

# Boletín de comercio exterior de aceite de orujo de oliva

CAMPAÑA 2024/25

DATOS DE OCTUBRE 2024 a MARZO 2025

EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	TASA DE COBERTURA
<b>49.623 t</b>	<b>35.845 t</b>	<b>138 %</b>



Aviso Legal: los contenidos de esta publicación podrán ser reutilizados, citando la fuente y la fecha, en su caso, de la última actualización.

**Título:** Boletín de comercio exterior de aceite de orujo de oliva.

**Edita:**

© Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.  
Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones.

**Unidad proponente:**

Subdirección General de Cultivos Herbáceos e Industriales y Aceite de Oliva  
Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios

**NIPO:** 003-25-011-0

**Tienda online:** [www.mapa.gob.es](http://www.mapa.gob.es)

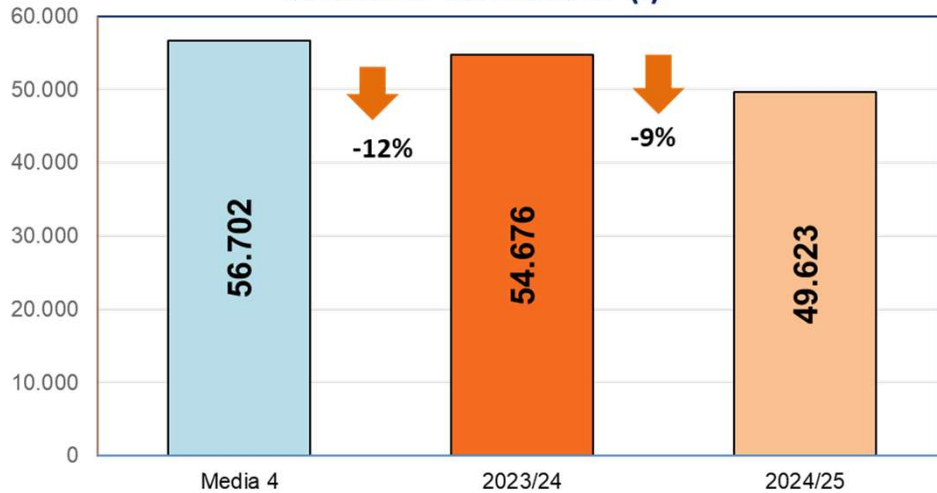
<https://servicio.mapa.gob.es/tienda/>

**e-mail:** [centropublicaciones@mapa.es](mailto:centropublicaciones@mapa.es)

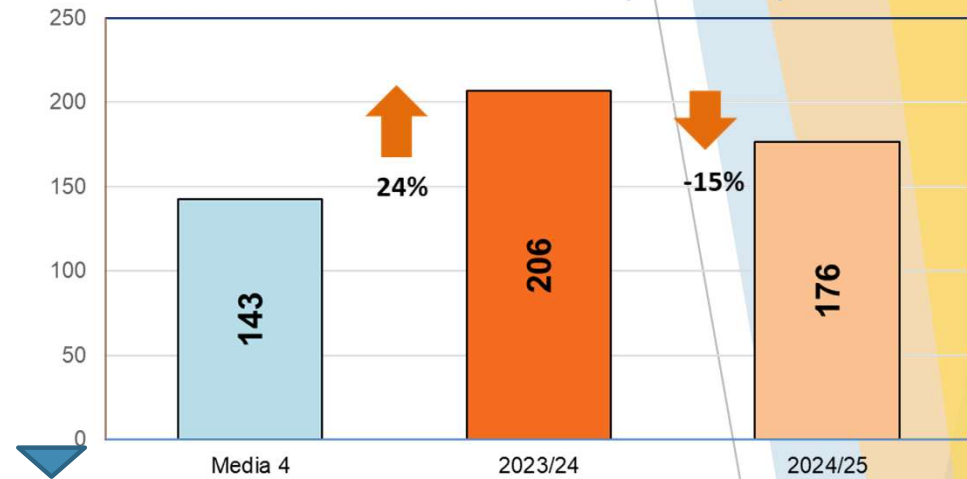
**Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado:** <https://cpage.mpr.gob.es/>

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

VOLUMEN EXPORTADO (t)

