



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA Y PESCA,  
ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCION GENERAL DE PRODUCCIONES Y MERCADOS  
AGRARIOS

SUBDIRECCION GENERAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS, ACEITE  
DE OLIVA Y VITIVINICULTURA

# Boletín de comercio exterior de aceite de orujo de oliva

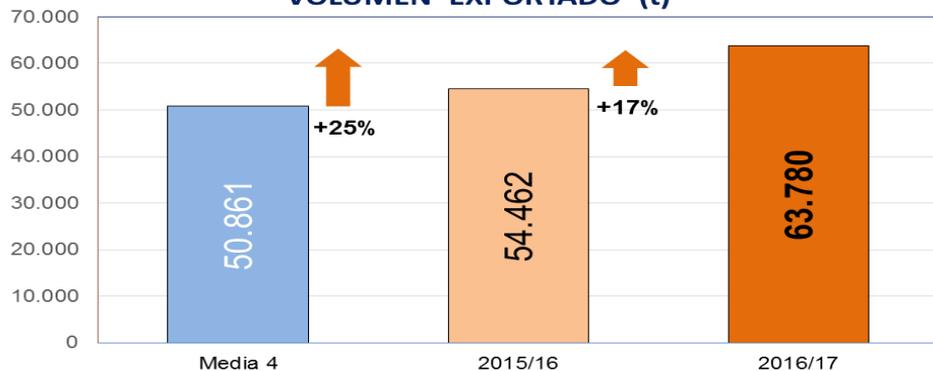
CAMPAÑA 2016/17

DATOS DE OCTUBRE 2016 A ABRIL 2017

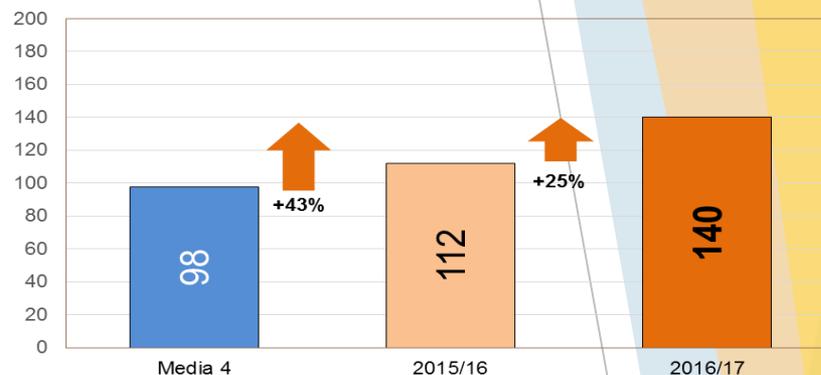
EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	TASA DE COBERTURA
63.780 t	40.751 t	262%

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

VOLUMEN EXPORTADO (t)

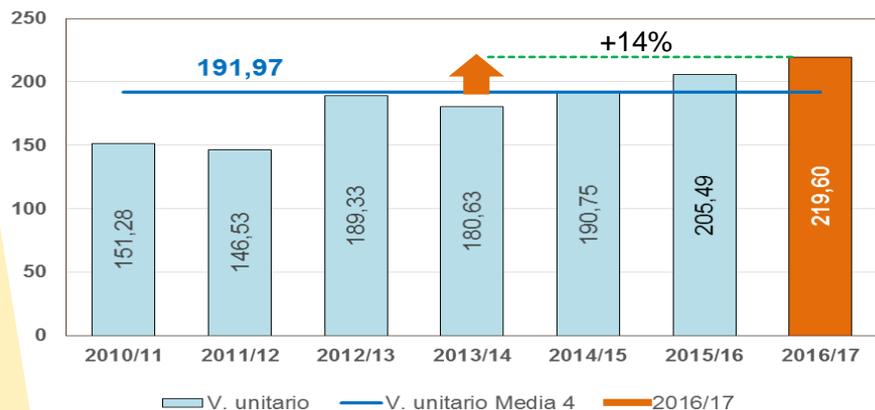


VALOR EXPORTADO (millones €)



Las exportaciones de aceite de orujo de oliva durante los primeros siete meses de la campaña 2016/17 suponen, tanto en volumen como en valor, máximos históricos para este periodo, produciéndose importantes incrementos respecto de la media y de la anterior.

