

# Consumo de arroz

## Principales características

■ VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Universidad Complutense de Madrid



El arroz es el producto más consumido en todo el mundo y el alimento básico para más de la mitad de la población mundial. *El arroz es vida* fue el lema utilizado por la Organización de Naciones Unidas (ONU) en 2004 durante el Año Internacional del Arroz.

La Unión Europea produce cerca de 1,8 millones de toneladas, de arroz blanco y consume aproximadamente 2,1 millones de toneladas lo que la convierte en el cuarto importador mundial. Italia y España son los principales productores con unas cuotas de mercado del 50% y del 30%, respectivamente; Grecia, Portugal y Francia también tienen una repercusión notable en el mercado arrocero europeo.

Las zonas españolas que presentan mayores volúmenes de producción son Andalucía y Extremadura. Además de la importancia económica de este cultivo, conviene destacar la incidencia que tiene en el plano medioambiental y social

—mantenimiento de los humedales y utilización de terrenos que no servirían para otro tipo de cultivos—.

Durante el año 2005, cada español gastó en torno a 1.307 euros en productos de alimentación para consumo en el hogar. Dentro de este gasto, el arroz tiene una participación que no alcanza el 0,5% —concretamente, 5,58 euros per cápita—. En consecuencia, se conforma como una partida alimenticia con una importancia relativa no muy significativa y, además, en retroceso (sirva apuntar que en 1987 el consumo per cápita de arroz se situaba en 8,8 kilos, en 1996 alcanzaba los 6,2 kilos por habitante y en 2005 se ha cifrado en 5,8 kilos per cápita).

Este trabajo pretende revisar las principales características del consumo de arroz en España. Por tanto, presenta algunos de los factores más significativos que repercuten, aumentando o minorando, el consumo de arroz: el tamaño de la

población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la tipología del hogar y la edad o situación laboral de la persona encargada de realizar las compras van a ser algunas de las variables analizadas. La distribución territorial del consumo y del gasto en arroz también se analiza en este artículo.

### EL CONSUMO DE ARROZ EN ESPAÑA. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

España es el segundo país productor de arroz en Europa por detrás de Italia. Así pues, en 2005, la producción española de arroz cáscara se situó en 829.672 toneladas (descenso del 3,8% con respecto al ejercicio anterior) alcanzando una participación en torno al 30% del mercado europeo, aunque todavía bastante por detrás de la producción italiana (cerca de

CUADRO Nº 1

**CONSUMO (MILLONES KILOS) Y GASTO (MILLONES EUROS) DE ARROZ EN ESPAÑA 2005**



HOGARES		HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN		INSTITUCIONES		TOTAL	
CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
200,58	239,94	35,56	35,75	11,19	10,04	247,33	285,73

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).

1,5 millones de toneladas, que representan más del 50%).

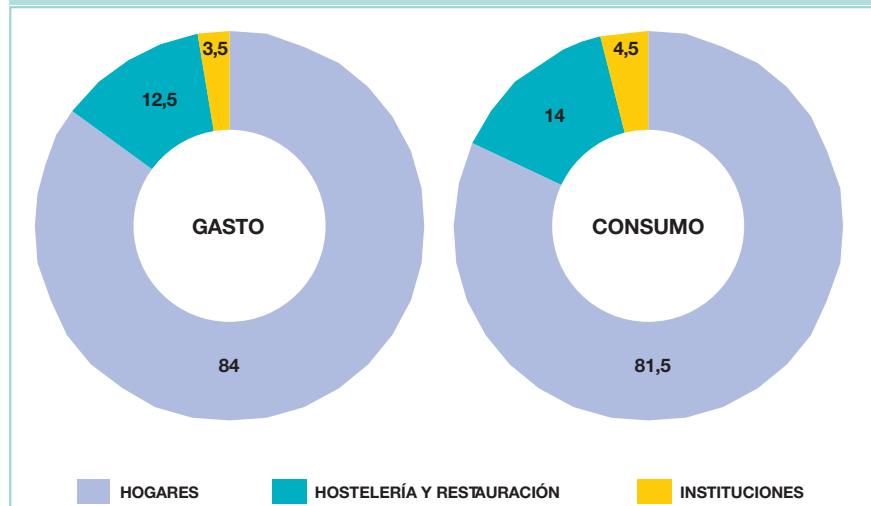
Durante el año 2005, agregando la demanda en el hogar y la demanda extrado-méstica, cada español consumió 5,8 kilos de arroz. En cifras absolutas, los hogares consumieron más de 260 millones de kilos, los establecimientos de hostelería y restauración cerca de 36 millones de kilos y las instituciones en torno a 11 millones de kilos; por tanto, el consumo ascendió a más de 247 millones de kilos que, además, suponen una minoración del 0,3% con respecto a las cifras de consumo del año 2004.

