

Boletín de comercio exterior de FORRAJES DESHIDRATADOS

CAMPAÑA 2022/2023

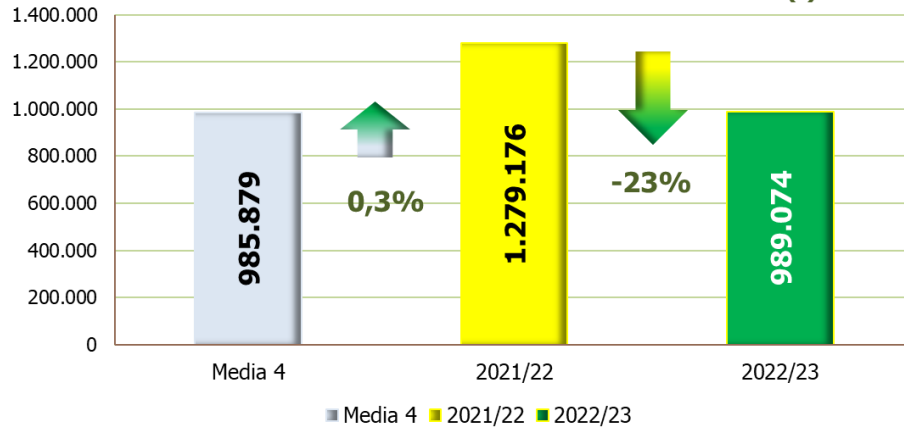
CAMPAÑA 2022/23
Datos 1º y 2º Cuatrimestre (1º y 2º CT) de Campaña
DATOS DE ABRIL A NOVIEMBRE 2022

EXPORTACIONES ACUMULADAS	IMPORTACIONES ACUMULADAS	TASA DE COBERTURA
989.074 t	38.721 t	3.885 %
330,2 Millones €	8,5 Millones €	

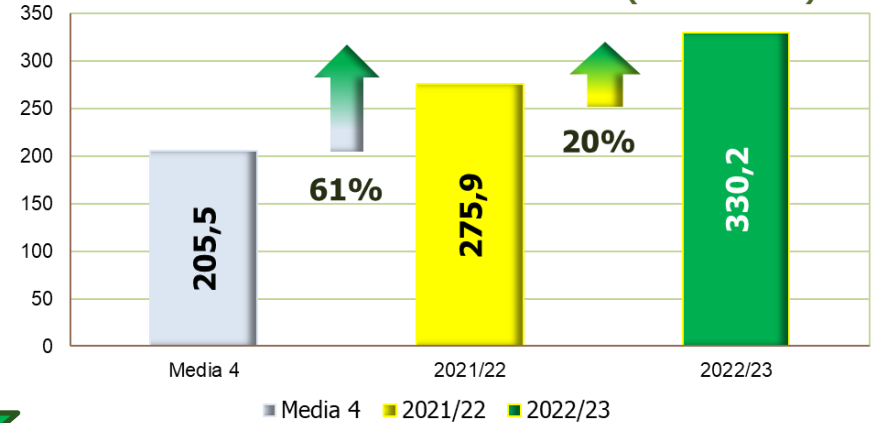


EXPORTACIONES TOTALES DE FORRAJES DESHIDRATADOS

VOLUMEN ACUMULADO EXPORTADO (t)

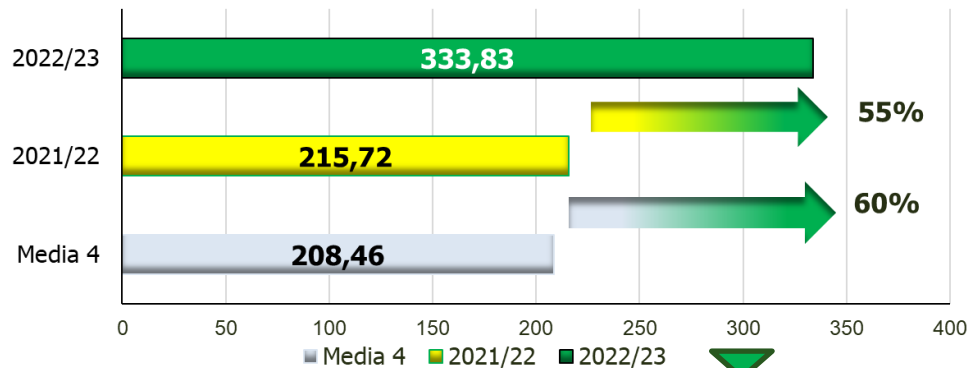


VALOR ACUMULADO EXPORTADO (MILLONES €)