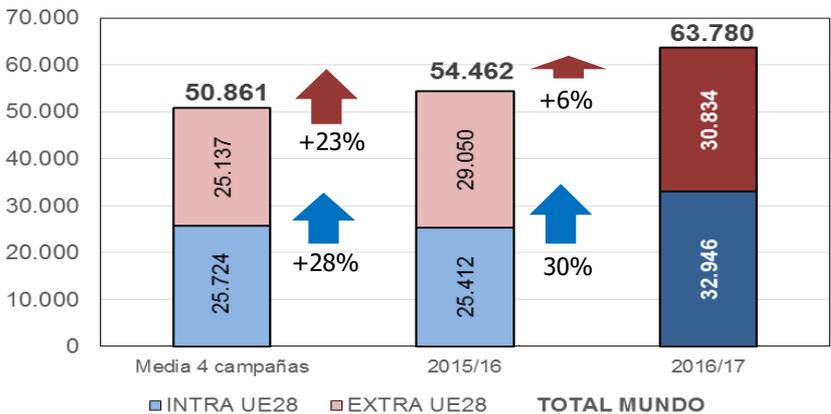
VALOR UNITARIO DE EXPORTACIÓN (€/100 kg)



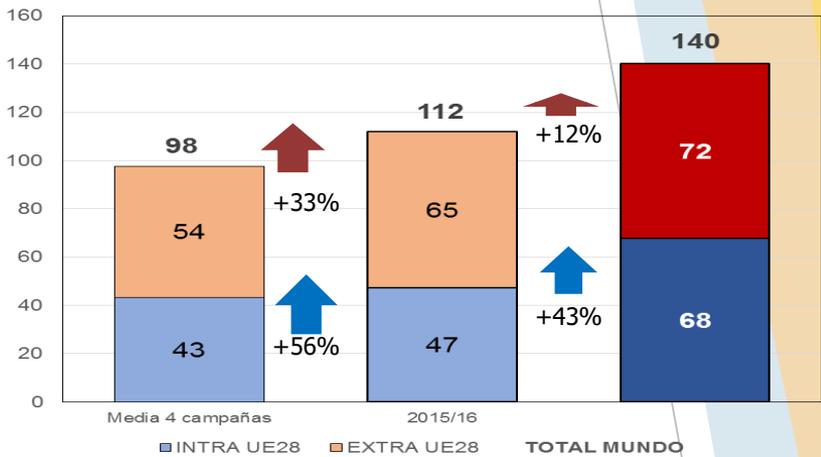
Incremento del valor unitario, tanto respecto a campañas pasadas como a la media de las cuatro anteriores (+14%).

# Exportaciones de AOO: INTRA UE vs EXTRA UE

**VOLUMEN 2015/16 INTRA VS EXTRA UE (t)**

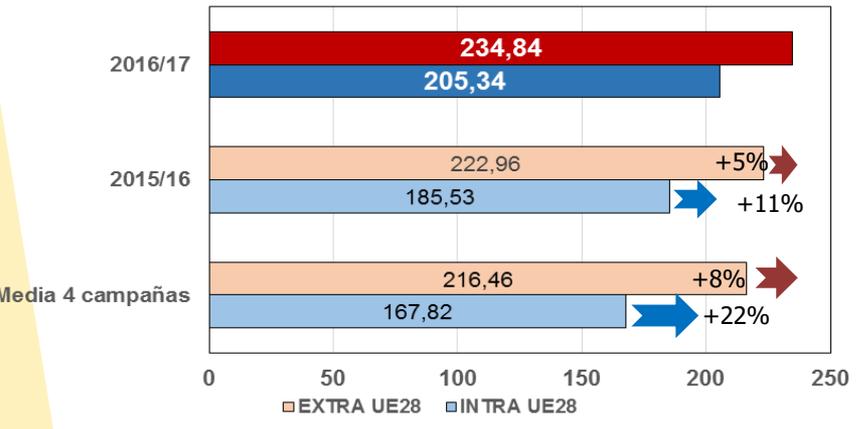


**VALOR INTRA VS EXTRA UE (millones de €)**



Importantes incrementos del volumen y del valor de las exportaciones, especialmente INTRA UE, tanto respecto a la pasada campaña como respecto a la media.