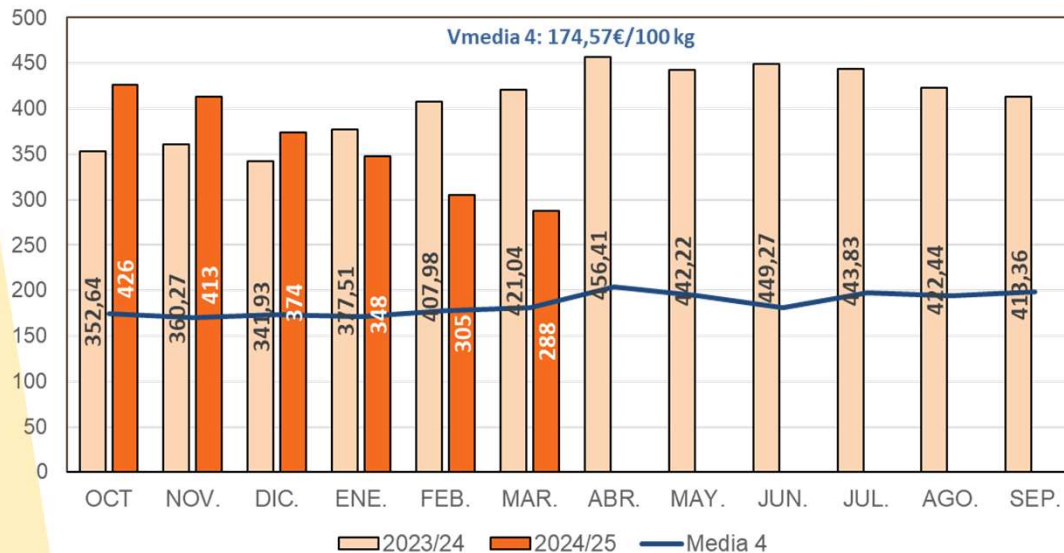


VALOR EXPORTADO (millones €)



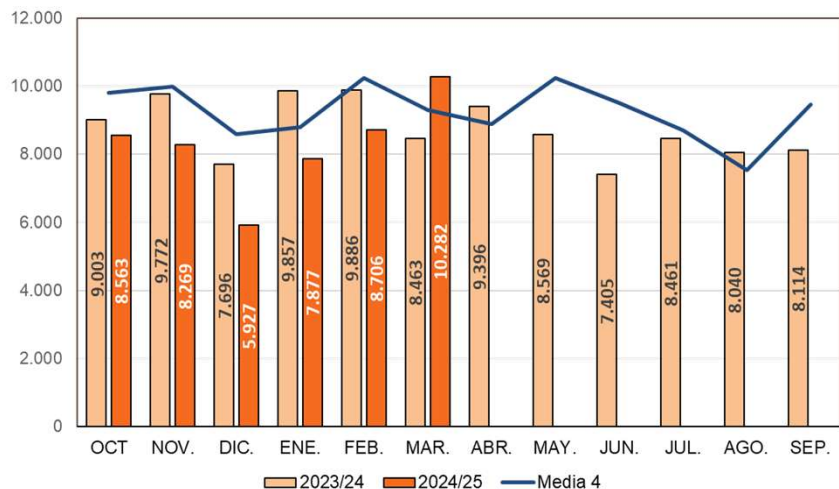
Ligera reducción del volumen y el valor exportado respecto de la campaña anterior, aunque este último sigue por encima de la media.

VALOR UNITARIO DE EXPORTACIÓN (€/100 kg)



Tendencia decreciente del valor unitario de las exportaciones tras dos campañas con cotizaciones récord. No obstante, esta campaña el valor unitario continua por encima de la media.

# Distribución mensual de exportaciones de AOO (t)

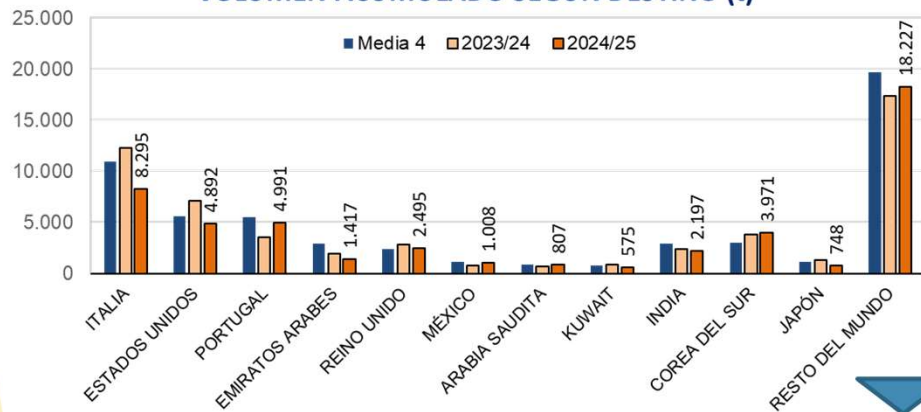


Ritmo de exportaciones por debajo de la campaña pasada y de la media, salvo en el mes de marzo donde supera a ambas.

