

Nota de prensa

Madrid, 17 de mayo de 2019

Huelva, Sevilla y Cádiz, provincias más exportadoras de Andalucía en 2018

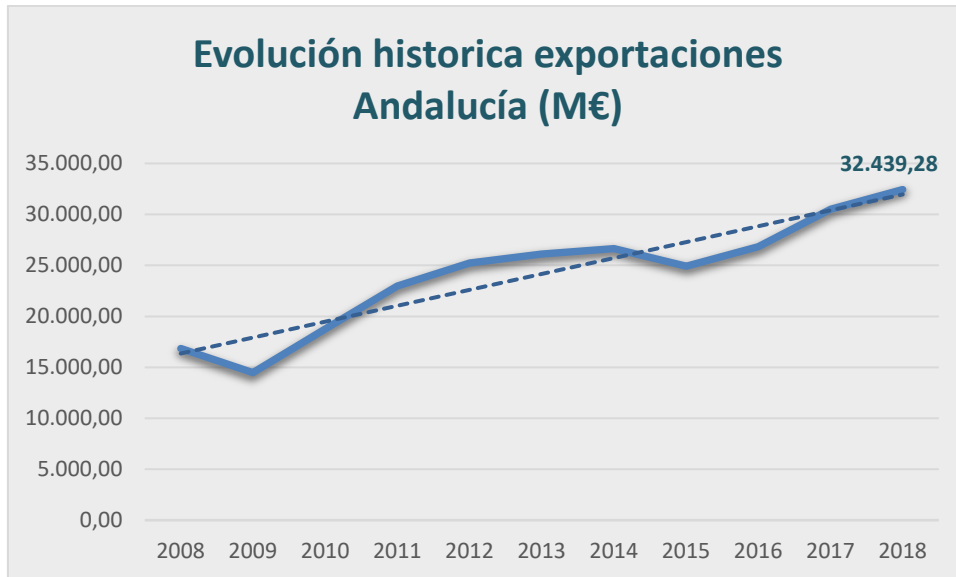
La cifra total de exportaciones de la comunidad alcanzó el máximo histórico de 32.439,3 millones de euros

- **Las exportaciones contribuyen un 20,4% al crecimiento de la región.**
- **Alimentación, productos energéticos y materias primas (minerales), principales productos exportados en 2018.**
- **A cierre de enero de 2019, Andalucía se posiciona como la segunda comunidad autónoma que más aporta al comercio exterior español (+12,6), tan solo superada por Cataluña (25,3%).**
- **La Unión Europea es el mercado de referencia. Los cinco principales socios son Alemania, Francia, Italia, Reino Unido y Portugal.**
- **Las exportaciones andaluzas muestran señales crecientes de interés por el mercado chino.**

[SOLUNION](#), la compañía experta en seguros de crédito y de caución y en servicios de gestión del crédito comercial, analiza la evolución de las exportaciones en Andalucía, segunda comunidad autónoma de España que más exportó en 2018, con un total de ventas al exterior de 32.439 millones euros. Esta cifra, récord histórico de la región, supone un incremento del 6,3% con respecto a 2017 y es superior a la media de España (3,2% frente a 2017).

Este crecimiento, a pesar de ser inferior al registrado en 2017 (+13,7%), demuestra la capacidad de Andalucía para generar un interés creciente hacia sus productos en el mercado internacional, con un crecimiento promedio de 7,5% en los últimos 10 años.

Se estima que las aportaciones de las exportaciones han contribuido un 20,4% al crecimiento de la región en 2018, con un incremento de 0,8 pp en relación al año anterior (PIB regional estimado: 158.783 millones euros, sobre una tasa de crecimiento del 2,3%).



Fuente: ICEX

Huelva es la provincia de Andalucía que más exportó durante el año 2018, con un 24% del total de la región (7.751,3 millones euros). Es, además, la que más aumenta sus ventas al exterior con respecto a 2017 (+29%), sobre todo como consecuencia del impulso de las ventas de determinadas materias primas como rocas, minerales industriales y minerales metálicos como el cobre (a pesar de la variación negativa de este material en 2018), y metales preciosos. También el importe total de productos energéticos exportados (combustibles) crece en relación a 2017, beneficiado por el incremento de los precios del petróleo durante el año 2018.

Sevilla, con exportaciones por valor de 7.192,5 millones euros, ocupa la segunda posición, concentrando sus ventas en los sectores de bienes de equipo y alimentación. Casi al mismo nivel se sitúa Cádiz, con 7.067,4 millones de euros exportados, entre los cuales un 47% corresponde a productos derivados de petróleo.



Fuente: ICEX

Unión Europea: mercado de referencia, pero perdiendo vigor

La Unión Europea se mantiene como el principal destino de las exportaciones andaluzas con cerca del 65%. Por países y en orden de relevancia, se sitúan Alemania (12%), Francia (10%), Italia (7%), Reino Unido (7%) y Portugal (6%). Sin embargo, a excepción de Alemania, las ventas a estos mercados han decrecido en 2018.

En particular, la incertidumbre motivada por el Brexit parece impactar negativamente en las ventas de bienes a Reino Unido, que han caído el 10,7% (2.281,6 millones euros), tras dos años consecutivos de crecimiento.

Las exportaciones andaluzas muestran señales de interés por el mercado chino

Las ventas de Andalucía a China alcanzaron 1.366,7 millones euros en 2018, lo que representa un incremento del 47,3% con respecto a 2017, un visible reflejo del incremento de las relaciones económicas entre España y China, en detrimento de otros mercados.