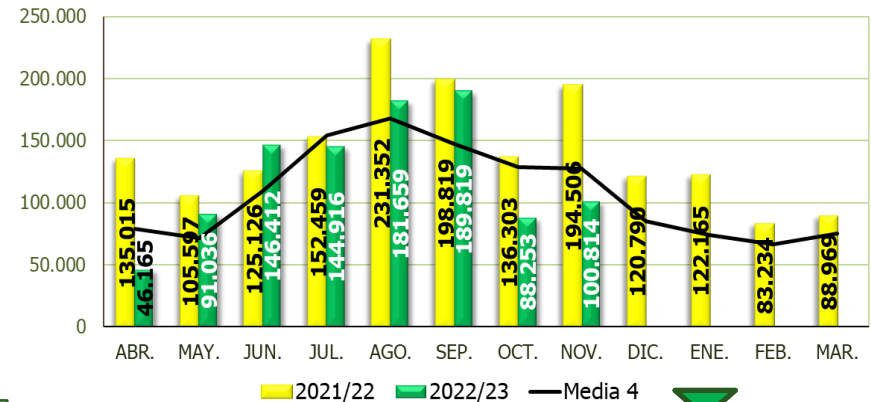


Exportaciones **inferiores en volumen pero superiores en valor** en el 1º y 2º CT de campaña respecto al mismo periodo de la campaña anterior 21/22 (que marcó el récord de exportaciones en dicho periodo).

VALOR UNITARIO DE EXPORTACIÓN (€/t)



DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE EXPORTACIONES (t)

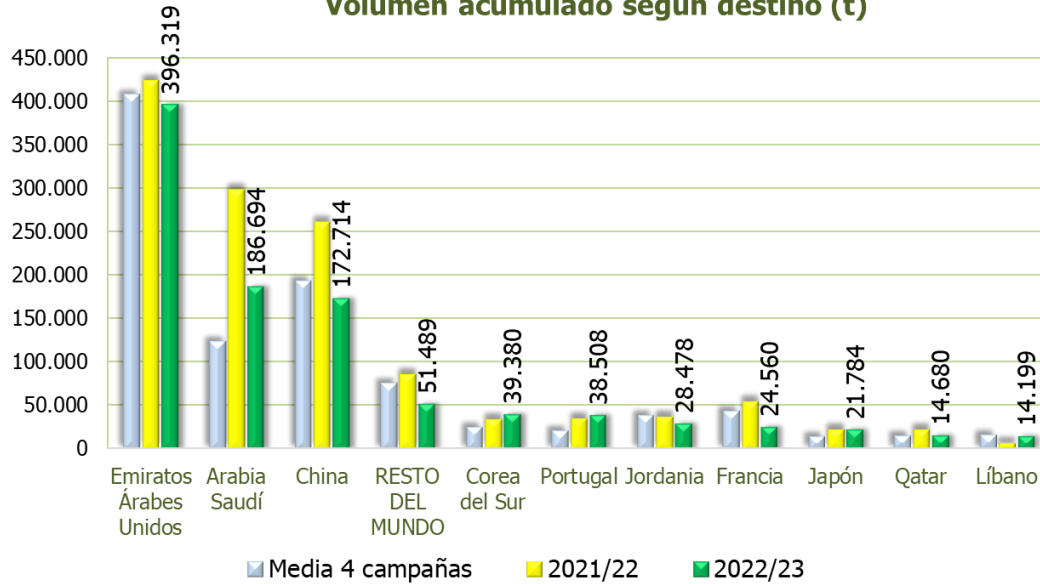


En el 2ºCT ha continuado la coyuntura de gran demanda y menor oferta de forrajes deshidratados en el mercado mundial por lo que los **Valores unitarios** se sitúan en valores máximos en relación a campañas anteriores.

El **promedio mensual** de exportaciones se sitúa en **123.634 t**. El ritmo mensual de exportaciones se desacelera a medida que la cosecha va finalizando, las existencias van disminuyendo y van cumpliéndose los compromisos de los operadores.

