

# Boletín de comercio exterior de aceite de orujo de oliva

CAMPAÑA 2022/23

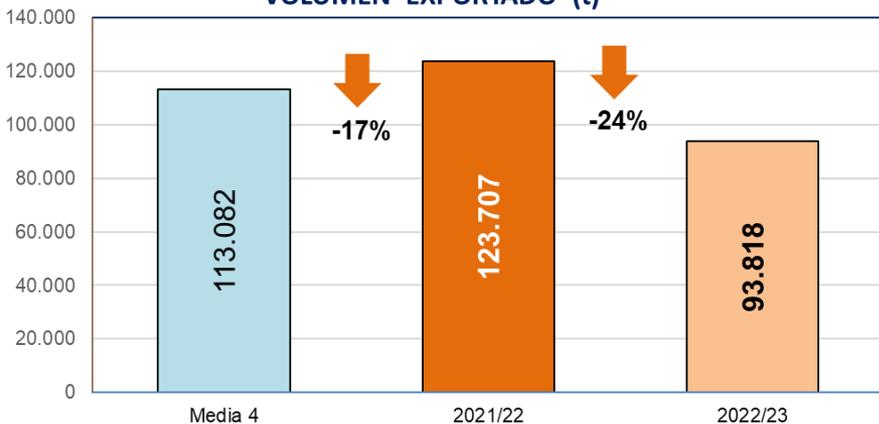
FIN DE CAMPAÑA

DATOS DE OCTUBRE 2022 a SEPTIEMBRE 2023

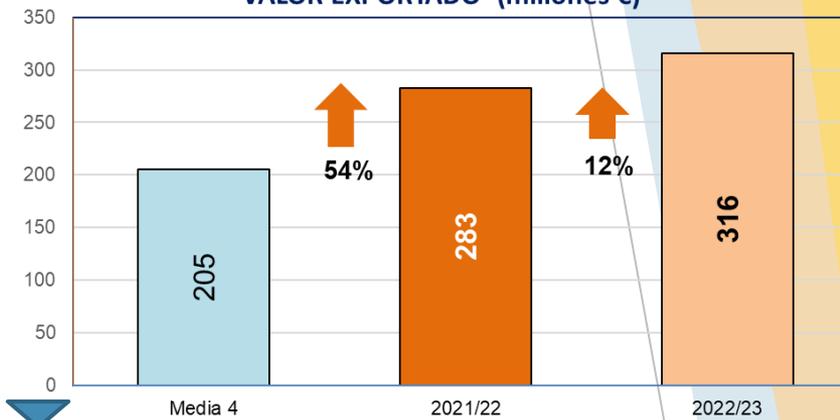
EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	TASA DE COBERTURA
93.818 t	74.069 t	127 %

# EXPORTACIONES TOTALES DE ACEITE DE ORUJO DE OLIVA (AOO)

VOLUMEN EXPORTADO (t)

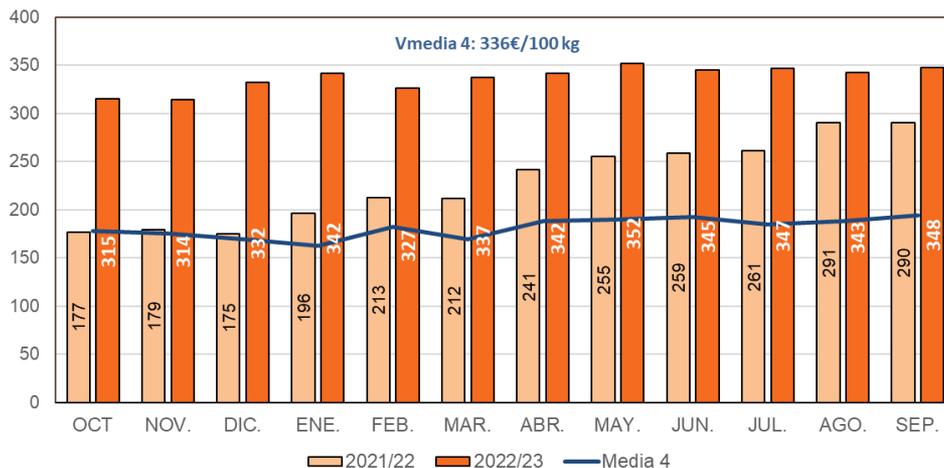


VALOR EXPORTADO (millones €)



