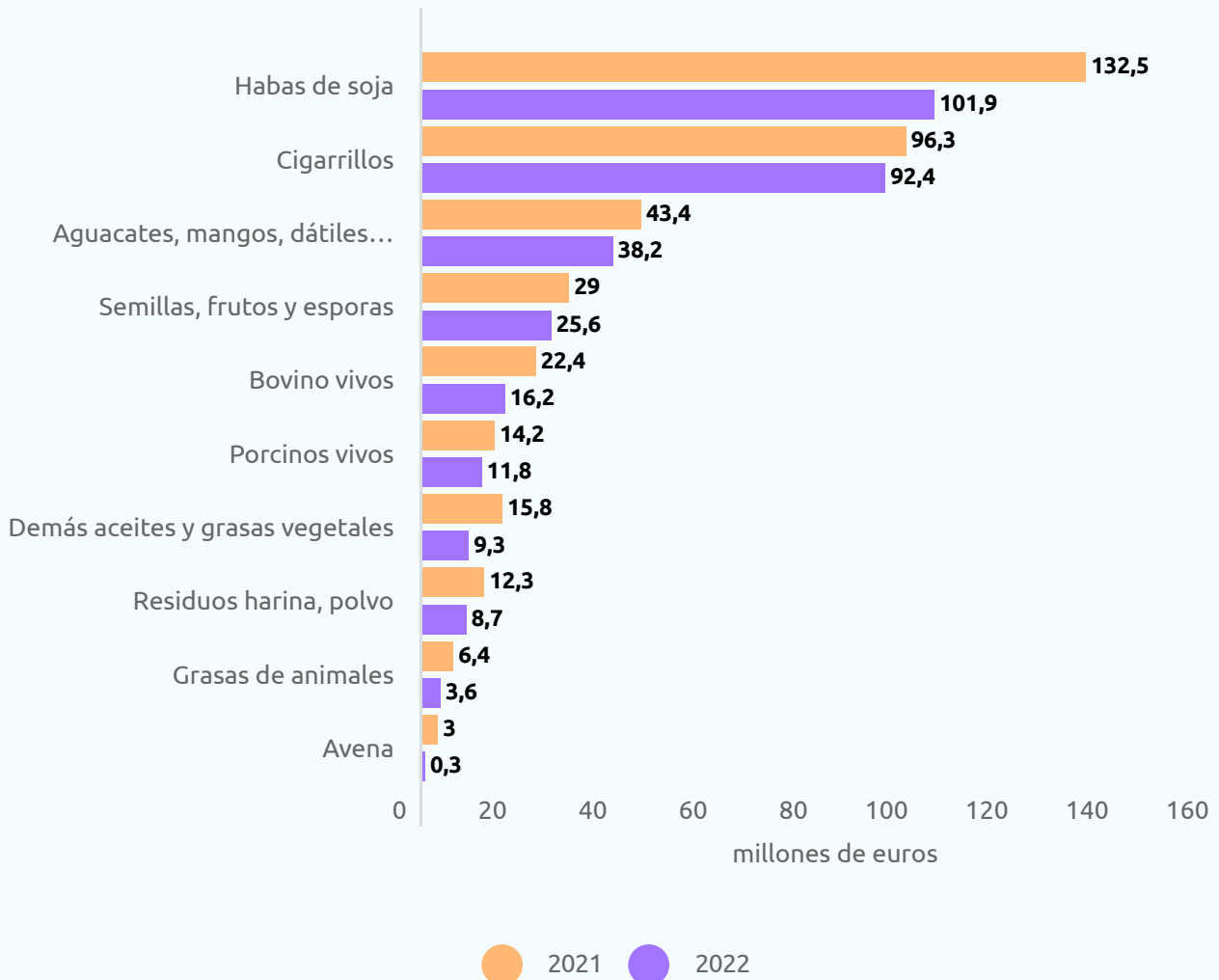
**-27,7 %**

Habas de soja



**-23,1 %**

### Evolución de las importaciones de productos con mayores contracciones (enero)



3

# Evolución por destinos Enero 2022

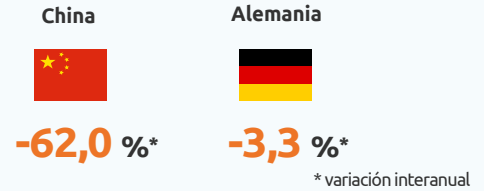


## Destinos de las exportaciones agroalimentarias (alimentación, bebidas y tabaco)

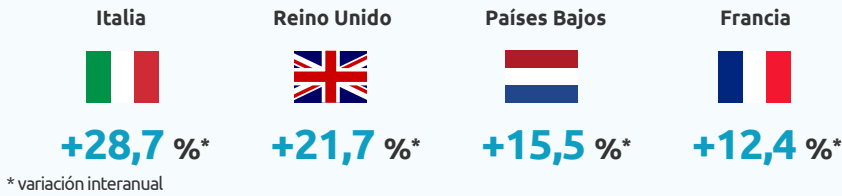
El descenso en China ha sido provocado por las menores ventas de productos cárnicos (-68,2 %) y las grasas y aceites (-53,7 %), aunque no todos los productos se han comportado de forma igual, y han destacado el aumento en las bebidas (+39,5 %).

### Mayores descensos en exportaciones según país

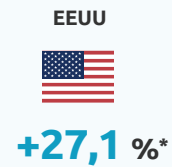
(enero 2022)