EXPORTACIONES TOTALES DE FORRAJES DESHIDRATADOS

Volumen acumulado según destino (t)



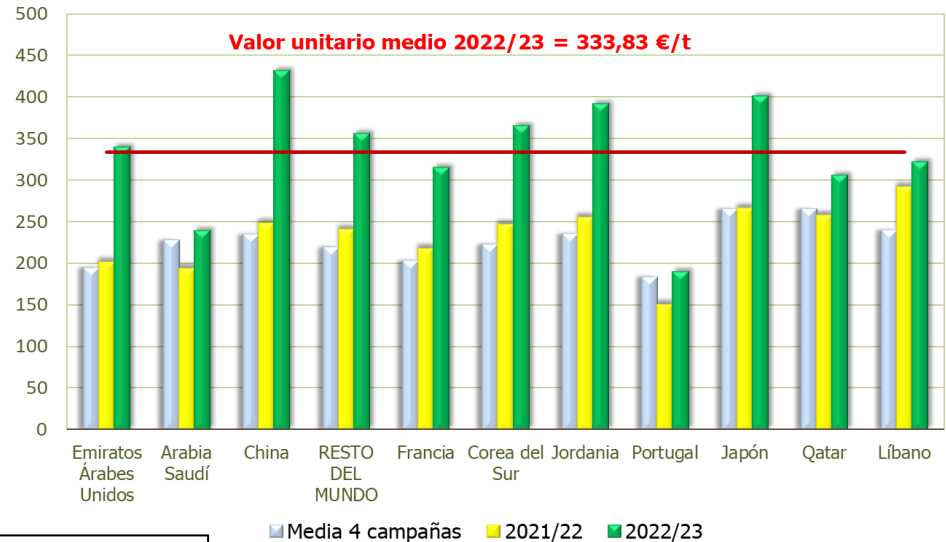
Para los dos primeros cuatrimestres de campaña, el **volumen** de exportaciones se sitúa en los niveles de la media del mismo periodo de las 4 campañas anteriores.

Entre los destinos tradicionales, destaca el crecimiento en volumen exportado, con respecto de la media, a Arabia Saudí, Corea del Sur, Portugal y Japón, mientras que se reduce en China, Francia y ligeramente en los Emiratos árabes Unidos.

El **valor unitario medio** de exportación en los dos primeros cuatrimestres de campaña se **incrementa** a valores máximos respecto a campañas anteriores en la mayoría de los destinos tradicionales.

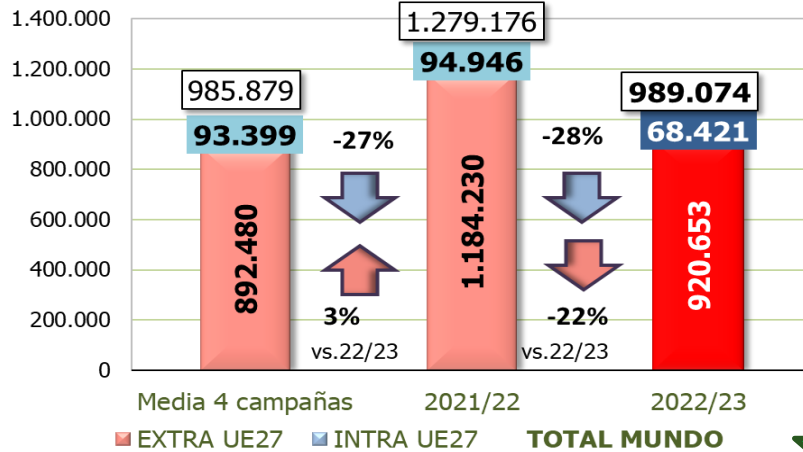
Destaca el aumento a los mercados de Extremo Oriente, donde la demanda de forrajes deshidratados ha empujado las cotizaciones ante la falta de oferta en el mercado mundial.

Valor unitario según destino (€/100kg)

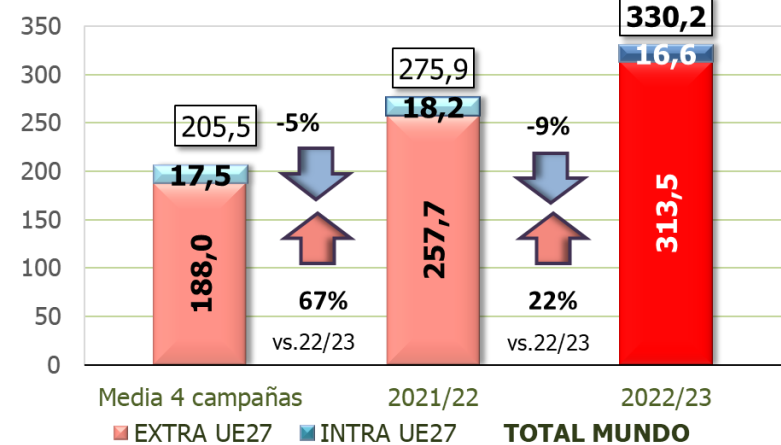


EXPORTACIONES TOTALES INTRA UE27 – EXTRA UE27

VOLUMEN INTRA VS EXTRA UE (t)