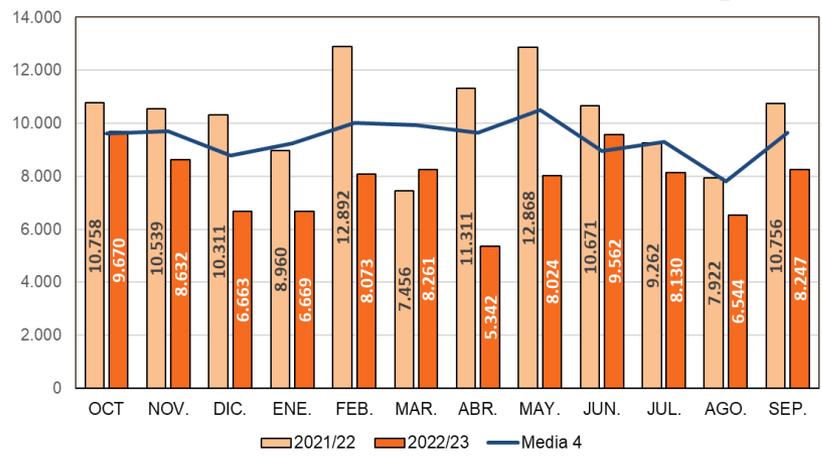
Descenso en el volumen de exportación, tras el récord de la campaña anterior, con una subida del valor respecto a la media y la campaña anterior.

VALOR UNITARIO DE EXPORTACIÓN (€/100 kg)



Tendencia creciente del valor unitario de las exportaciones con valores récord a lo largo de toda la campaña. El valor unitario de la campaña supera en +47 % el de la campaña pasada y en un +86% el de la media de las cuatro campañas anteriores.

# Distribución mensual de exportaciones de AOO (t)

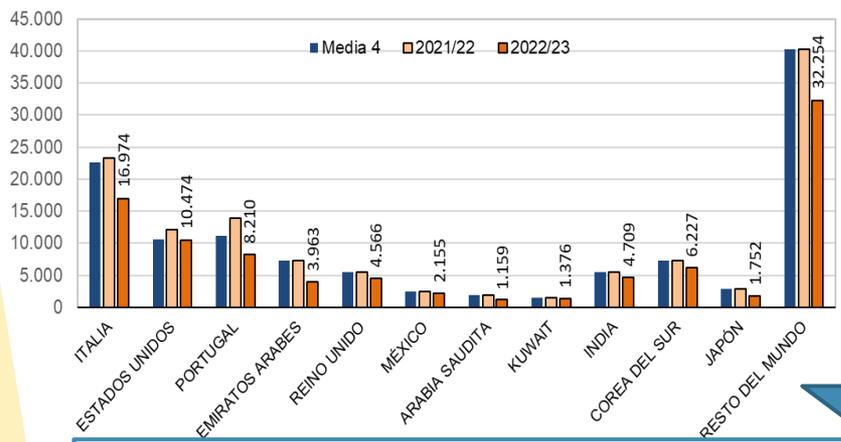


Ritmo de exportaciones inferior al de la campaña anterior y la media, destacando un crecimiento exportador en el mes de junio y los descensos en diciembre, enero y abril.

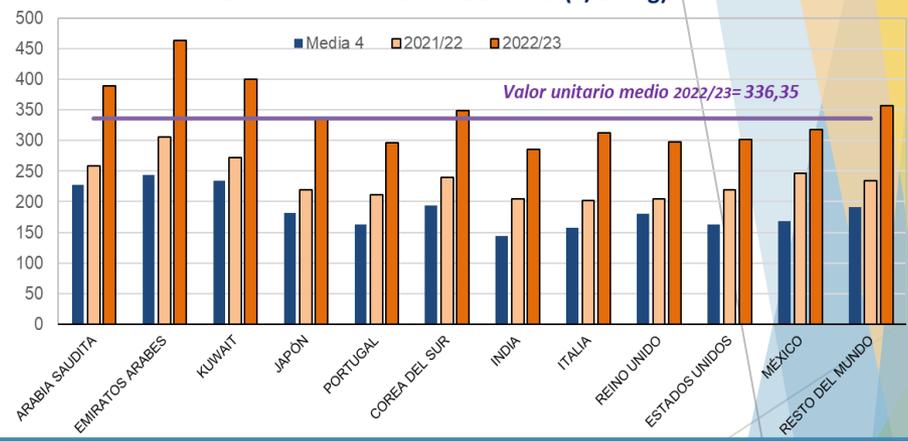
El promedio mensual de la campaña, con 7.818 t, está un -17% por debajo de la media y un -24% respecto a la campaña anterior.