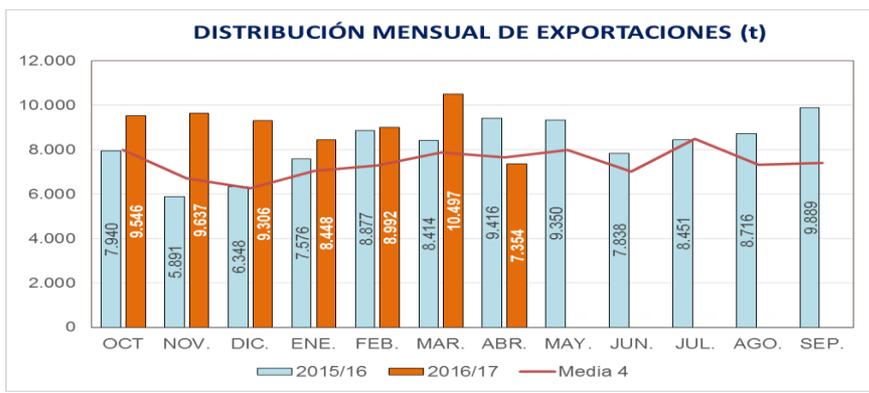
**VALOR UNITARIO INTRA VS EXTRA UE (€/100kg)**



Revalorización del producto en la campaña 2016/17 respecto a las anteriores, menos marcado en el caso de los destinos EXTRA UE porque se partía de importes más elevados. Aunque el valor EXTRA UE es superior en un 14% al INTRA, se reduce el diferencial entre ambos.

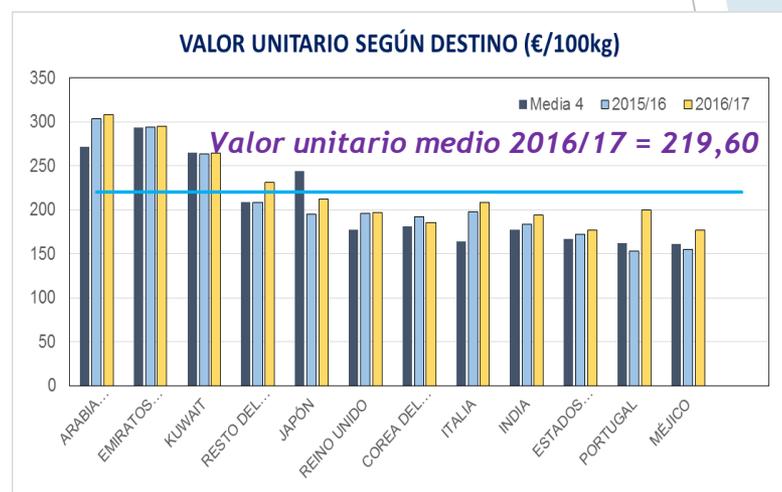
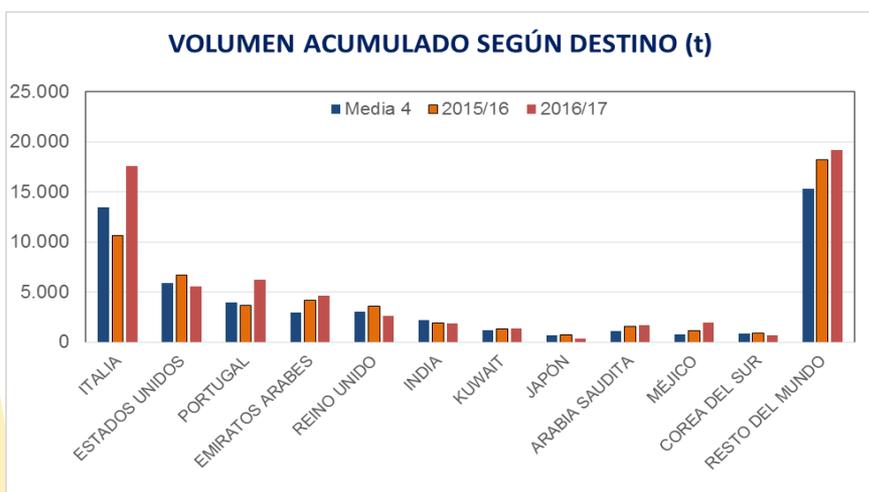


# Distribución mensual de exportaciones de AOO (t)



Las exportaciones se han situado hasta el mes de abril por encima de la campaña precedente y de la media, alcanzando su máximo en marzo con 10.500 t.