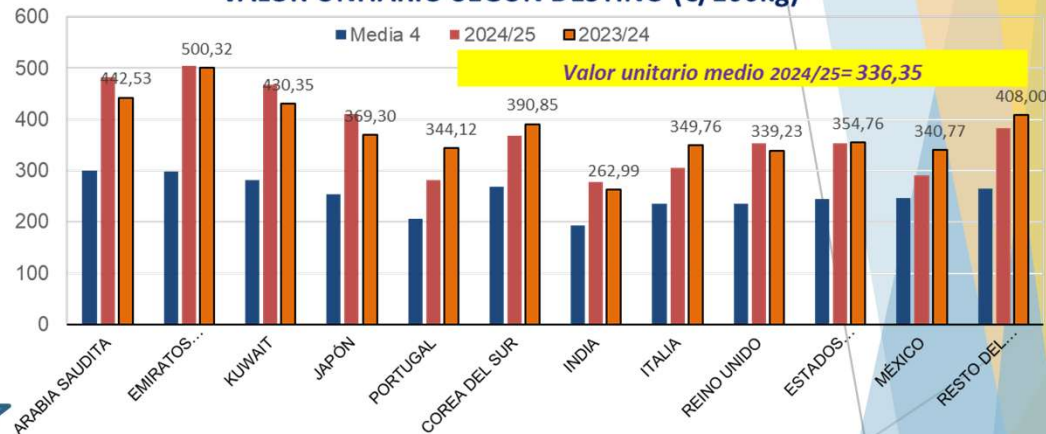
El promedio mensual de la campaña, con 8.270,54 t, está un -12% por debajo de la media y un -9% por debajo de la campaña anterior.

# Principales destinos de exportación de AOO

VOLUMEN ACUMULADO SEGÚN DESTINO (t)



VALOR UNITARIO SEGÚN DESTINO (€/100kg)



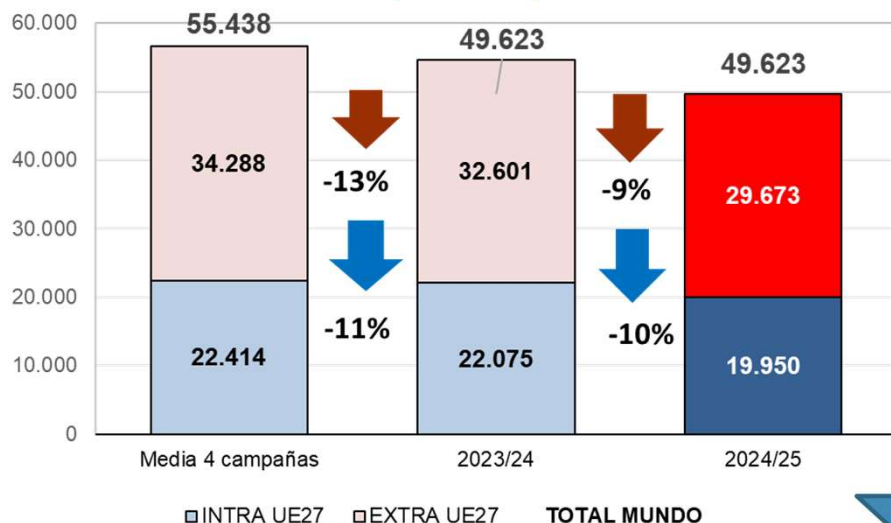
Descensos del volumen de exportaciones respecto a la campaña anterior en algunos de los principales destinos como Italia (-32%) y Estados Unidos (-31%), aumentando en países como Portugal (+43%), México (+27%) y Arabia saudí (+29%).

Italia se mantiene como nuestro principal socio comercial con el 17% del total exportado en volumen, seguido de Estados Unidos y Portugal, con un 10% en ambos destinos.