# Principales destinos de exportación de AOO

VOLUMEN ACUMULADO SEGÚN DESTINO (t)



VALOR UNITARIO SEGÚN DESTINO (€/100kg)

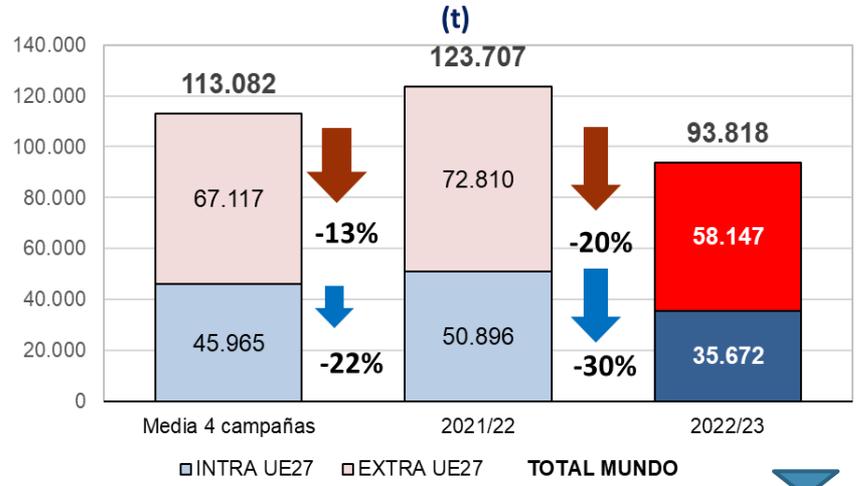


Disminución del volumen de exportaciones respecto a la campaña anterior en la mayoría de destinos: Italia (-27%; - 6.246 t), Portugal (-41%; -5.739 t), Emiratos Árabes Unidos (-46%, -3.356 t) y Estados Unidos (-14%; -1.635 t). Italia se mantiene como nuestro principal socio comercial con el 19% del total exportado en volumen.

Los valores unitarios suben considerablemente en todos los destinos respecto de la campaña anterior y la media.

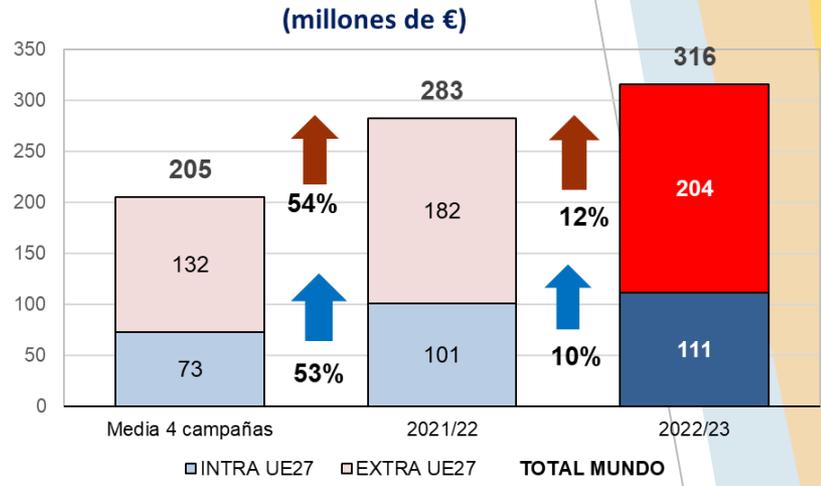
# Exportaciones de AOO: INTRA UE vs EXTRA UE

VOLUMEN INTRA VS EXTRA UE



Se reduce el volumen de las exportaciones EXTRA e INTRA UE respecto a la media y la campaña pasada. Las exportaciones EXTRA UE suponen el 62% del total.