# Principales destinos de exportación de AOO

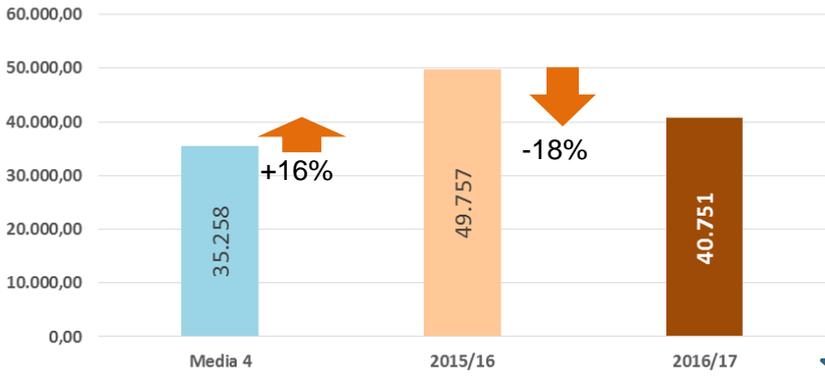


Incremento muy significativo del 65% respecto a la campaña anterior de los envíos a Italia, nuestro principal receptor. Asimismo, y aunque su representatividad es menor, notable subida en el caso de Méjico (+74% respecto a la pasada campaña y +150% en comparación con la media). Por el contrario, descensos en países como EEUU, Reino Unido y Japón.

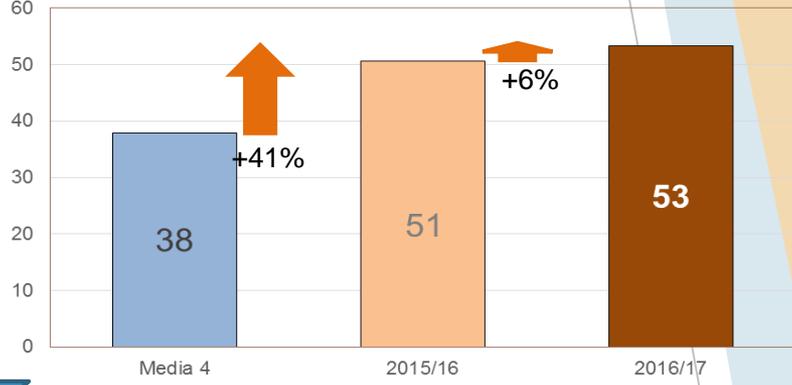
Los valores unitarios también crecen (con un máximo en Portugal de +30%), manteniéndose más estables en los mercados de mayor valor.

# IMPORTACIONES TOTALES DE ACEITE DE ORUJO DE OLIVA

VOLUMEN IMPORTADO (t)



VALOR IMPORTADO (millones €)



Disminución del volumen importado respecto a la campaña precedente, aunque se sitúan por encima de la media. El valor se incrementa respecto de ambos casos.

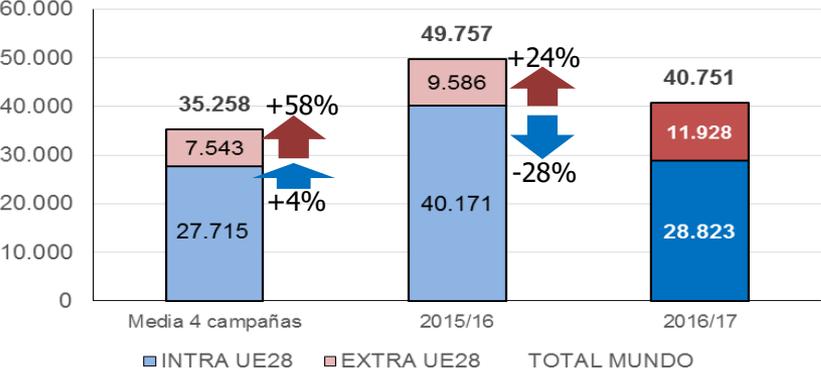
VALOR UNITARIO DE IMPORTACIÓN (€/100 KG)