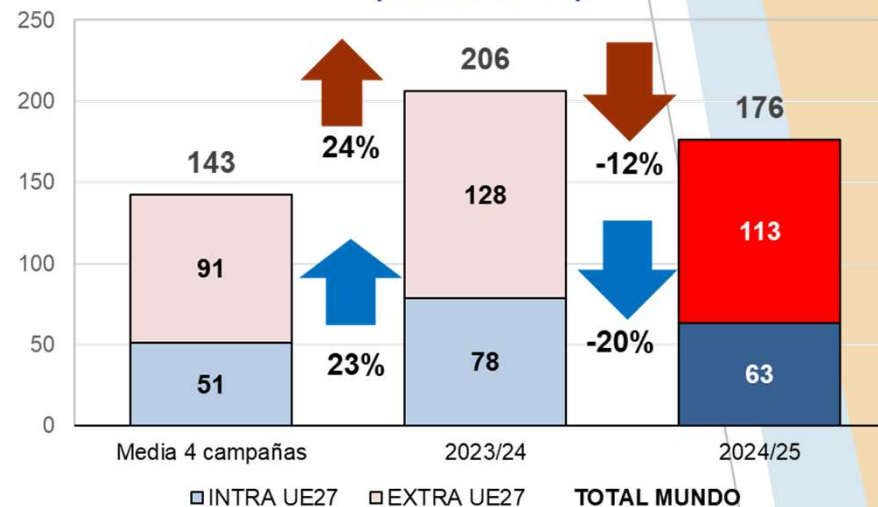
# Exportaciones de AOO: INTRA UE vs EXTRA UE

VOLUMEN INTRA VS EXTRA UE (toneladas)



Baja el volumen de las exportaciones EXTRA UE e INTRA UE respecto a la media y a la campaña pasada. Las exportaciones EXTRA UE representan el 60% del total de volumen exportado.

VALOR INTRA VS EXTRA UE (millones de €)

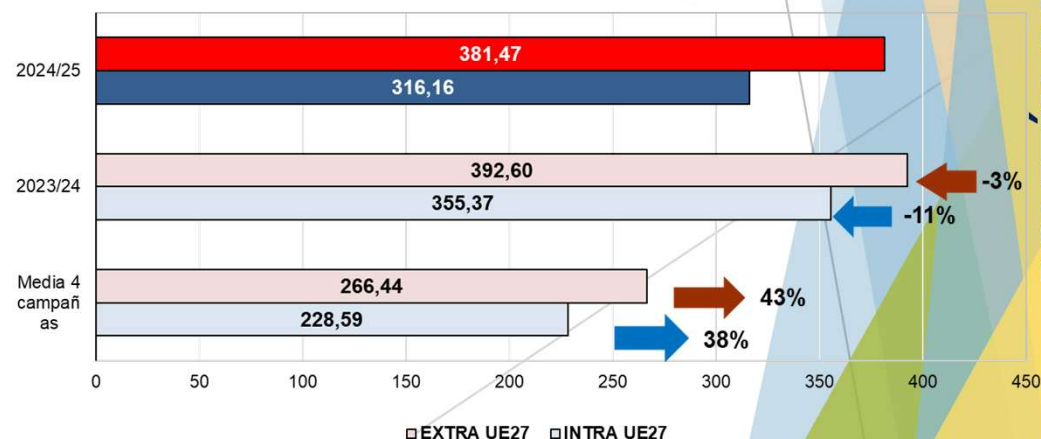


El valor de las exportaciones sigue por encima de la media pero disminuye respecto a la campaña pasada, siendo mayor la disminución en el caso de la INTRA UE.

El valor unitario de las exportaciones EXTRA UE e INTRA UE sigue por encima de las pasadas campañas, disminuyendo ligeramente respecto de la campaña anterior.

El valor unitario EXTRA UE está un 14% por encima del INTRA UE.

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



# 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 23/24 Top 20	Valor Exportaciones (Millones €)	Variación Valor vs. 2023/24	Variación Ránking vs. 2023/24	Valor Unitario (VU) (€/t)	VU: Variación (%) vs. Promedio	Variación Valor Unitario vs. 2023/24
1	Italia	25,4	-40,8%	0	3.061	-11,7%	-12,5%
2	Estados Unidos	17,5	-30,2%	0	3.534	2,0%	-0,4%
3	México	14,1	17,0%	1	2.823	-18,5%	-19,6%
4	Portugal	11,3	-15,8%	-1	2.851	-17,7%	-17,1%
5	Arabia Saudí	10,6	2,4%	0	4.823	39,2%	9,0%
6	Reino Unido	8,8	-8,7%	0	3.533	1,9%	4,1%
7	Emiratos Árabes Unidos	7,1	-26,1%	0	5.037	45,4%	0,7%
8	Alemania	5,4	-9,5%	0	3.271	-5,6%	-18,3%
9	Corea del Sur (Rep. de C)	4,6	58,9%	6	3.304	-4,7%	-15,5%
10	China	4,5	-9,1%	-1	4.589	32,4%	15,7%
11	Qatar	3,8	86,8%	10	4.673	34,8%	-4,1%
12	Irak	2,9	-40,4%	-2	3.723	7,4%	-16,4%
13	Grecia	2,8	82,7%	12	2.779	-19,8%	-14,9%
14	Japón	2,8	32,6%	5	3.421	-1,3%	-7,4%
15	Filipinas	2,7	11,9%	2	3.673	6,0%	-9,2%
16	Kuwait	2,7	-43,0%	-5	5.008	44,5%	16,4%
17	Rusia	2,5	-45,8%	-5	4.018	16,0%	4,0%
18	Omán	2,4	-11,6%	-2	4.165	20,2%	-5,4%
19	India	2,4	-42,1%	-6	4.102	18,4%	56,0%
20	Polonia	2,2	11,4%	2	3.798	9,6%	1,4%