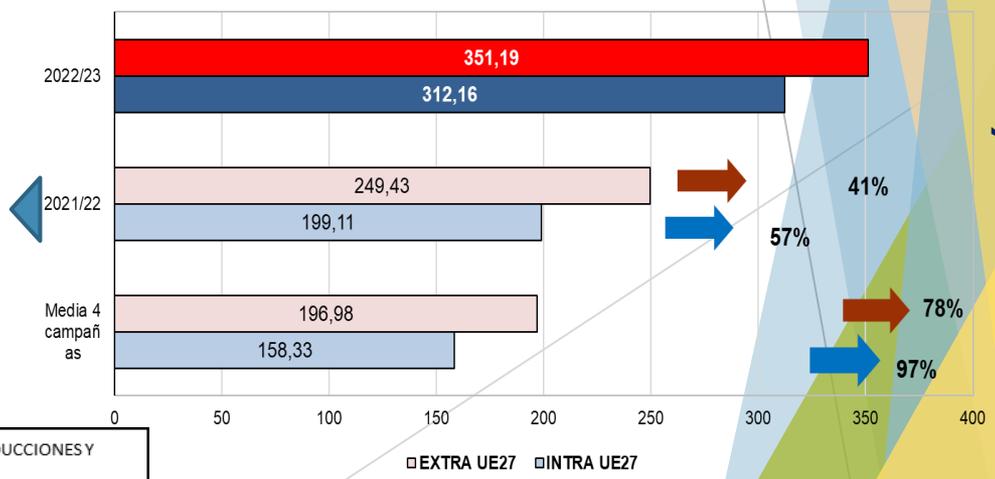
VALOR INTRA VS EXTRA UE



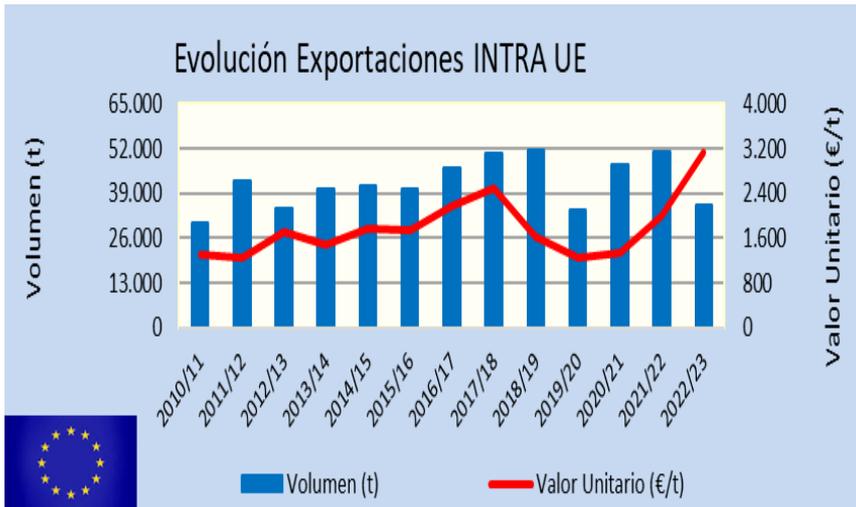
Subida generalizada del valor de la exportación, en mayor medida en las EXTRA UE que en las INTRA UE, suponiendo el 64% de la facturación total.

Aumenta del valor unitario de las exportaciones EXTRA UE e INTRA UE respecto a pasadas campañas.  
 El valor unitario EXTRA UE está un 12% por encima del INTRA UE y se reduce considerablemente la diferencia entre ambos desde la campaña anterior.

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



# Evolución de las exportaciones INTRA UE



**Promedio:** 41.948 t; representan el 43% del TOTAL exportado, con gran concentración del destino de las exportaciones a Italia y Portugal que en conjunto representan el 76%.

En valor, promedio de 72,65 millones de € Representa el 38% del valor total.

**2022/23:** bajada de las exportaciones, con niveles más bajos desde la campaña 2019/2020. El valor unitario, aumenta en +57% respecto a la campaña anterior pero es un -18% inferior al valor extra UE.



**Promedio:** 22.537 t; 18% del TOTAL y 54% de las INTRA UE. En valor, 38,53 millones de €; el 20% respecto al TOTAL

**2022/23:** reducción del -27% en volumen y aumento + 64% en valor respecto a 2021/22. Su valor unitario aumenta un +55%, siendo el destino europeo con mayor valor unitario.



**Promedio:** 9.085 t; 9% del TOTAL y 22% de las INTRA UE.

En valor, 16,15 millones de €; el 8,5% respecto al TOTAL

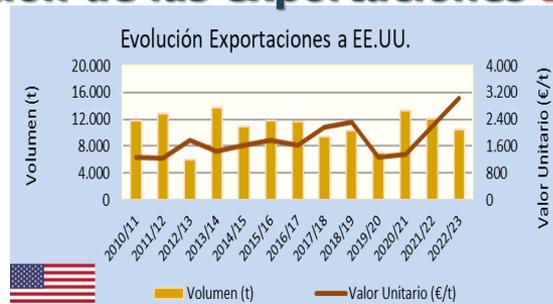
**2022/23:** Reducción del volumen en -46% y aumento +104% en valor. El valor unitario aumenta en +40%.

# Evolución de las exportaciones EXTRA UE



**Promedio:** 56.043 t; representan el 57% TOTAL exportado. En valor, 117 millones de € ;el 62% respecto al TOTAL

**2022/23:** campaña récord en valor de exportaciones y en valor unitario.



**Promedio:** 10.855 t; 11% del TOTAL y 19% de las EXTRA UE. En valor, 18 millones de €; el 9% respecto al TOTAL

**2022/23:** disminución del volumen (-14%), e incremento del valor (+48%) respecto de la campaña pasada. El valor unitario crece un +37%.



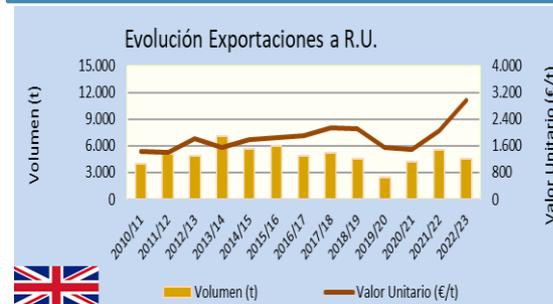
**Promedio:** 5.444 t; 6% del TOTAL y de las EXTRA UE. En valor, 15,5 millones de €; el 8% respecto al TOTAL

**2022/23:** caída del -46% tras el récord de la campaña anterior. Incremento en valor (+74%) frente a 2021/22. Récord de valor acumulado y unitario.