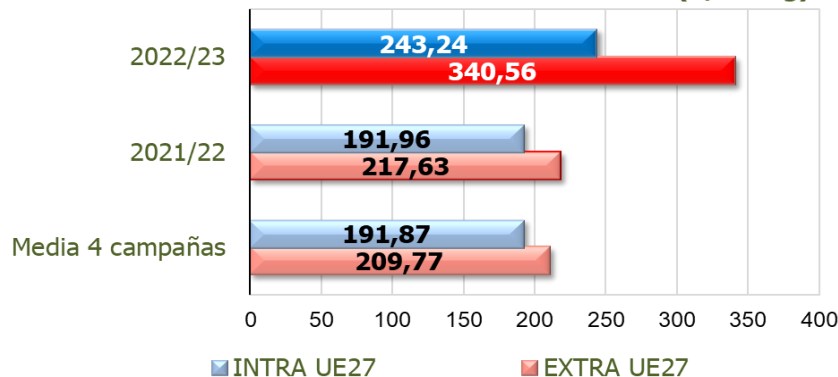
VALOR INTRA VS EXTRA UE (millones €)



Las exportaciones **EXTRA UE** crecen en valor (+67%), y en menor medida en volumen (+3%), respecto de la media. Respecto de la campaña anterior destaca el hecho de que a pesar de reducirse el volumen un 22%, el valor crece un 22%.

El **peso** de las **exportaciones EXTRA UE** ha representado el **93% en volumen y el 95% en valor** de las exportaciones para el periodo comprendido entre los meses de abril a noviembre de la campaña 22/23.

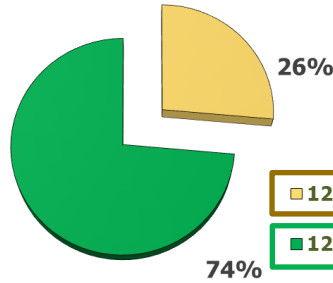
VALOR UNITARIO INTRA VS EXTRA UE (€/100kg)



Valores unitarios promedio en valores máximos respecto a las campañas precedentes. El incremento respecto de la campaña anterior es mayor en las exportaciones EXTRA UE (+56%), que en las INTRA UE (+27%). En los ocho primeros meses de la campaña actual, los **valores unitarios promedios** de las exportaciones **EXTRA UE** se han situado un **40%** por encima de los valores promedios INTRA UE, y como consecuencia del mayor peso en volumen exportado de la partida NC 12149090.

EXPORTACIONES TOTALES – PARTIDAS ARANCELARIAS

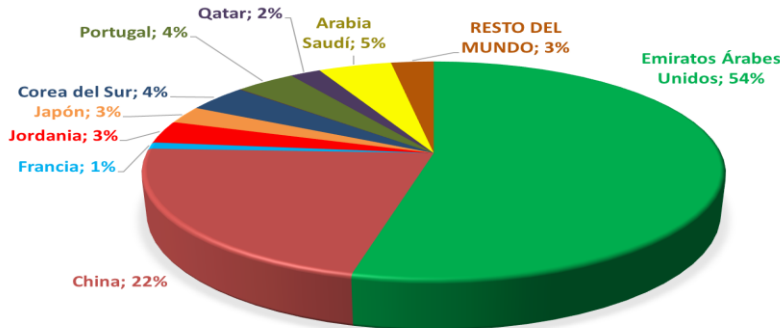
DISTRIBUCIÓN VOLUMEN PARTIDAS
CAMPAÑA 2022/23



