

Evolución del mercado: Aceites esenciales y cosméticos (CN 33) — 2015–2025

Introducción

El capítulo 33 de la Nomenclatura Combinada agrupa los aceites esenciales, resinoides, perfumes, cosméticos y preparaciones de tocador. Durante el período 2015–2025, el comercio extracomunitario de esta partida ha experimentado una dinámica expansiva muy notable. La Unión Europea ha reforzado su posición de liderazgo mundial apoyada en un fuerte crecimiento de las exportaciones, una ampliación del superávit comercial y una clara orientación exportadora de su producción. Al mismo tiempo, la geografía de los intercambios se ha vuelto más diversificada y los precios unitarios han tendido al alza, reflejando un posicionamiento en segmentos de mayor valor añadido.

1. Fuerte expansión de las exportaciones y consolidación del superávit comercial

Las ventas externas superan los 46 mil millones de euros en 2025, con un crecimiento del 70 %

Las exportaciones extra-UE de productos del capítulo 33 pasaron de 27 124 millones de euros en 2015 a 46 120 millones en 2025, lo que supone un incremento del 70,0 % (Evolución del comercio total). La cantidad exportada también creció un 21,9 %, indicando que una parte sustancial del aumento del valor nominal responde a un efecto precio (los precios medios de exportación se elevaron un 39,5 %). El año 2020 interrumpió puntualmente la tendencia (las exportaciones cayeron a 27 051 millones), pero la recuperación fue rápida y en 2024 se alcanzó el máximo de la serie (46 375 millones).

Año	Exportaciones (millones €)	Importaciones (millones €)	Saldo comercial (millones €)
2015	27 124	8 686	18 438
2020	27 051	9 426	17 625
2025	46 120	13 847	32 273

El saldo comercial positivo se amplía hasta los 32 mil millones, respaldado por un aumento de los precios unitarios

La UE siempre ha sido exportadora neta en este capítulo, pero el superávit se ha disparado un 75,0 % entre 2015 y 2025. El precio medio de exportación subió de 13,66 €/kg a

19,06 €/kg, mientras que el de importación pasó de 11,78 €/kg a 15,56 €/kg. La diferencia entre ambos precios se amplió, lo que refleja la capacidad de la industria europea de colocar productos de mayor valor unitario en los mercados internacionales. El alza de precios fue especialmente intensa a partir de 2021, coincidiendo con tensiones inflacionistas globales y una reorientación hacia gamas más premium.

La producción europea crece en valor, impulsando una propensión exportadora cercana al 100 %

El valor de la producción comunitaria (según datos PRODCOM) pasó de 22 922 millones de euros en 2015 a 33 446 millones en 2024, un aumento del 45,9 % (Producción de la UE). Esta expansión productiva permitió que la tasa de propensión exportadora escalara del 38,2 % al 98,0 %, convirtiendo a los mercados extracomunitarios en el destino casi exclusivo del incremento de la oferta. La dependencia neta de importaciones se desplomó de -30,6 % a -241,9 %, confirmando que el sector es cada vez más autosuficiente y está fundamentalmente orientado a la exportación (Indicadores de vulnerabilidad).

2. Reconfiguración de los mercados de destino y diversificación de las fuentes de importación

China y los Emiratos Árabes Unidos se consolidan como destinos estrella de las exportaciones comunitarias

El mapa de los principales compradores ha cambiado de forma notable. Dos mercados han registrado los avances más espectaculares en valor de exportación (Principales socios comerciales):

- China: de 700 millones de euros en 2015 a 2 959 millones en 2025 (+322,6 %).
- Emiratos Árabes Unidos: de 1 078 millones a 2 339 millones (+117,1 %).
- Türkiye: de 856 millones a 1 692 millones (+97,6 %).
- Suiza: de 1 185 millones a 1 961 millones (+65,5 %).

El dinamismo de estos mercados ha contribuido decisivamente a que el índice de concentración (HHI) de las exportaciones se reduzca desde 737 hasta 625 (-15,2 %), indicando una cartera de clientes más diversificada (Concentración de mercado).

Estados Unidos sigue siendo el principal mercado, aunque con volatilidad y un repunte en volumen en 2024

Las exportaciones a Estados Unidos crecieron un 58,5 % en el decenio, desde 4 827 millones hasta 7 651 millones de euros. Sin embargo, la evolución no fue lineal: en 2020 el

valor exportado cayó a 3 078 millones y en 2024 se disparó hasta 9 656 millones, para moderarse después. Esta volatilidad refleja tanto el impacto de la pandemia como una fuerte recuperación de la demanda de cosméticos y perfumes europeos en el mercado estadounidense. Aun así, la cuota de Estados Unidos en las exportaciones totales se mantiene elevada, lo que explica que el HHI exportador no haya caído de manera más acusada.

Las importaciones se diversifican: China, Turquía y Brasil ganan peso, mientras pierde concentración

Por el lado importador, el HHI bajó de 2 186 a 1 302 (–40,4 %), una desconcentración muy superior a la observada en exportaciones. Los proveedores que más crecieron fueron:

- China: de 518 millones a 1 594 millones (+207,6 %).
- Turquía: de 142 millones a 383 millones (+169,5 %).
- Brasil: de 94 millones a 270 millones (+187,0 %).
- Corea del Sur (no incluida en los siete principales, pero con una explosión de volumen): pasó de valores marginales a superar los 1 124 millones en 2025, con un CV de cantidad del 0,85 (Volatilidad de los socios).