**Promedio:** 2.708 t; 5% de las EXTRA UE. En valor, 6,7 millones de €; representa el 3,5% respecto al TOTAL

**2022/23:** récord de valor acumulado (+76%) y valor unitario (+50%)



**Promedio:** 4.917 t; 5% del TOTAL y 9% de las EXTRA UE. En valor, 8,7 millones de €; representa el 5% respecto al TOTAL

**2022/23:** aumento en valor unitario (+45%) y valor (+98%) respecto a la campaña 2021/22, disminuyendo en volumen (-17%).



**Promedio:** 3.120 t; 3% del TOTAL y 6% de las EXTRA UE. En valor, 5,2 millones de €; el 3% respecto al TOTAL

**2022/23:** récord en valor unitario de exportación (+29%) y en valor (+143%) respecto de la campaña pasada. Descenso del volumen en un -15%

MERCADOS AGRARIOS

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE CULTIVOS  
HERBÁCEOS E INDUSTRIALES Y ACEITE DE OLIVA



MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN

# Valor de las exportaciones\* (Millones €)

## Principales Destinos en Valor de las Exportaciones de Aceite de Orujo de Oliva. TOP 20

Posición Ránking	Ránking países Campaña 21/22 Top 20	Valor Exportaciones (Millones €)	Variación Valor vs. 2021/22	Variación Ránking vs. 2021/22	Valor Unitario (VU) (€/t)	VU: Variación (%) vs. Promedio	Variación Valor Unitario vs. 2021/22
1	Italia	53,79	17,1%	0	3.114	-6,2%	55,3%
2	Estados Unidos	31,64	18,9%	1	3.021	-9,0%	37,4%
3	Portugal	29,99	2,1%	-1	3.038	-8,5%	44,1%
4	México	19,17	6,6%	1	3.079	-7,2%	25,2%
5	Emiratos Árabes Unidos	18,34	-17,9%	-1	4.629	39,5%	51,7%
6	Arabia Saudí	18,33	28,8%	0	3.892	17,2%	50,2%
7	Reino Unido	13,56	19,7%	0	2.971	-10,5%	45,0%
8	Irak	9,81	113,5%	8	4.058	22,2%	47,2%
9	Rusia	7,54	10,9%	0	3.430	3,3%	49,0%
10	Alemania	6,74	35,5%	4	3.441	3,6%	46,1%
11	India	6,17	25,3%	4	2.862	-13,8%	39,6%
12	Corea del Sur (Rep. de)	6,12	-11,3%	-4	3.494	5,3%	46,1%
13	Qatar	5,64	11,7%	0	4.294	29,4%	26,3%
14	Grecia	4,92	11,6%	3	2.632	-20,7%	40,6%
15	Kuwait	4,64	-8,1%	-3	4.002	20,6%	46,8%
16	China	4,63	-28,8%	-6	3.530	6,3%	57,2%
17	Japón	4,61	43,2%	3	3.347	0,8%	52,0%
18	Omán	4,58	19,3%	0	4.172	25,7%	22,6%
19	Pakistán	4,24	-20,7%	-8	3.879	16,9%	33,9%
20	Filipinas	4,04	18,9%	-1	3.708	11,7%	48,5%
<b>Promedio ponderado Valor Unitario Top 20</b>					<b>3.319</b>		

\* Periodo comprendido entre los meses de octubre y septiembre (campaña 2022/23)

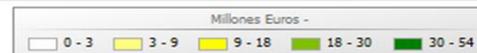
En la campaña 2022/23 se ha exportado a un total de 125 países distintos.

El 80% del valor de las exportaciones totales de aceite de orujo de oliva se dirigen a los 20 principales destinos, y sólo a los 10 primeros se dirigen el 65%.

Incremento del valor unitario en todos los destinos del Top 20 respecto a la campaña pasada.

En Europa, crece el valor de las exportaciones de forma general, especialmente en Italia y Alemania.

Fuera del mercado comunitario destacan los aumentos hacia Irak y Japón, así como las bajadas en los mismos hacia China, Emiratos Arabes Unidos y Pakistán.



