

Consumo de aceite de oliva en España

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Tradicionalmente, el consumo de aceites ha estado asociado a temas y cuestiones gastronómicas. En este sentido conviene resaltar la importancia del aceite de oliva, que se ha convertido en un pilar esencial de la dieta mediterránea y, por tanto, en un producto relevante para países como España, Italia o Grecia. La asociación del aceite de oliva con la alimentación saludable y la difusión internacional de este mensaje han introducido un dinamismo considerable en el sector de los aceites y las grasas durante los últimos años. Al mismo tiempo, la hegemonía que ha mantenido el aceite de oliva en amplias zonas del arco mediterráneo comienza a convivir con las demandas de aceite de girasol, maíz, soja o semillas, que se apoyan en los precios más reducidos y en el incremento de la alimentación fuera del hogar. El consumo per cápita de los distintos tipos de aceites ha venido experimentando un considerable descenso durante las últimas dos décadas. Esto es, a finales de la década de los ochenta se consumían en torno a 26 litros de aceite por persona y año, mientras que en la actualidad se estima que el consumo ronda los 13,5 li-



tros. Destaca la preferencia de los consumidores por el aceite de oliva (71% sobre el total) ante unos niveles de demanda más reducidos en el resto de aceites (ca-

si un 26% del consumo total se concentra en el aceite de girasol).

España, junto con Italia, Grecia y Portugal, son los principales productores de

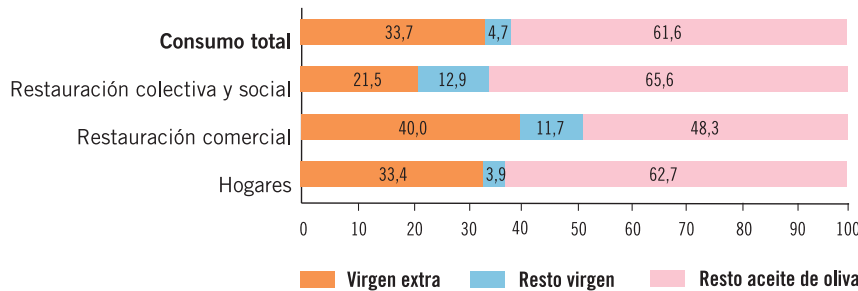
Cuadro 1
Consumo y gasto en aceite de oliva, 2010

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	Consumo (millones litros)	Gasto (millones euros)	Consumo (millones litros)	Gasto (millones euros)	Consumo (millones litros)	Gasto (millones euros)	Consumo (millones litros)	Gasto (millones euros)
Total aceite oliva	446,33	1.120,11	40,38	113,14	9,59	27,18	496,30	1.260,43
Virgen extra	148,92	409,94	16,14	48,25	2,06	6,62	167,12	464,81
Resto virgen	17,48	49,58	4,73	13,78	1,23	3,52	23,44	66,89
Resto aceite oliva	279,93	660,59	19,51	51,10	6,30	17,04	305,74	728,73

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011).

Gráfico 1

Participación del aceite de oliva en el consumo. Porcentaje, 2010



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011).



aceite de oliva de la Unión Europea; en el resto del mundo destacan Túnez, Turquía, Marruecos, Siria y Argelia. En las exportaciones mundiales sobresalen los países de la Unión Europea, que concentran cerca de tres cuartas partes del total exportado (Túnez también tiene una relevancia notable).

Durante el año 2010, el consumo total de aceite de oliva ascendió a 496,3 millones de litros y supuso un gasto superior a 1.260 millones de euros (cuadro 1). El mayor porcentaje del consumo se concentra en los hogares (89,9%), mientras que la restauración comercial supone el 8,1% y la restauración social y colectiva, el 2% restante. Las cifras de gasto van paralelas a esta situación: un 88,9% se registra en los hogares, un 8,9% en la restauración comercial y un 2,2% en la restauración social y colectiva.