\* Periodo comprendido entre los meses de octubre y abril (1º semestre de campaña)

**Promedio ponderado  
Valor Unitario Top 20**

**3.465**

Prácticamente sin movimiento de puestos en el ranking del top 5 de principales destinos.

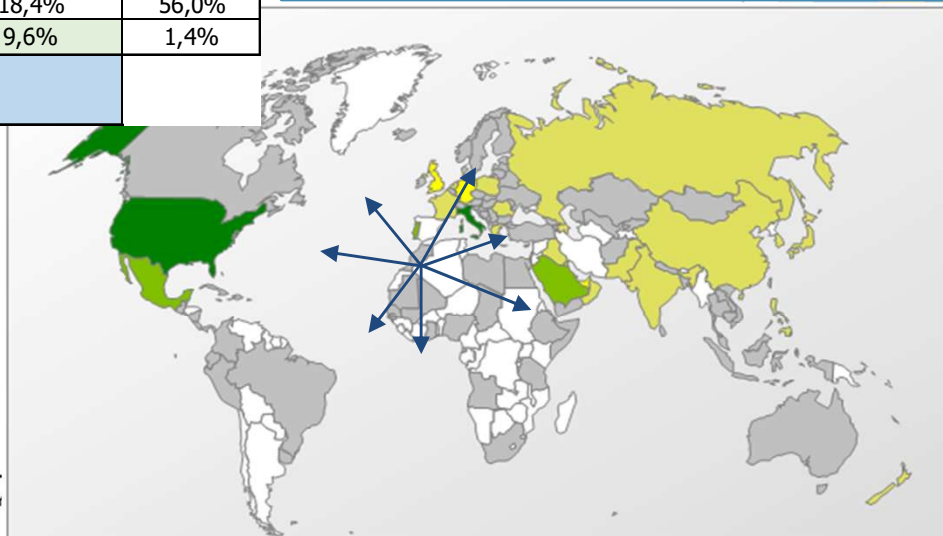
En Europa, baja el valor de las exportaciones de forma general, especialmente en Italia, Alemania y en Portugal, con subida en Polonia y especialmente en Grecia.

Fuera del mercado comunitario caída de valor a destinos de Oriente Próximo y EE.UU. Por otro lado, destacan los aumentos en valor a Qatar, Corea del Sur, Japón y México.

Baja el valor unitario de los principales destinos.

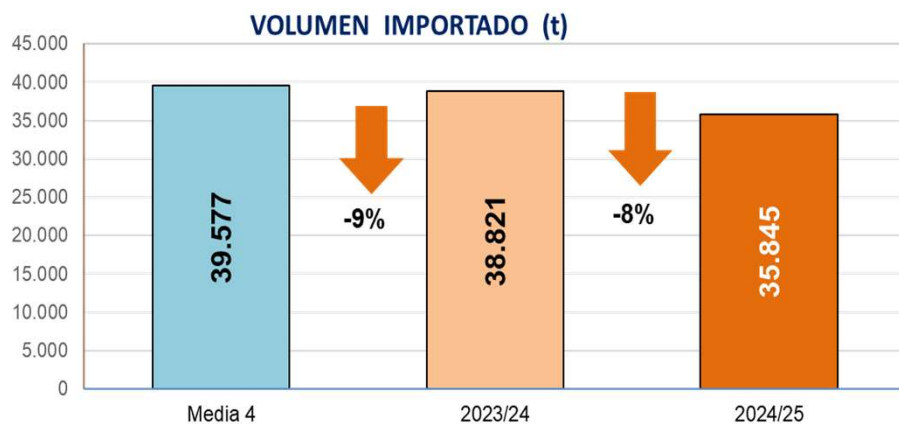
En el primer semestre de la campaña 2023/24 se ha exportado a un total de 118 países distintos.