### Mayores incrementos de exportaciones según principales destinos en el continente europeo (enero 2022)

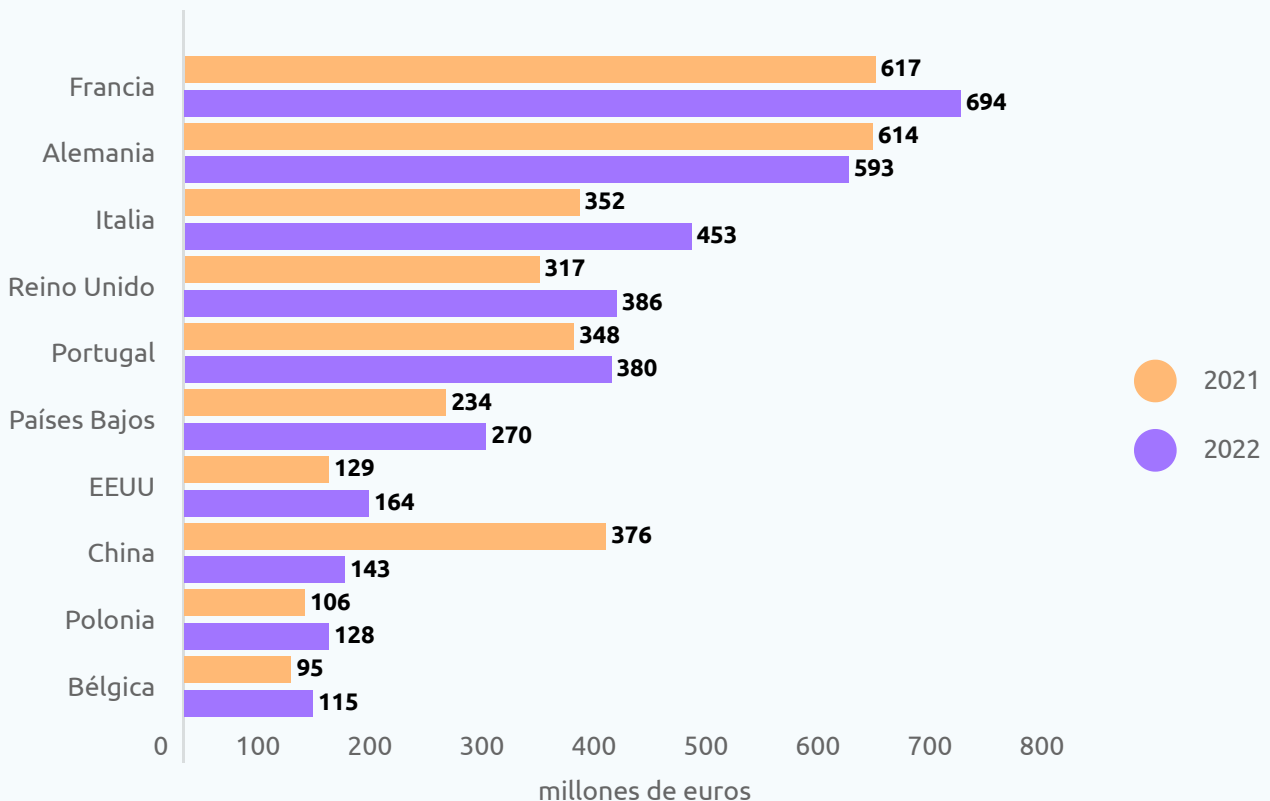


### Fuera del continente europeo (enero 2022)



10 países concentran el 69,1 % del valor de las exportaciones

## Evolución de la exportación agroalimentaria de los 10 principales destinos (enero)



3

# Evolución por destinos Enero 2022



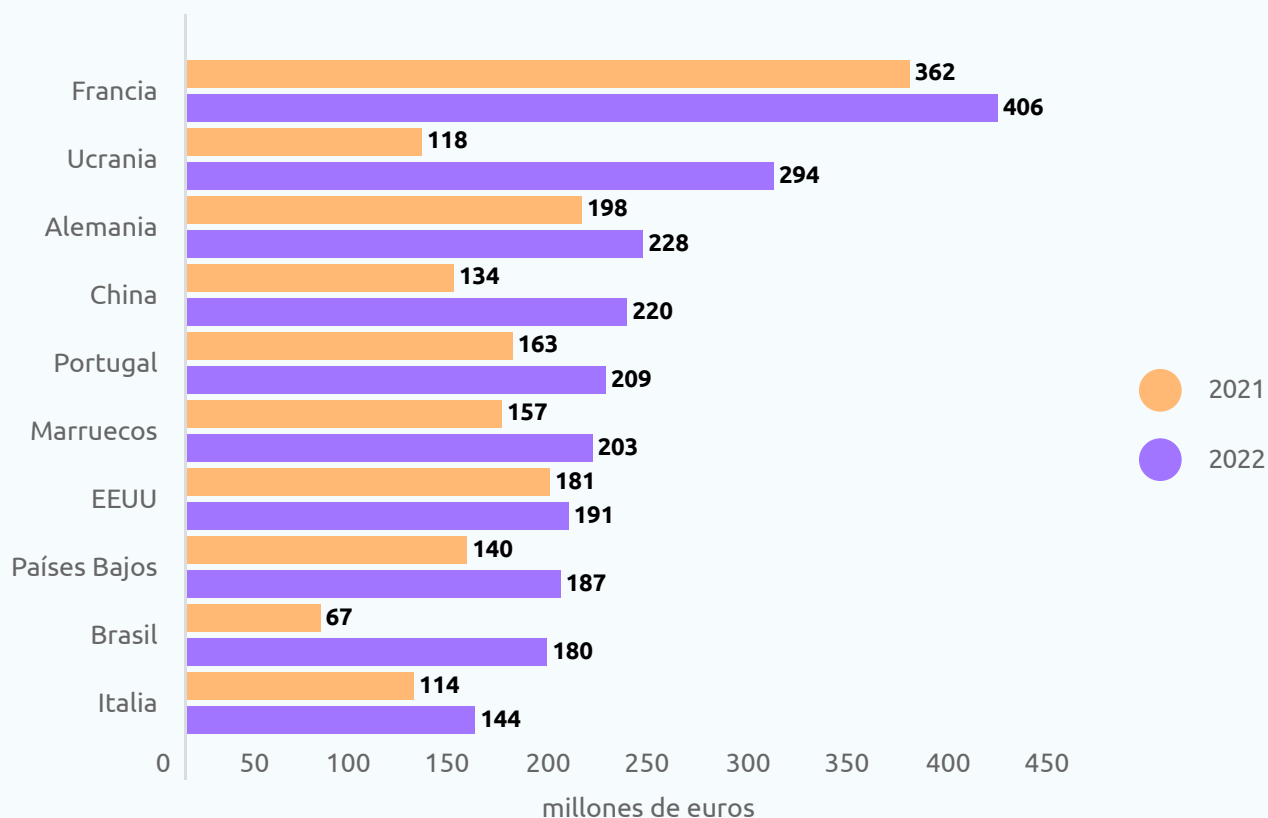
**En el primer mes del año los 10 principales países importadores a España han crecido y tienen una cuota del 59,4%** de las compras españolas.

El país con mayor expansión en sus ventas hacia España ha sido Ucrania (+147,9 %), posiblemente previendo el mercado la invasión rusa. Los cereales (+214,7 %) y las grasas y aceites vegetales (+81,1 %) han sido los pilares de este crecimiento.

Brasil ha presentado importantes aumentos en valor (+168,7 %) sustentado principalmente por las habas de soja (+5.900 %) y los piensos de los animales (+123,4 %).