En la estructura de consumo de los hogares, el aceite de oliva virgen extra supone el 33,4%, el aceite de oliva virgen alcanza el 3,9% y el resto de aceite de oliva representa el 62,7%. En la restauración comercial, el aceite de oliva virgen extra llega al 40%, el aceite de oliva virgen alcanza el 11,7% y el resto de aceite de oliva representa el 48,3%. En la restauración colectiva y social, el aceite de oliva virgen extra alcanza el 21,5%, el aceite de oliva virgen llega al 4,7% y el resto de aceite de oliva supone el 61,6%.

El consumo de aceite de oliva cuenta con distintas particularidades en España

(cuadro 2). Por ejemplo, las diferencias regionales en la demanda suponen una divergencia de cerca de 8 litros per cápita entre los individuos con un mayor consumo (Cantabria) y los que tienen el menor (Comunidad Valenciana). Cataluña, Baleares, Castilla y León, Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, La Rioja y Canarias están por encima de la media nacional en el consumo de aceite de oliva, mientras que Aragón, Comunidad Valenciana, Murcia, Andalucía, Madrid, Castilla-La Mancha, Extremadura y Navarra están por debajo.

El municipio de residencia se convierte en una variable importante en cuanto al consumo de aceite de oliva, puesto que existe una diferencia de casi 2,5 litros entre la cantidad demandada por un individuo que vive en un municipio de entre 2.000 y 10.000 habitantes y otro que reside en una ciudad con más de 100.000 habitantes. La demanda de aceite de oliva también está condicionada por la edad del consumidor, de tal manera que los más jóvenes cuentan con un consumo inferior a la media y los mayores están por encima. A modo de ejemplo puede plantearse que existe una diferencia de más de 11 litros en el consumo de aceite de oliva entre una persona menor de 35 años y otra mayor de 65 años.

El consumo de aceite de oliva crece en los hogares que cuentan con mayor nivel de ingresos; esto es, en los hogares de renta alta y media alta existe un consumo

casi un 10% superior a la media nacional, mientras que en los hogares de renta baja la diferencia es negativa y se cuantifica en un -7,2%. La condición laboral del encargado de realizar las compras también resulta determinante para el consumo per cápita de aceite de oliva; en este caso, cuando la persona está activa existe una minoración del consumo per cápita con respecto a la media (casi 2 litros).

Atendiendo a la configuración del hogar, la presencia de niños supone un menor consumo per cápita de aceite de oliva; por ejemplo, en los hogares sin niños se alcanzan 12,7 litros por persona, mientras que en los hogares con niños de 6 a 15 años no se sobrepasan los 7,2 litros. La composición del hogar en cuanto al número de integrantes también repercute sobre la demanda de aceite de oliva, suponiendo un consumo per cápita mayor en los hogares unipersonales (a partir de 3 personas empieza a contarse con una desviación negativa con respecto a la media).

En función de la conformación de los hogares, se atiende a una amplia casuística en la demanda de aceite de oliva. Con carácter general, los hogares de personas jubiladas cuentan con el consumo más significativo, mientras que sucede lo contrario en las parejas con hijos pequeños. Aparece un consumo por encima de la media en hogares de parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y retirados.

**Los establecimientos más exigentes
cuentan con la mejor marca**

Compra en
mercamadrid®

Símbolo de confianza

mercamadrid
internacional

**Busque esta marca
en establecimientos autorizados**

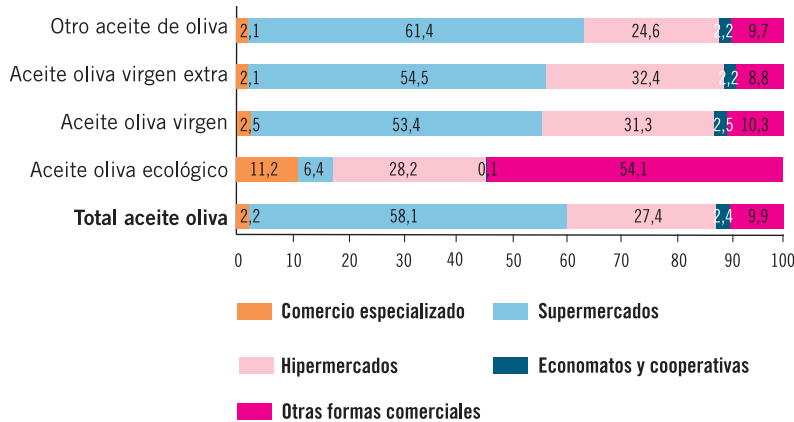
OFICINA DEL
MINORISTA Y USUARIO
— O D M U —