El cuadro nº 1 detalla el consumo (millones de kilos) y el gasto (millones de euros) en arroz durante el año 2005. En este producto, la participación de los hogares es notablemente superior a la conseguida desde la hostelería y restauración y las instituciones. Así pues, los hogares suponen más del 81% del consumo total de arroz y cerca del 84% del gasto total efectuado; la hostelería y restauración tienen una participación del 14% en el consumo y del 12,5% en el gasto, mientras que las instituciones tienen una menor relevancia en la demanda de este producto (4,5% del consumo y 3,5% del gasto). El gráfico nº 1 resume todas estas cifras.

El cuadro nº 2, en términos per cápita, sintetiza el consumo y el gasto en arroz efectuado en el hogar y, además, refleja el precio medio pagado por un kilo de arroz en el mercado español. Aunque el consumo de arroz per cápita en España no experimenta notables variaciones, se está atendiendo durante los últimos años a un cambio en la participación relativa de las

GRÁFICO Nº 1

**PARTICIPACIÓN POR SECTORES EN EL CONSUMO Y EN EL GASTO DE ARROZ PORCENTAJE**



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).

distintas variedades. En este sentido, conviene destacar que las nuevas variedades de arroz –especialmente el largo– resultan cada vez más demandadas como consecuencia del crecimiento de la población inmigrante. Por otra parte, la incorporación progresiva de los platos preparados con base de arroz a la demanda de muchos hogares españoles ha supuesto un nuevo cauce de expansión para el sector arrocero (por ejemplo, SOS Cuétara cuenta con la gama de platos preparados “SOS sabor.es” y, además, ha lanzado en el verano de 2005 una nueva gama de arroces cocidos listos para calentar y consumir).

El gráfico nº 2 representa las principales magnitudes del mercado arrocero en España y la evolución que han experimentado en los cuatro últimos años. Con respecto a 2002, el consumo ha descendido un 5,5%, la producción un 2,3%, las exportaciones un 15,7% y las importaciones un 42,9%.

El sector arrocero está muy condicionado por las directrices que se marcan desde la Política Agraria Común (PAC). La campaña 2005-2006 ha sido la segunda que ha funcionado bajo las nuevas coordenadas aprobadas en la Organización Común de Mercado (OCM) del arroz que suponen un precio de intervención de

CUADRO Nº 2

**CONSUMO DE ARROZ EN ESPAÑA  
HOGARES. 2005**

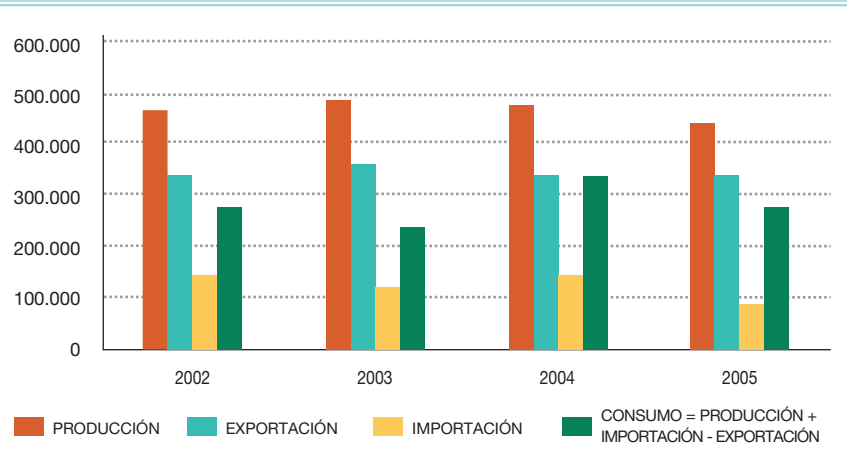
CONSUMO PER CÁPITA	GASTO PER CÁPITA (EUROS)	PRECIO MEDIO (EUROS/KILO)
4,67	5,58	1,20