DIRECCION GENERAL DE PRODUCCION  
MERCADOS AGRARIOS

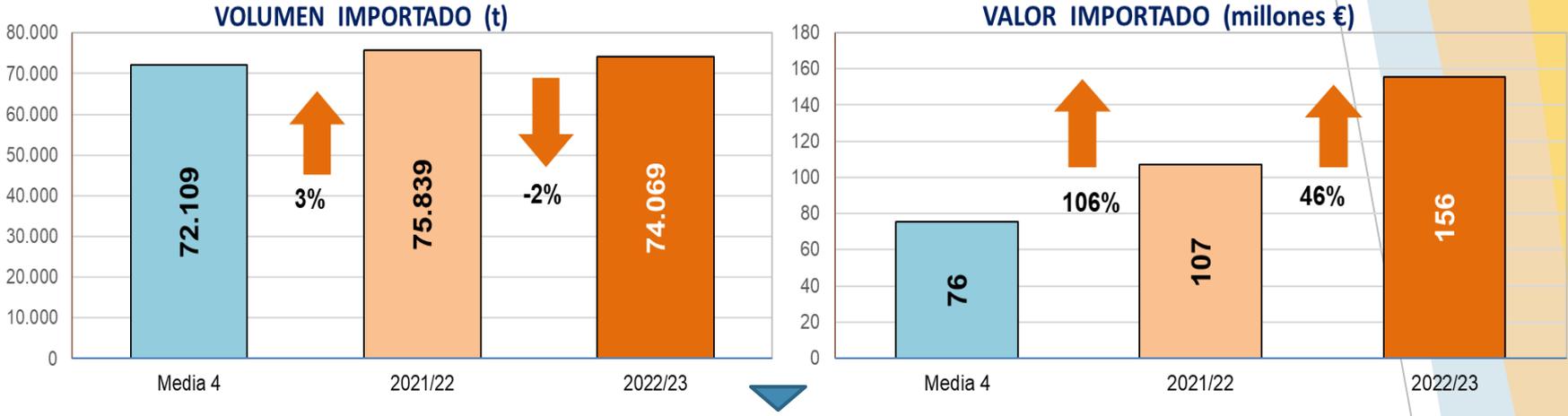
SUBDIRECCION GENERAL DE CULTIVO  
HERBACEOS E INDUSTRIALES Y ACEITE

Fuente: Datacomex

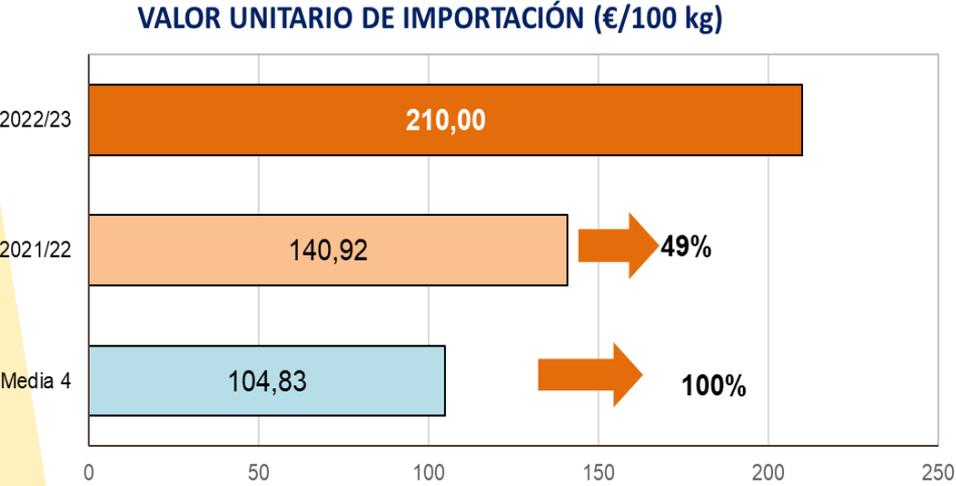


MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACION

# IMPORTACIONES TOTALES DE ACEITE DE ORUJO DE OLIVA



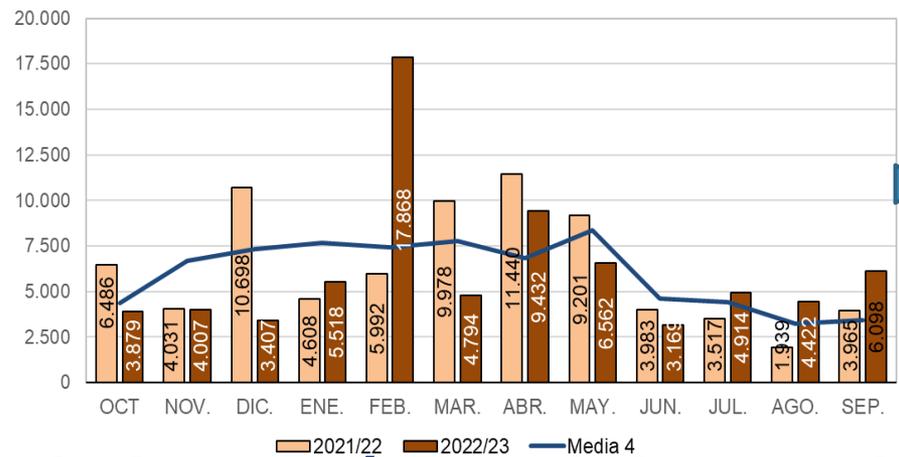
Fuerte incremento del valor de las importaciones, con volúmenes ligeramente inferiores a la campaña anterior y superiores a la media.