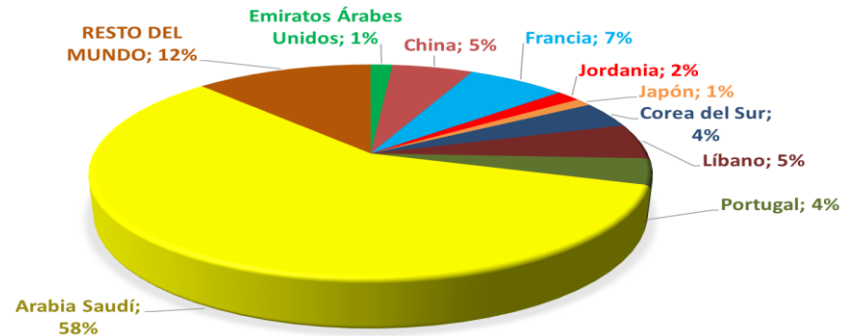
PARTIDA	ZONA	VOLUMEN (t)	VALOR (Miles €)	VALOR UNITARIO (€/t)
12141000	EXTRA UE27	229.174	57.461	250,7
	INTRA UE27	31.917	9.798	307,0
	TOTAL	261.091	67.259	257,6
12149090	EXTRA UE27	691.479	256.075	370,3
	INTRA UE27	36.504	6.845	187,5
	TOTAL	727.983	262.920	361,2

El **valor unitario promedio** de las exportaciones de la partida 12149090 es un 40% superior a los de la partida 12141000.

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES VOLUMEN (%)
TARIC 12149090 - CAMPAÑA 22/23



PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES VOLUMEN (%)
TARIC 12141000 - CAMPAÑA 22/23



El **74%** de las exportaciones se corresponden con las **“balas de forrajes deshidratados”** (NC 12149090), y tienen como destino principal los Emiratos Árabes Unidos y China.

El **“granulado de alfalfa deshidratada (o pellets)”** (NC 12141000) representa el **26%** de las exportaciones y se destinan mayoritariamente a Arabia Saudí (destino que representa el 58% del total de esta partida pero con un valor unitario por debajo del resto de los principales destinos, y que hace bajar el valor unitario medio del total exportado bajo esta partida). Destacan también los destinos de Francia, China y Líbano.

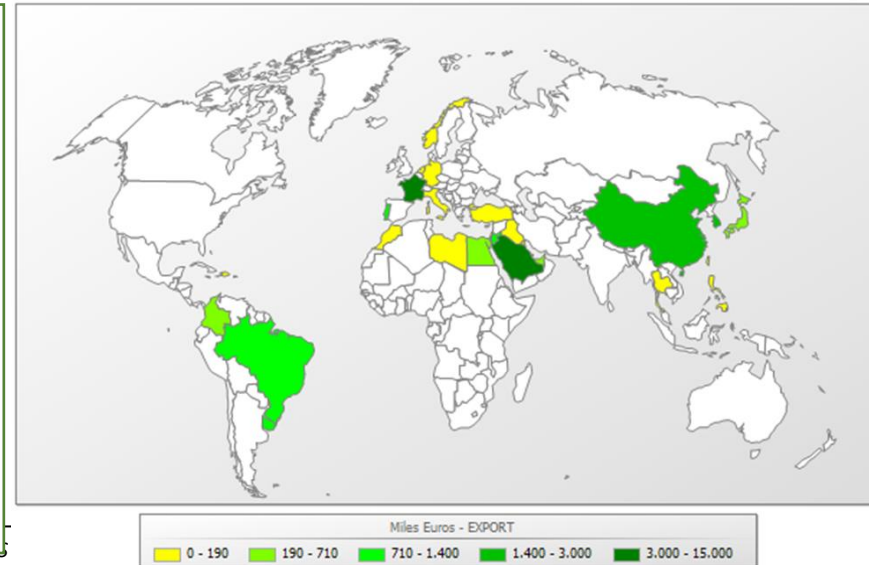
VALOR EXPORTACIONES PARTIDA 12141000 - RÁNKING PAÍSES