Cuadro 2
Consumo de aceite de oliva en función de las características de los hogares

		CONSUMO POR ENCIMA DE LA MEDIA	CONSUMO POR DEBAJO DE LA MEDIA
CLASE SOCIAL	Alta y media alta	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva	—
	Media	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva	—
	Media baja	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	Baja	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
COMPOSICIÓN DEL HOGAR	Sin niños	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva	—
	Niños < 6 años	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	Niños 6-15 años	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
SITUACIÓN MERCADO LABORAL	Activa	Oliva ecológico	Oliva virgen, resto oliva
	No activa	Oliva virgen, resto oliva	Oliva ecológico
EDAD	< 35 años	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	35-49 años	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	50-64 años	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva	—
	> 65 años	Oliva virgen, resto oliva	Oliva ecológico
TAMAÑO DEL HOGAR	1 persona	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva	—
	2 personas	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva	—
	3 personas	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	4 personas	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	5 y más personas	Oliva ecológico	Oliva virgen, resto oliva
TAMAÑO MUNICIPIO DE RESIDENCIA	< 2.000 habitantes	Resto oliva	Oliva ecológico, oliva virgen
	2.000-10.000 habitantes	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	10.001-100.000 habitantes	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	100.001-500.000 habitantes	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva	—
	> 500.000 habitantes	Oliva virgen	Oliva ecológico, resto oliva
TIPOLOGÍA DEL HOGAR	Jóvenes independientes	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	Parejas jóvenes sin hijos	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	Parejas con hijos pequeños	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	Hogares monoparentales	—	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva
	Parejas adultas sin hijos	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva	—
	Adultos independientes	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva	—
	Retirados	Oliva ecológico, oliva virgen, resto oliva	—

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011).

Gráfico 2
Cuotas de distribución de aceite de oliva. Porcentaje



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011).



La comercialización de aceite de oliva presenta situaciones variadas conforme a las características del producto (gráfico 2). Con carácter general, el aceite de oliva se canaliza fundamentalmente a través de supermercados (58,1%) e hipermercados (27,4%), puesto que el comercio especializado (2,2%) y el resto de canales (9,9%) cuentan con menor representatividad. El gráfico 2 detalla la casuística de comercialización del aceite de oliva en el mercado español. Con la supremacía de supermercados e hipermer-

cados antes apuntada destaca especialmente la comercialización del aceite de oliva ecológico, que utiliza otros canales alternativos y, al mismo tiempo, cuenta con una mayor presencia del comercio especializado.

Finalmente conviene apuntar que la demanda de aceite de oliva cuenta con otra vía complementaria en el canal de alimentación fuera del hogar. Los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquieren cerca de 50 millones de litros de aceite

de oliva y gastan unos 140,3 millones de euros en este producto (el aceite de oliva virgen extra representa un 36,4%, el aceite de oliva virgen el 11,9% y el resto de aceites de oliva el 51,7%). Destacan, además, los siguientes aspectos:

En la restauración comercial, los restaurantes independientes concentran el 48,7% de la demanda de aceite de oliva, los bares y cafeterías el 34,7%, los hoteles el 12,8%, la restauración organizada el 2,5%, y el consumo nocturno el 1,3% restante.

Por áreas geográficas, la restauración comercial demanda el mayor volumen de aceite de oliva en Cataluña, Aragón, Andalucía, Madrid, Castilla-La Mancha y Extremadura.

La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de aprovisionamiento de aceite de oliva (alcanza una cuota del 66,8%), seguido del cash and carry con una cuota del 13%. El fabricante representa un 9,8%, mientras que los establecimientos de librería (hipermercados y supermercados) alcanzan una cuota del 8,5%. ■



■■■
(Para ampliar esta información: *Alimentación en España* en www.mercasa.es).