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).



GRÁFICO Nº 2

**EVOLUCIÓN DEL MERCADO DEL ARROZ EN ESPAÑA  
TONELADAS. 2002-2005**



FUENTE: Alimarket (2006).

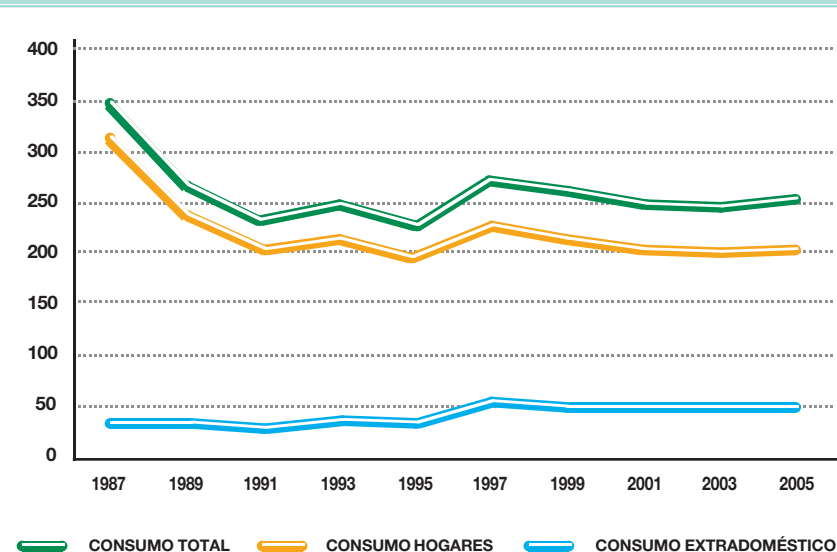
150 euros/tonelada, sustituye la penalización progresiva por otra proporcional en el caso de sobrepasar la superficie asignada y establece un pago único por la siembra de arroz de 476 euros/hectárea y una compensación mediante ayuda directa de 177 euros/tonelada. Al mismo tiempo conviene recordar que también existen acuerdos preferenciales para este producto con países como India, Pakistán o Tailandia que provocan, por tanto, un incremento progresivo de las importaciones de arroz en la Unión Europea.

La continua liberalización en la comercialización de alimentos que aparece como resultado de los acuerdos entre los grandes bloques económicos internacionales está llegando hasta el sector arrocero y genera una desatención hacia la producción y, por el contrario, una focalización de los esfuerzos hacia la adquisición del producto en terceros países para posteriormente dedicarse a la transformación y comercialización. Los productores europeos están centrando su actividad en ofrecer un producto que cuente con una trazabilidad completa y sea respetuoso con el medio ambiente.

La situación en el mercado español es distinta a la que tienen otros países europeos, puesto que los elevados excedentes de producción obligan a canalizar una parte importante hacia terceros países por la vía de las exportaciones ya que, al mismo tiempo, las importaciones dificultan las ventas en el mercado interior. En España, la correcta aplicación de estrategias de reposicionamiento en los mercados internacionales se presenta como la mejor opción para competir con otros productores mundiales más centrados en la variable precio. En este sentido, se advierte cómo los dos principales grupos mundiales del sector arrocero son españoles (Ebro Puleva y SOS Cuétara) y durante los últimos años han venido desarrollando distintas operaciones de adquisición de compañías en el contexto internacional (como ejemplo, se puede destacar que la actividad de Ebro Puleva alcanza, entre otros, al mercado francés, belga, austriaco, danés,