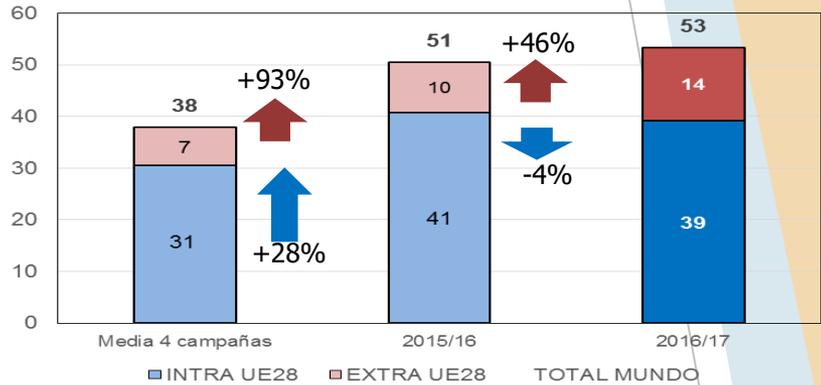
El valor unitario de importación se incrementa respecto a la campaña pasada y a la media.

# Importaciones de AOO: INTRA UE vs EXTRA UE

**VOLUMEN INTRA VS EXTRA UE (t)**



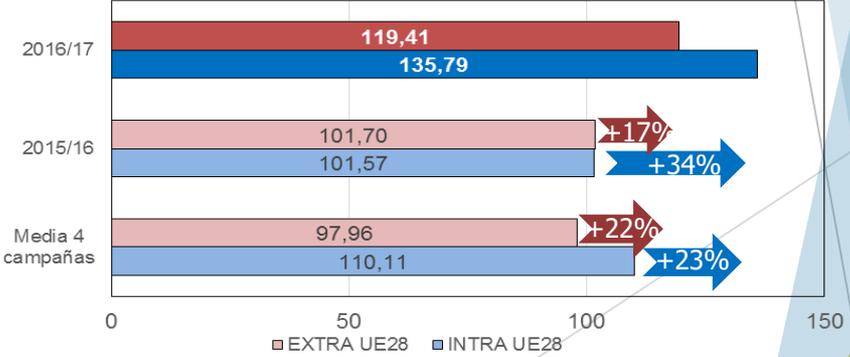
**VALOR NTRA VS EXTRA UE (millones de €)**



Las importaciones de orujo procedentes de la UE suponen en la esta campaña el 71% de total, cuando la media es de casi el 80%. Han disminuido considerablemente respecto a la campaña pasada debido fundamentalmente a la reducción de la cosecha, pero se mantienen equilibradas en relación con la media. En el caso EXTRA UE se produce un importante aumento en términos porcentuales pero que apenas suponen 2.300 t.

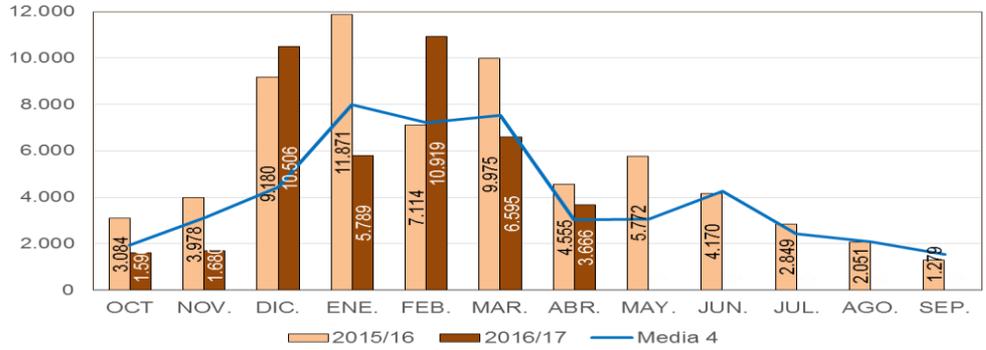
Incremento de los importes unitarios de importación a nivel global, de una forma más marcada en el caso de procedencia UE. El valor UE se sitúa un 14% por encima del de terceros países, siendo uno de los diferenciales más altos de los últimos años tras igualarse los precios en la pasada campaña.