“China es uno de los mercados prioritarios atendiendo a su potencial estratégico para España. En los últimos 10 años, no solo ha duplicado su peso como destino de las exportaciones españolas, sino que lo ha superado, y esperamos que esta tendencia se mantenga, tal y como constatan los datos de inicio de 2019,” indica Sara Lamego, responsable de estudios económicos de SOLUNION.

Huelva es la segunda provincia española que más exporta a China (1.093,4 millones euros), solo seguida por Barcelona. El 80% de las exportaciones andaluzas a este mercado se concentran en la venta de minerales, como el cobre y productos derivados. En menor escala se sitúa la venta de grasas, principalmente de aceite de oliva, como producto estrella atendiendo a su elevado valor comercial y específico de la región, y la venta de carne porcina.

En general, las ventas de Andalucía a China son las que más contribuyen al superávit comercial en el caso de los productos agroalimentarios (753 millones euros en 2018).

“Para 2019, las previsiones indican que las exportaciones de productos españoles a China podrían incrementarse en 395 millones de euros respecto a 2018, acercándose al umbral de los 7.000 millones de euros anuales”, comenta Enrique Cuadra, Director Corporativo de Riesgos de SOLUNION. “Los principales sectores que contribuyen a ellos son los minerales, la carne y la maquinaria”.

Por último, con respecto a otros mercados y en relación con la exportación de materias primas, cabe destacar Bulgaria, que aportó 865 millones de euros al crecimiento económico de Andalucía en 2018, y el incremento significativo de la venta de dichos bienes a Corea del Sur (58%).

Las exportaciones mantienen su impulso en 2019

En enero de 2019 las exportaciones andaluzas alcanzaron los 2.831 millones de euros, lo que supone un 12,4% más que en 2018 (Fuente: Agencia Andaluza de Promoción Exterior). Las legumbres y hortalizas, junto con los combustibles y minerales, continúan a la cabeza como principales productos exportados.

El sector aeronáutico realizó 5.100 operaciones al exterior en 2018, por valor de 2.690 millones de euros. A enero de 2019, la comunidad ya ha realizado 486 operaciones, lo que supone un +32% con respecto a enero de 2018.

Por otro lado, el sector oleícola mejora sus perspectivas de crecimiento después de manifestar una bajada en las ventas al exterior durante 2018, con una facturación de casi 2.500 millones de euros, un -16% respecto a 2017 (2.958 millones de euros). En 2019, el sector ya ha facturado 415 millones de euros, con más de 90.000 toneladas de aceite exportadas.

Sobre SOLUNION:

SOLUNION Seguros ofrece soluciones y servicios de seguro de crédito y de caución para compañías de España y Latinoamérica. Constituida en 2013 y presente en España, Argentina, Chile, Colombia, México, Ecuador, Panamá, Perú, República Dominicana, Costa Rica y Uruguay es una joint venture participada al 50 por ciento por **MAPFRE**, aseguradora global con presencia en los cinco continentes, compañía de referencia en el mercado asegurador español, primer grupo asegurador multinacional en América Latina y uno de los 10 mayores grupos europeos por volumen de primas; y **Euler Hermes**, número uno mundial en seguro de crédito y uno de los líderes en caución y en recobro. Solunion pone al servicio de sus clientes una red internacional de vigilancia de riesgos desde la que analiza la estabilidad financiera de más de 40 millones de empresas. Una extensa red de distribución responde a las necesidades de compañías de todos los tamaños en un amplio rango de sectores industriales. www.solunion.com

Contacto de prensa:

SOLUNION – Departamento de Comunicación Corporativa

Eva Muñoz

Tif. +34 91 417 80 11

eva.munoz@solunionseguros.com

Avda. General Perón, 40 – 2ª planta
28020 Madrid

Advertencia:

Algunas de las afirmaciones contenidas en el presente documento pueden tener la naturaleza de meras expectativas o previsiones basadas en opiniones o puntos de vista actuales de la Dirección de la Compañía. Estas afirmaciones implican una serie de riesgos e incertidumbres, tanto conocidos como desconocidos, que podrían provocar diferencias importantes entre los resultados, actuaciones o acontecimientos reales y aquellos a los que explícita o implícitamente este documento se refiere. El carácter meramente provisional de las afirmaciones que aquí se contienen puede derivarse tanto de la propia naturaleza de la información como del contexto en el que se realizan. En este sentido, las construcciones del tipo “puede”, “podrá”, “debería”, “se espera”, “pretende”, “anticipa”, “se cree”, “se estima”, “se prevé”, “potencial” o “continúa” y otras similares, constituyen la expresión de expectativas futuras o de meras previsiones.

Los resultados, actuaciones o acontecimientos reales pueden diferir materialmente de aquellos reflejados en este documento, debido, entre otras causas a (i) la coyuntura económica general; (ii) el desarrollo de los mercados financieros y, en especial, de los mercados emergentes, de su volatilidad, de su liquidez y de crisis de crédito; (iii) la frecuencia e intensidad de los siniestros asegurados; (iv) la tasa de conservación de negocio; (v) niveles de morosidad; (vi) la evolución de los tipos de interés; (vii) los tipos de cambio, en especial el tipo de cambio Euro-Dólar; (viii) la competencia; (ix) los cambios legislativos y regulatorios, incluyendo los referentes a la convergencia monetaria y la Unión Monetaria Europea; (x) los cambios en la política de los bancos centrales y/o de los gobiernos extranjeros; (xi) el impacto de adquisiciones, incluyendo las integraciones; (xii) las operaciones de reorganización y (xiii) los factores generales que incidan sobre la competencia, ya sean a nivel local, regional, nacional y/o global. Muchos de estos factores tienen mayor probabilidad de ocurrir o pueden ser de carácter más pronunciado, en caso de actos terroristas.

La compañía no está obligada a actualizar las previsiones contenidas en el presente documento.