El 77% del valor de las exportaciones totales de aceite de orujo de oliva se dirigen a los 20 principales destinos, dirigiéndose a los 10 primeros el 62%.

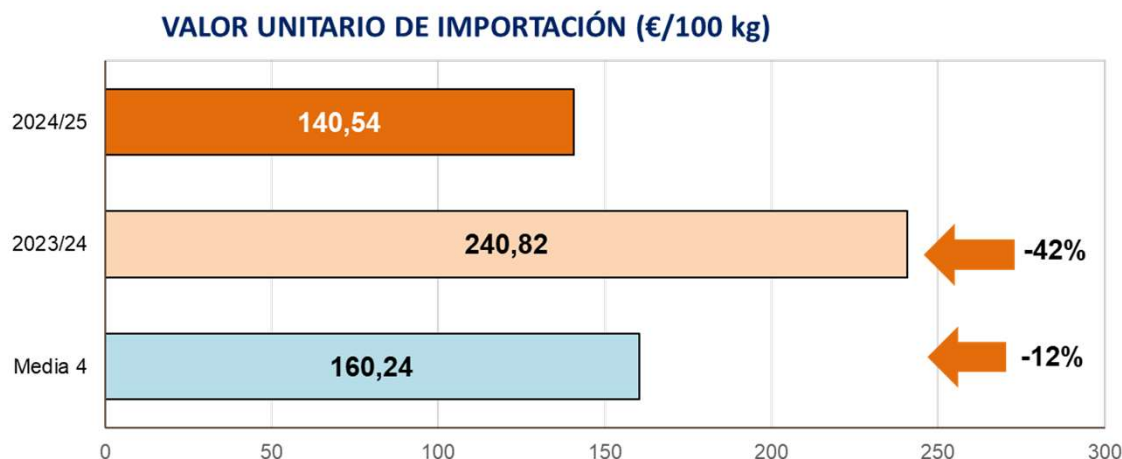


Millones Euros -  
0 - 2    2 - 5    5 - 10    10 - 15    15 - 26

# IMPORTACIONES TOTALES DE ACEITE DE ORUJO DE OLIVA



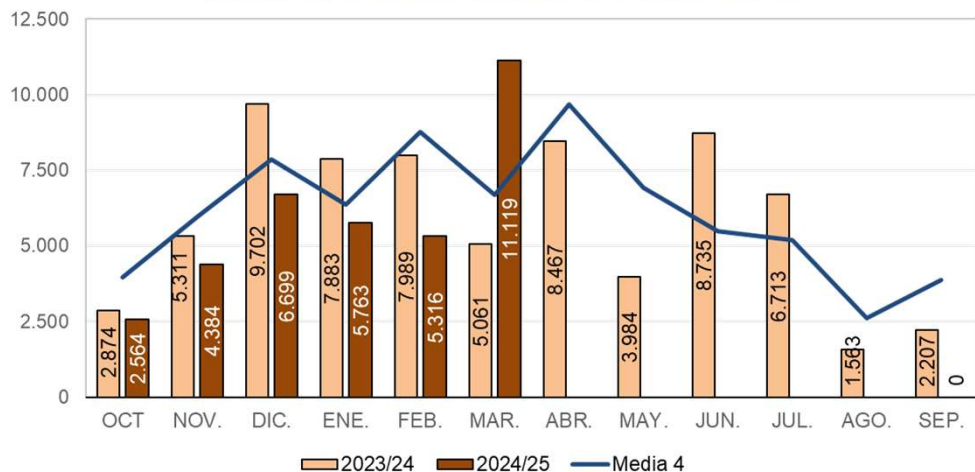
Ligero descenso del volumen importado respecto a la campaña pasada y la media, con una disminución más acusada del valor importado.



Valores unitarios de importación muy por debajo a los registrados durante la campaña anterior y ligero descenso respecto a la media.