Exportaciones del 1º y 2º CT de campaña (meses de abril a noviembre). TARIC 12141000									
Campaña 22/23						Campaña 21/22		Media 4	
Posición Ránking	Top 15 Países	% sobre total exportado	Valor (miles €)	Valor Unitario (€/t)	Variación Ránking vs. 21/22	Valor (miles €)	Valor Unitario (€/t)	Valor (miles €)	Valor Unitario (€/t)
1	Arabia Saudí	47,7%	32.105	211,1	⇒ 0	22.952	147,3	13.632	151,5
2	Francia	8,6%	5.793	329,1	⇒ 0	10.781	206,8	7.251	201,0
3	China	6,8%	4.551	318,3	⇒ 0	7.507	209,6	5.019	206,7
4	Líbano	6,6%	4.470	322,5	↑ 5	1.807	294,2	3.285	237,8
5	Corea del Sur (Rep. de C)	5,0%	3.366	327,5	↓ -1	2.649	221,9	2.232	205,3
6	Portugal	4,2%	2.810	277,6	↓ -1	2.527	181,5	2.440	181,2
7	Colombia	3,4%	2.299	324,1	↑ 10	782	270,6	670	239,4
8	Brasil	2,5%	1.661	333,7	↑ 5	1.003	262,8	1.548	238,2
9	Uruguay	2,4%	1.646	314,2	↑ 9	615	265,0	615	265,0
10	Jordania	2,2%	1.477	341,8	↓ -2	1.911	272,7	2.271	238,1
11	Emiratos Árabes Unidos	1,9%	1.289	334,3	↑ 3	990	238,8	3.088	223,9
12	Egipto	1,8%	1.213	322,7	↓ -2	1.594	261,8	1.054	245,1
13	Japón	1,6%	1.081	326,0	↑ 3	824	241,6	693	237,0
14	Grecia	1,3%	902	344,3	↑ 26	6	270,0	177	113,2
15	Taiwán	0,9%	582	385,2	↑ 11	149	232,3	186	210,4

El **valor** de las exportaciones de **“Harina y pellets” de alfalfa desecada artificialmente** (NC 12141000) a los principales 15 destinos **umenta un 10%** respecto al mismo periodo de la campaña 2021/22. Entre los países del Top 15, sólo Francia, China, Jordania y Egipto disminuyen el valor de sus importaciones españolas respecto a la pasada campaña.

Destaca el notable incremento a los destinos de **Latinoamérica** (Brasil, Colombia, Uruguay), que ganan posicionamiento en el ránking de principales destinos, y la nueva incorporación al ránking de **Grecia** y **Taiwán**.

El valor unitario crece en todos los destinos.



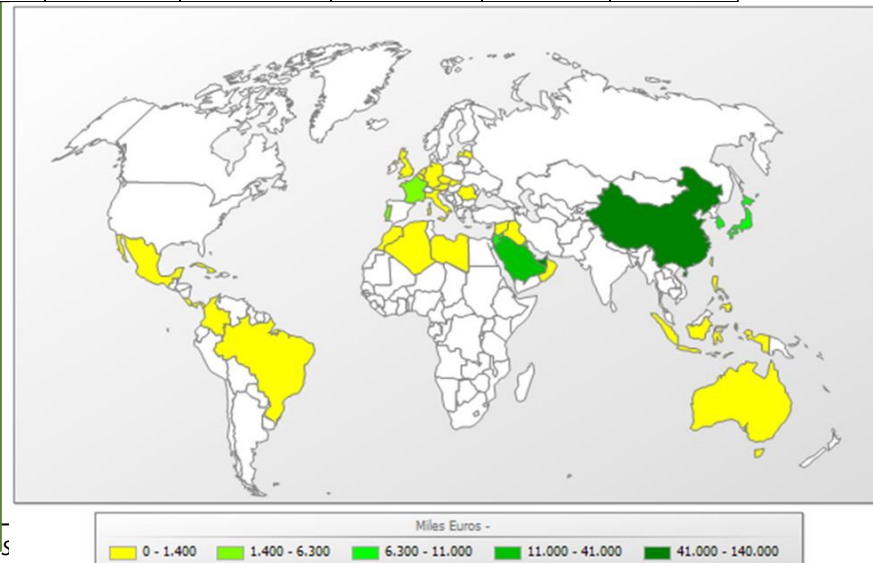
VALOR EXPORTACIONES PARTIDA 12149090 - RÁNKING PAÍSES