Valores unitarios de importación muy superiores a la media y a los registrados durante la campaña anterior.

# Distribución mensual de importaciones de AOO (t)

DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE IMPORTACIONES (t)

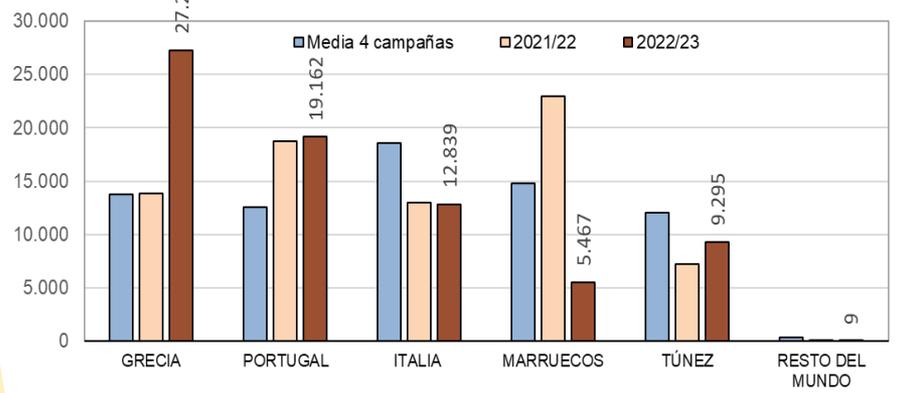


Importaciones ligeramente inferiores a la pasada campaña, pese mes de febrero, que se alcanzó el máximo volumen mensual importado.

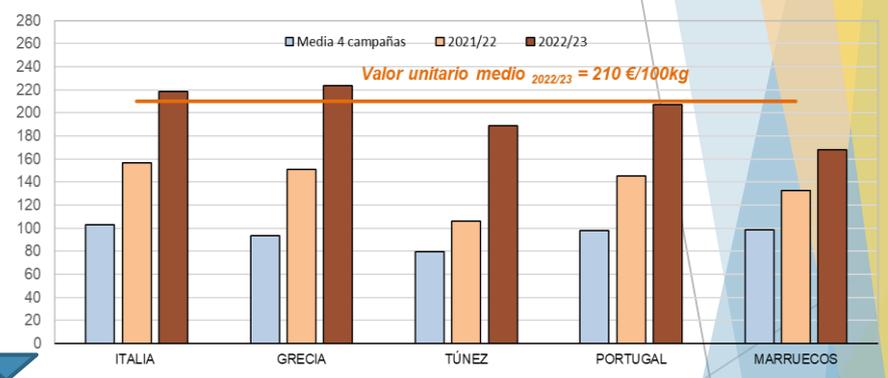
El promedio de la campaña se sitúa en 6.172 t, un -2% por encima de la anterior y +3% respecto de la media.

# Principales orígenes de importación de AOO

VOLUMEN ACUMULADO SEGÚN ORIGEN (t)



VALOR UNITARIO SEGÚN DESTINO (€/100kg)



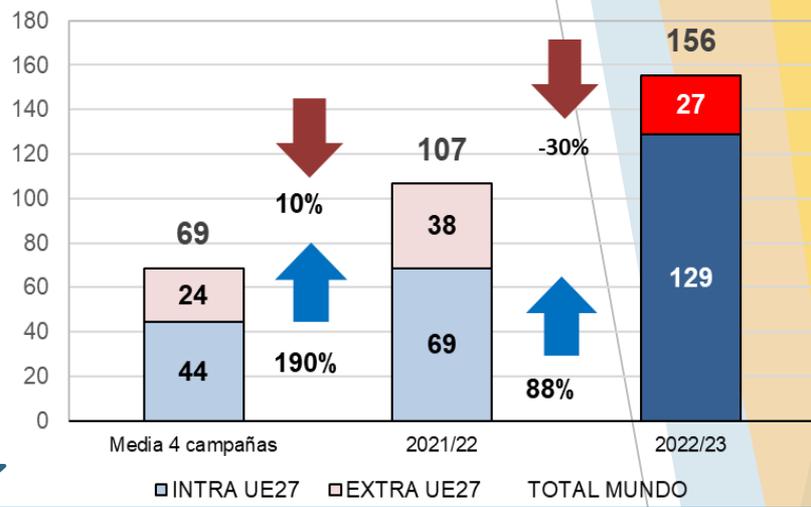
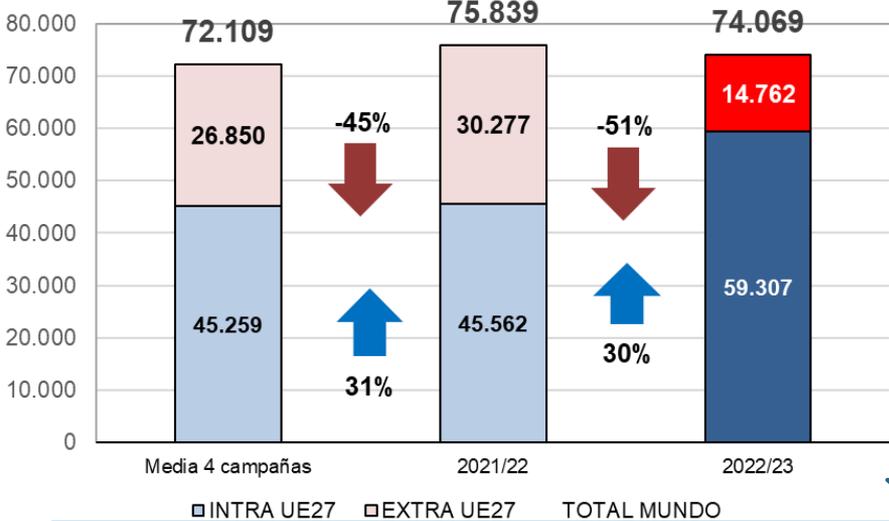
Fuerte aumento respecto a la campaña anterior de las entradas INTRA UE procedentes de Grecia (+98%) y, en menor medida, Portugal (+2%). En el panorama extracomunitario, aumento de llegadas origen Túnez (+28%) y se reducen significativamente aquellas procedentes de Marruecos (-76%).