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



# Distribución mensual de importaciones de AOO (t)

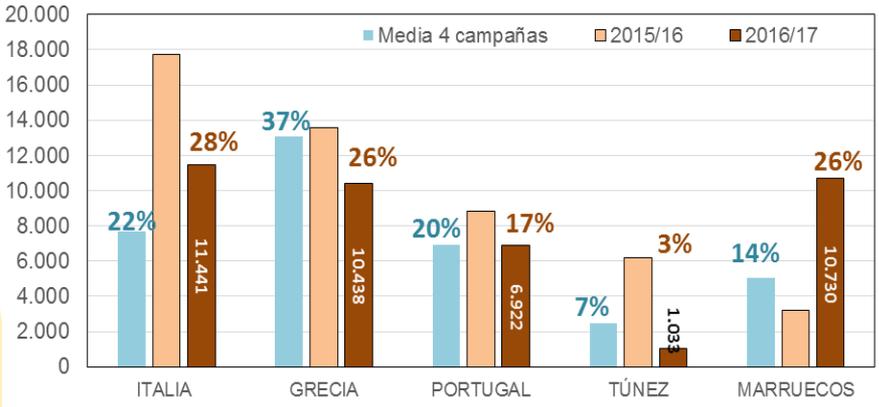
DISTRIBUCIÓN MENSUAL DE IMPORTACIONES (t)



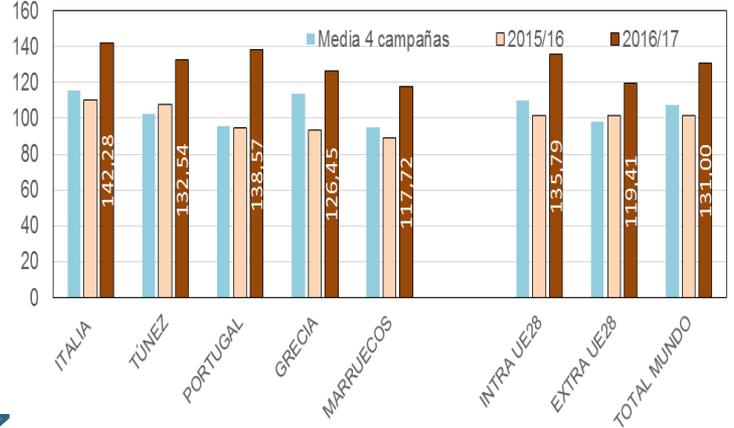
Excepto en el caso de los dos máximos registrados en diciembre-16 y febrero-17, en el resto de meses las importaciones se han situado por debajo de la anterior campaña.

# Principales orígenes de importación de AOO

VOLUMEN ACUMULADO SEGÚN ORIGEN (t)



VALOR UNITARIO SEGÚN DESTINO (€/100kg)



A pesar del importante descenso producido respecto a la campaña precedente, Italia al igual que en la campaña precedente sigue siendo nuestro principal suministrador. Marruecos, con una importante subida del 113% respecto a la media, se han convertido coyunturalmente en el segundo proveedor, ligeramente por encima de Grecia.

Los importes unitarios son superiores en todos los países respecto a campañas pasadas, siendo Portugal el país que ha tenido una mayor revalorización pues sus valores eran de los más bajos.



## METODOLOGÍA

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

ACEITE DE ORUJO DE OLIVA (AOO)	
Aceite de Orujo de Oliva Crudo (AOOC)	Aceite de Orujo de Oliva Refinado (AOR)
15100010	15100090

- Datos expresados en:
  - Volumen (t)
  - Valor (millones de €)
  - Valor unitario (€/100 kg)
- Análisis comparativo de la campaña actual (2016/17), frente a la anterior (2015/16) y frente a la media de las 4 últimas campañas referido a:

PERÍODO TEMPORAL ANALIZADO

CAMPAÑA 2015/16 (OCT 2016 – ABR 2017)