Exportaciones del 1º y 2º CT de campaña (meses de abril a noviembre). TARIC 12149090									
Campaña 22/23					Campaña 21/22		Media 4		
Posición Ránking	Top 15 Países	% sobre total exportado	Valor (miles €)	Valor Unitario (€/t)	Variación Ránking vs. 21/22	Valor (miles €)	Valor Unitario (€/t)	Valor (miles €)	Valor Unitario (€/t)
1	Emiratos Árabes Unidos	50,5%	133.171	339,3	→ 0	83.206	200,4	75.667	192,6
2	China	26,5%	69.878	441,1	→ 0	56.506	253,5	40.232,9	238,6
3	Arabia Saudí	4,8%	12.556	362,5	→ 0	34.504	242,1	14.057,3	250,7
4	Corea del Sur (Rep. de C	4,2%	10.991	377,7	↑ 2	5.524	259,5	3.314,1	246,9
5	Jordania	3,7%	9.645	399,2	↓ -1	7.492	250,2	6.862,3	233,1
6	Japón	2,9%	7.646	405,7	↑ 1	4.836	269,5	2.978,3	271,3
7	Portugal	1,9%	5.119	149,1	↑ 2	2.615	131,7	1.268,0	168,8
8	Kuwait	1,7%	4.509	447,2	→ 0	3.318	274,3	1.907,5	258,0
9	Qatar	1,7%	4.434	305,1	↓ -4	5.707	256,9	3.872,1	261,3
10	Francia	0,7%	1.922	291,0	→ 0	2.204	279,3	1.934,8	213,5
11	Omán	0,4%	1.074	374,5	→ 0	851	249,4	682,0	246,7
12	Taiwán	0,4%	1.016	360,3	↑ 5	113	224,7	164,8	237,9
13	Malta	0,1%	161	238,4	↓ -1	573	205,7	547,2	212,2
14	Marruecos	0,1%	151	279,0	→ 0	213	289,1	347,8	257,5
15	Brasil	0,1%	136	304,4	↑ 10	42	220,1	61,7	227,4

El **valor** de las exportaciones de **“productos forrajeros desecados artificialmente” (NC 12149090)** a los principales 15 destinos **aumenta un 26%** respecto al mismo periodo de la campaña 2021/22. Sólo disminuyen el valor de importaciones de España, Arabia Saudí, Qatar, Francia, Malta y Marruecos.

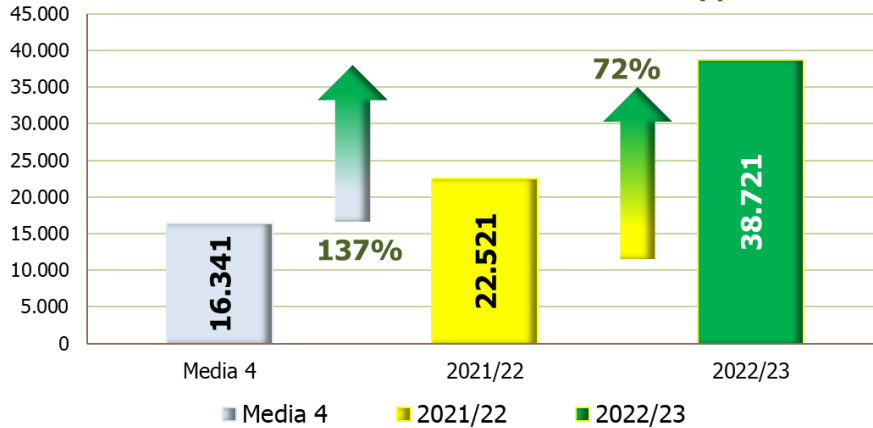
Notable aumento a los destinos de **Extremo Oriente** como China, Corea del Sur, Japón o Taiwán. **Emiratos Arabes** continúa como primer destino.

Incremento del valor unitario de las exportaciones respecto al mismo periodo de la campaña anterior a todos los destinos, con la excepción de Marruecos.

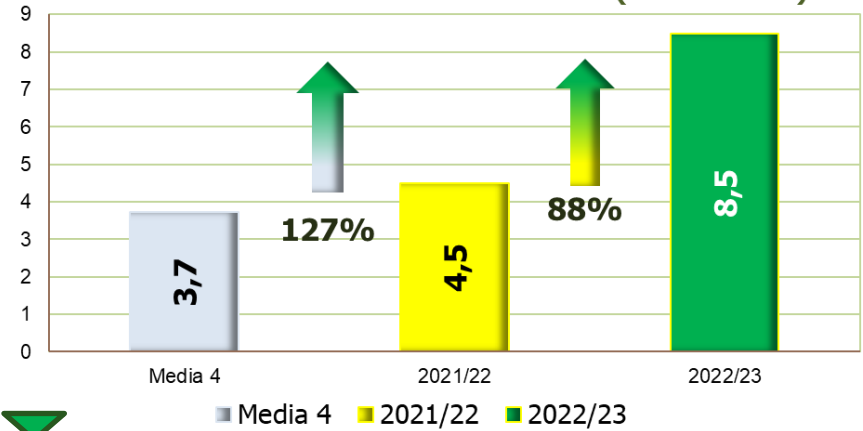


IMPORTACIONES TOTALES DE FORRAJES DESHIDRATADOS

VOLUMEN ACUMULADO IMPORTADO (t)