# Distribución mensual de importaciones de AOO (t)

DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE IMPORTACIONES (t)

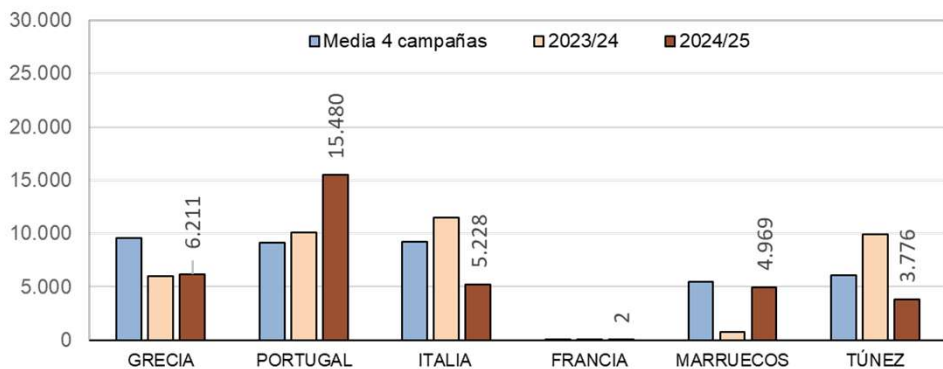


Importaciones inferiores a la pasada campaña y a la media, excepto en el mes de marzo donde se encuentran por encima de la media y de la campaña pasada.

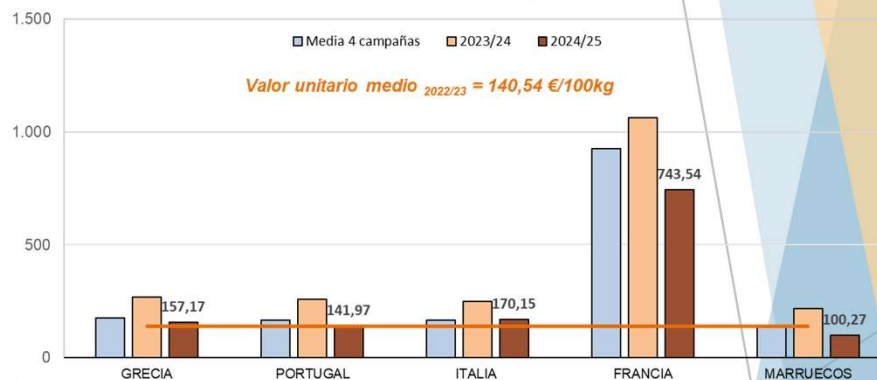
El promedio de la campaña se sitúa en 5.974,25 t, un -8% por encima de la anterior y -9% respecto de la media.

# Principales orígenes de importación de AOO

VOLUMEN ACUMULADO SEGÚN ORIGEN (t)



VALOR UNITARIO SEGÚN DESTINO (€/100kg)



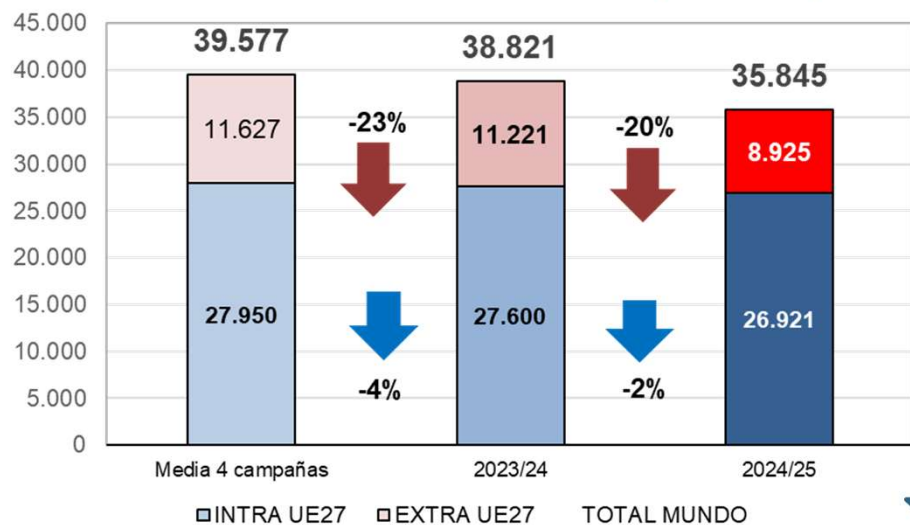
Disminuyen respecto de la campaña anterior las entradas procedentes de Italia (-55% con 15.480 t) y Túnez (-62% y 3.776 t). Aumentan las procedentes de Portugal (+59% con 6.211 t), Marruecos (+541% con 4.969 t) y Francia (+218% y 2 t).

Se observa una bajada de los importes unitarios respecto a la pasada campaña en todos los países.