Evolución de la importación agroalimentaria de los 10 principales proveedores (enero)



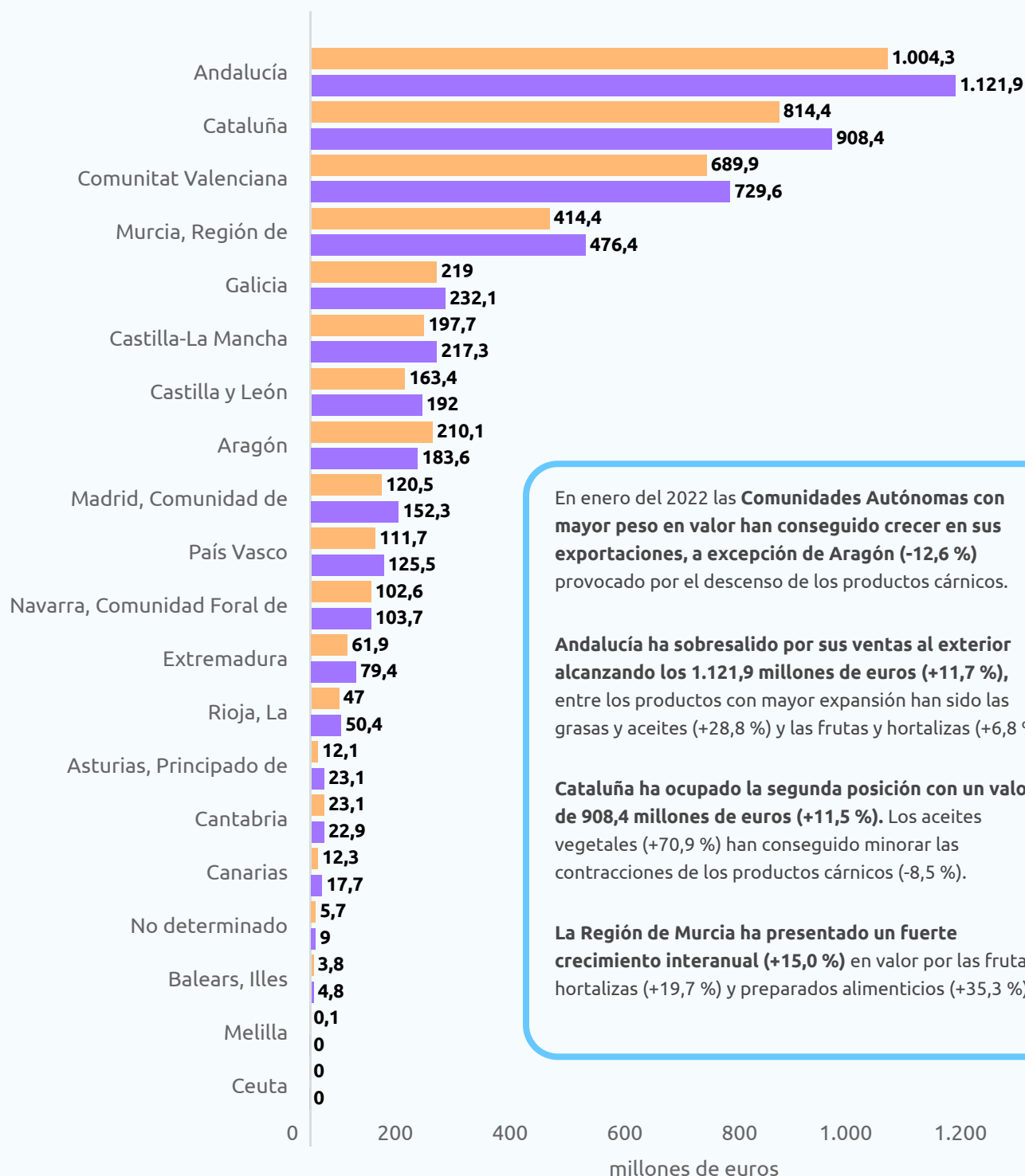
4

# Distribución por CCAA

## Enero 2022



Evolución de la exportación por comunidad autónoma (enero)



En enero del 2022 las **Comunidades Autónomas con mayor peso en valor han conseguido crecer en sus exportaciones, a excepción de Aragón (-12,6 %)** provocado por el descenso de los productos cárnicos.

**Andalucía ha sobresalido por sus ventas al exterior alcanzando los 1.121,9 millones de euros (+11,7 %)**, entre los productos con mayor expansión han sido las grasas y aceites (+28,8 %) y las frutas y hortalizas (+6,8 %).

**Cataluña ha ocupado la segunda posición con un valor de 908,4 millones de euros (+11,5 %)**. Los aceites vegetales (+70,9 %) han conseguido minorar las contracciones de los productos cárnicos (-8,5 %).

**La Región de Murcia ha presentado un fuerte crecimiento interanual (+15,0 %)** en valor por las frutas y hortalizas (+19,7 %) y preparados alimenticios (+35,3 %).

● 2021 ● 2022

4

# Distribución por CCAA

## Enero 2022



Evolución de la importación por comunidad autónoma (enero)