Reino Unido sigue siendo el primer proveedor extracomunitario, pero sus envíos se estabilizaron en torno a 2 900 millones (con un ligero descenso del –6,1 %), perdiendo peso relativo. Estados Unidos se mantiene como segundo proveedor (2 585 millones en 2025, +45,0 %).

El papel de Reino Unido como socio extracomunitario: exportaciones al alza, importaciones estables

Tras el Brexit, el comercio con el Reino Unido se contabiliza dentro del comercio extra-UE. Las exportaciones a este mercado, lejos de resentirse, crecieron un 26,9 % hasta alcanzar los 5 344 millones de euros en 2025. Las importaciones desde el Reino Unido, en cambio, apenas variaron (–6,1 %), situándose en 2 894 millones. El saldo bilateral a favor de la UE se ha ampliado, reflejando la fortaleza de la oferta europea incluso en un contexto de mayor fricción comercial. La volatilidad de los flujos con el Reino Unido fue moderada (CV de cantidad importada 0,21 y exportada 0,10), lo que sugiere una relación comercial madura y estable.

3. Evolución de la cesta de productos: los segmentos de mayor valor añadido lideran el comercio exterior

Las preparaciones de belleza y cuidado de la piel (3304) dominan tanto en exportaciones como en importaciones

Dentro del capítulo 33, la subpartida más importante en valor es la 3304 (preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel). En 2025, las exportaciones de este segmento alcanzaron 15 270 millones de euros, mientras que las importaciones sumaron 4 934 millones (Desglose por subpartidas). En ambos flujos, el crecimiento en valor fue superior al 80 % respecto a 2015, apoyado tanto en el aumento de las cantidades como en unos precios unitarios que, en exportación, pasaron de 18,1 €/kg a 25,3 €/kg.

Los perfumes y las mezclas odoríferas registran importantes incrementos de valor, con precios al alza

La subpartida 3303 (perfumes y aguas de tocador) es emblemática por su alto precio unitario. Las exportaciones de perfumes pasaron de 5 615 millones a 11 053 millones de euros, un incremento del 97 %. El precio medio de exportación se elevó de 31,3 €/kg a 45,5 €/kg, evidenciando un claro ascenso en la gama de productos comercializados. Las mezclas odoríferas (3302), utilizadas como base para la industria, también experimentaron un fuerte crecimiento en exportación (de 7 745 millones a 11 595 millones), aunque con un comportamiento más errático en 2020, cuando el valor se desplomó a 4 915 millones, para recuperarse después con fuerza. En el lado importador, los perfumes también ganaron peso (de 1 134 millones a 1 909 millones), manteniendo precios unitarios elevados alrededor de 22-29 €/kg.

Los aceites esenciales y las preparaciones capilares completan un perfil exportador de alto valor medio

Las preparaciones capilares (3305) y las preparaciones de tocador diversas (3307) representan flujos de exportación más modestos en valor (3 719 millones y 2 308 millones en 2025, respectivamente), pero con precios medios que también crecieron. Las preparaciones capilares alcanzaron un precio de exportación de 5,68 €/kg en 2025, frente a 4,17 €/kg en 2015. La subpartida 3301 (aceites esenciales y resinoides) se mantiene como un nicho de alto valor unitario, con exportaciones de 839 millones de euros y un precio medio de 36,0 €/kg, el más elevado de todos los segmentos. Este perfil de producto subraya la especialización europea en bienes de consumo de alta calidad dentro del universo de la perfumería y cosmética.

Conclusión

El comercio extracomunitario de aceites esenciales, perfumes y cosméticos de la Unión Europea ha experimentado entre 2015 y 2025 una transformación expansiva que ha consolidado un superávit comercial de 32 mil millones de euros. El crecimiento ha estado impulsado tanto por el aumento de los volúmenes como por una apreciable subida de los precios unitarios, reflejo de una oferta cada vez más orientada a los segmentos premium. La reconfiguración geográfica del comercio muestra una notable diversificación hacia mercados asiáticos y de Oriente Medio, al tiempo que se reduce la concentración de las importaciones. Dentro de la cesta exportadora, las preparaciones de belleza, los perfumes y las mezclas odoríferas son los motores del valor, mientras la producción europea se vuelca de manera creciente en los mercados exteriores. En conjunto, el sector goza de una posición de fortaleza, con una clara vocación exportadora y una elevada capacidad de adaptación a las cambiantes demandas globales.

Generado el 2026-07-24 a partir de datos de tradedashboard.eu

Informe generado por una máquina: acelera el análisis humano, aun a riesgo de inducirlo a veces a error. Nunca puede reemplazarlo por completo.

Si necesita asesoramiento sobre la política comercial europea, o representación de sus intereses en Bruselas, no dude en contactarme en support@tradedashboard.eu. Encontrará mi CV en esta dirección.