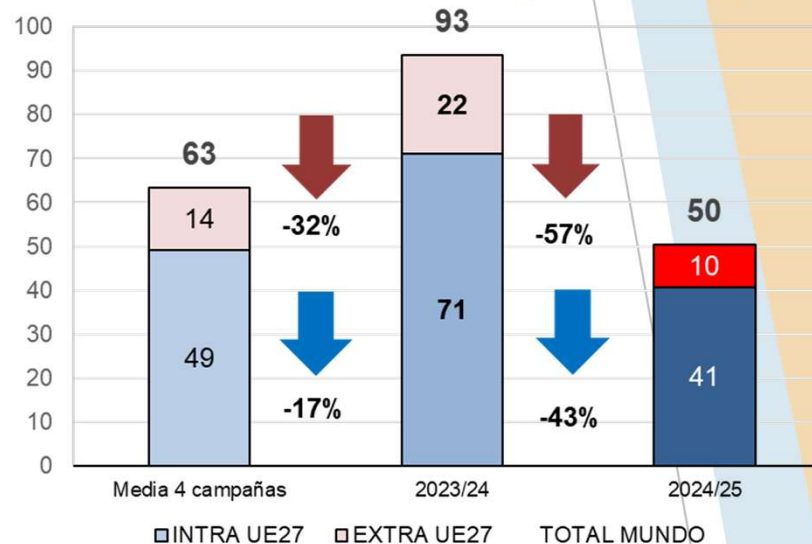


# Importaciones de AOO: INTRA UE vs EXTRA UE

## VOLUMEN INTRA VS EXTRA UE (toneladas)



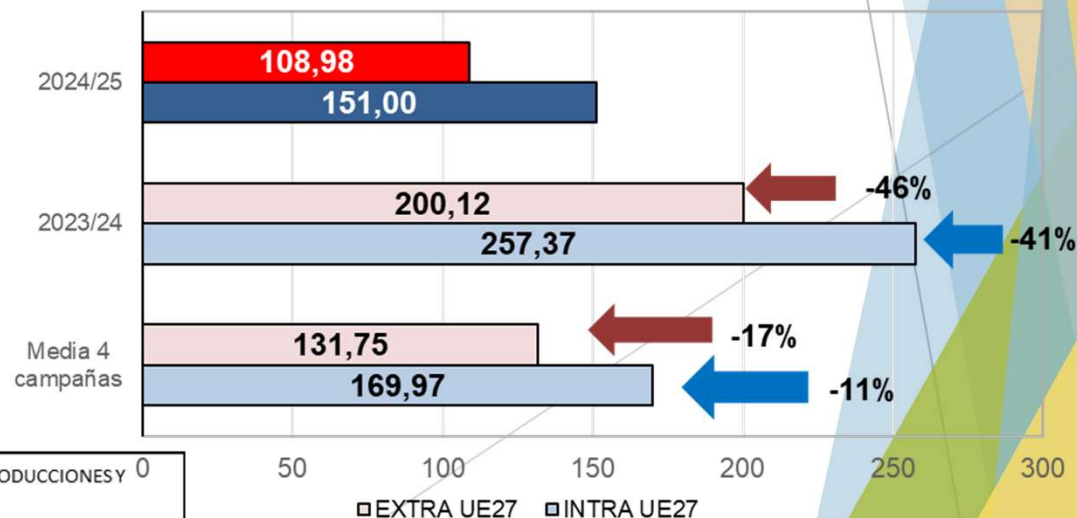
## VALOR INTRA VS EXTRA UE (millones de €)



Las importaciones en volumen y en valor descienden en mayor medida para los destinos EXTRA UE. Las importaciones INTRA UE suponen el 82% del valor importador, y el 75% del volumen.

Los valores unitarios se sitúan muy por debajo de la campaña pasada, tanto a nivel EXTRA como INTRA UE. El valor unitario INTRA UE es un +38,5% superior al 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.

ACEITE DE ORUJO DE OLIVA (A00)	
Aceite de Orujo de Oliva Crudo (A00C) (desde 1/1/2022)	Aceite de Orujo de Oliva Refinado (A00R) (desde 1/1/2022)
15101000	15109000

- Datos expresados en:
  - Volumen (t)
  - Valor (millones de €)
  - Valor unitario (€/100 kg)
- Análisis comparativo de la campaña 2024/25, frente a la anterior (2023/24) y frente a la media de las 4 últimas campañas referido a:

PERÍODO TEMPORAL ANALIZADO	CAMPAÑA 2024/25 (OCT 2024 – MAR 2025)
----------------------------	------------------------------------------

- 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>