Los importes unitarios son superiores a la pasada campaña en los principales países origen, y a la media en Italia y Grecia.

# Importaciones de AOO: INTRA UE vs EXTRA UE

VOLUMEN INTRA VS EXTRA UE (toneladas)

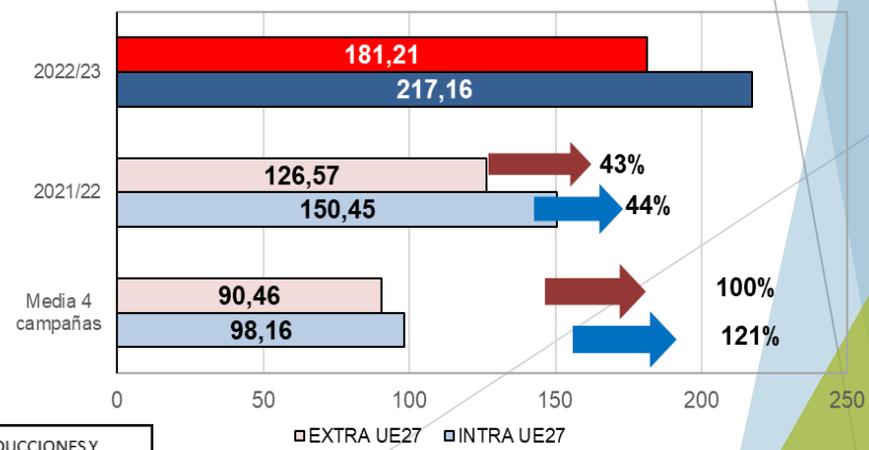
VALOR INTRA VS EXTRA UE (millones de €)



Incremento de las importaciones INTRA UE en volumen y valor respecto a la campaña anterior y la media, y bajada en valor y volumen de las importaciones EXTRA UE.

Los valores unitarios se sitúan por encima de la pasada y de la media.  
El valor unitario INTRA UE se sitúa un 20% por encima del de terceros países.

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



## METODOLOGÍA

- Fuente de información: EUROSTAT: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>  
DATACOMEX: <http://datacomex.comercio.es/>
- Datos de exportaciones e importaciones españolas de las siguientes partidas arancelarias.

Hasta el 31 de diciembre de 2021		A partir del 1 de enero de 2022	
Partida	Descripción	Partida	Descripción
<b>15100010</b>	Aceite de Orujo de Oliva Crudo (AOOC)	<b>15101000</b>	Aceite de Orujo de Oliva Crudo (AOOC)
<b>15100090</b>	Aceite de Orujo de Oliva Refinado (AOOR)	<b>15109000</b>	Aceite de Orujo de Oliva Refinado (AOOR)

- Datos expresados en:
  - Volumen (t)
  - Valor (millones de €)
  - Valor unitario (€/100 kg)
- Análisis comparativo de la campaña 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) referido a:

**PERÍODO TEMPORAL  
ANALIZADO**

**CAMPAÑA 2022/23  
(OCT 2022 – SEPT 2023)**

- Nota metodológica en el Análisis Intra/Extra UE: desde febrero de 2020 Reino Unido es considerado como país Extra Comunitario. Con objeto de poder comparar la evolución de la campaña en curso y de campañas anteriores se ha considerado excluir al Reino Unido dentro de la UE, manteniendo el concepto UE 27 también para campañas anteriores.
- Más información sobre Comercio Exterior: Análisis del Comercio Exterior del MAPA  
<https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/tercerapaginanueva.aspx>