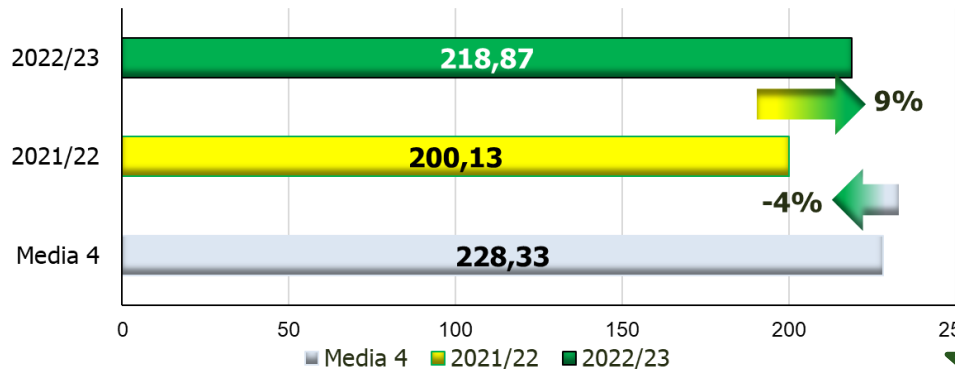


VALOR ACUMULADO IMPORTADO (MILLONES €)

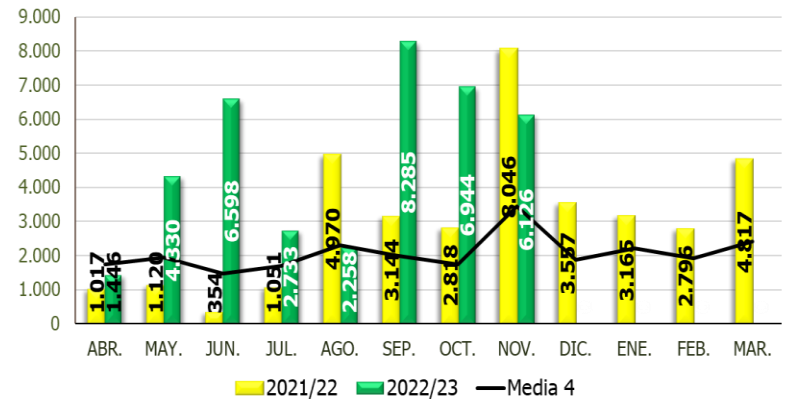


Crecen de nuevo en el 2ºCT las importaciones en volumen y en valor respecto a la campaña anterior y a la media de las 4 campañas anteriores, continuando lo acontecido en el 1ºCT como resultado de la gran **demanda** existente en el **mercado** internacional. Proceden fundamentalmente de Francia (49% del total), Portugal (42%) e Italia (3%).

VALOR UNITARIO DE IMPORTACIÓN (€/t)



DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE IMPORTACIONES (t)



Valores unitarios superiores a la campaña pasada, pero por debajo de la media de las 4 campañas anteriores. La **principal partida** importada es la correspondiente al **NC 12149090** (94% del total).

NOTA METODOLÓGICA

Fuentes de información: EUROSTAT: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
DATACOMEX <http://datacomex.comercio.es/> (datos para el Ránking Países)

Datos de exportaciones e importaciones españolas de las siguientes partidas arancelarias:

PARTIDAS ARANCELARIAS DE FORRAJES DESHIDRATADOS	
NC 12141000	Harina y "pellets" de alfalfa desecada artificialmente.
NC 12149090	Alfalfa, esparceta, trébol, altramuces, vezas y productos forrajeros análogos, desecados artificialmente, con exclusión del heno y de las coles forrajeras, así como de los productos que contengan heno.

Datos referidos a:

- Volumen (t)
- Valor (millones de €)
- Valor unitario (€/t)
- Tasa de cobertura (%): valor de exportaciones cubiertas con importaciones.

Análisis comparativo del 1º y 2º Cuatrimestre (1º y 2º CT) de la campaña actual (2022/23), frente a la anterior (2021/22) y frente a la media de las 4 últimas campañas (2018/19, 2019/20, 2020/21 y 2021/22).

Más información sobre Comercio Exterior: Análisis del Comercio Exterior del MAPA

<https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/tercerapaginanueva.aspx>

CAMPAÑA ANALIZADO: ABR 2022 – NOV 2022 (1º y 2º CT de Campaña)