GRÁFICO Nº 3

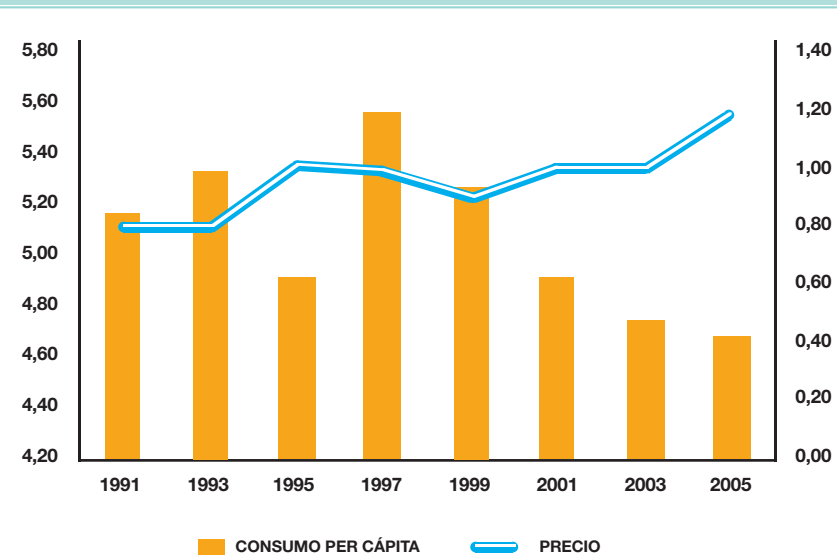
### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE ARROZ MILLONES DE KILOS. 1987-2005



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (varios años).

GRÁFICO Nº 4

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO PER CÁPITA Y DEL PRECIO EN EL ARROZ HOGARES. 1991-2005



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (varios años).

británico, checo, polaco, alemán o norteamericano).

El gráfico nº 3 refleja la evolución del consumo de arroz durante el periodo

1987-2005. Con carácter general, se observa una reducción en la demanda durante estos años –en 1987 se consumían 8,8 kilos per cápita y en 2005 se llega

a los 5,8 kilos per cápita–. No obstante, conviene matizar esta circunstancia puesto que el principal descenso se ha producido en el consumo de los hogares –en este segmento, la reducción durante el periodo 1987-2005 ha sido del 35,22%. Por el contrario, el consumo extradoméstico de arroz se ha elevado desde finales de la década de los ochenta –concretamente, entre 1987 y 2005 el incremento se ha cifrado en un 51,6%–.

Tal y como se argumentaba en la introducción de este trabajo, el arroz se configura como un alimento básico para la alimentación humana y, por tanto, significativo dentro de la cesta de la compra de cualquier hogar español. El gráfico nº 4 presenta la evolución del consumo per cápita de arroz durante los últimos años insertando, además, las oscilaciones en su precio. Así pues, se observa cómo para el periodo 1991-2005 el consumo per cápita ha descendido un 9,5%, mientras que el precio se ha elevado para ese mismo periodo un 51,6%; resulta especialmente significativo el comportamiento a partir del año 2000 donde los incrementos de precios van acompañados de disminuciones notables del consumo per cápita.

Lógicamente, el consumo de arroz aparece condicionado por las diferentes características que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el tamaño de la población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra de este producto.

Así pues, sobre cada uno de estos factores se pueden plantear las divergencias existentes con respecto a la media nacional. Esto es, resulta posible delimitar cuáles son las características del consumidor que, por tanto, aumentan o minoran la demanda de arroz.

En el gráfico nº 5 se han resumido algunas de las principales variables que condicionan el consumo de arroz de los indi-

GRÁFICO Nº 5

**CONSUMO PER CÁPITA DE ARROZ**  
DESVIADO A LA MEDIA NACIONAL\*

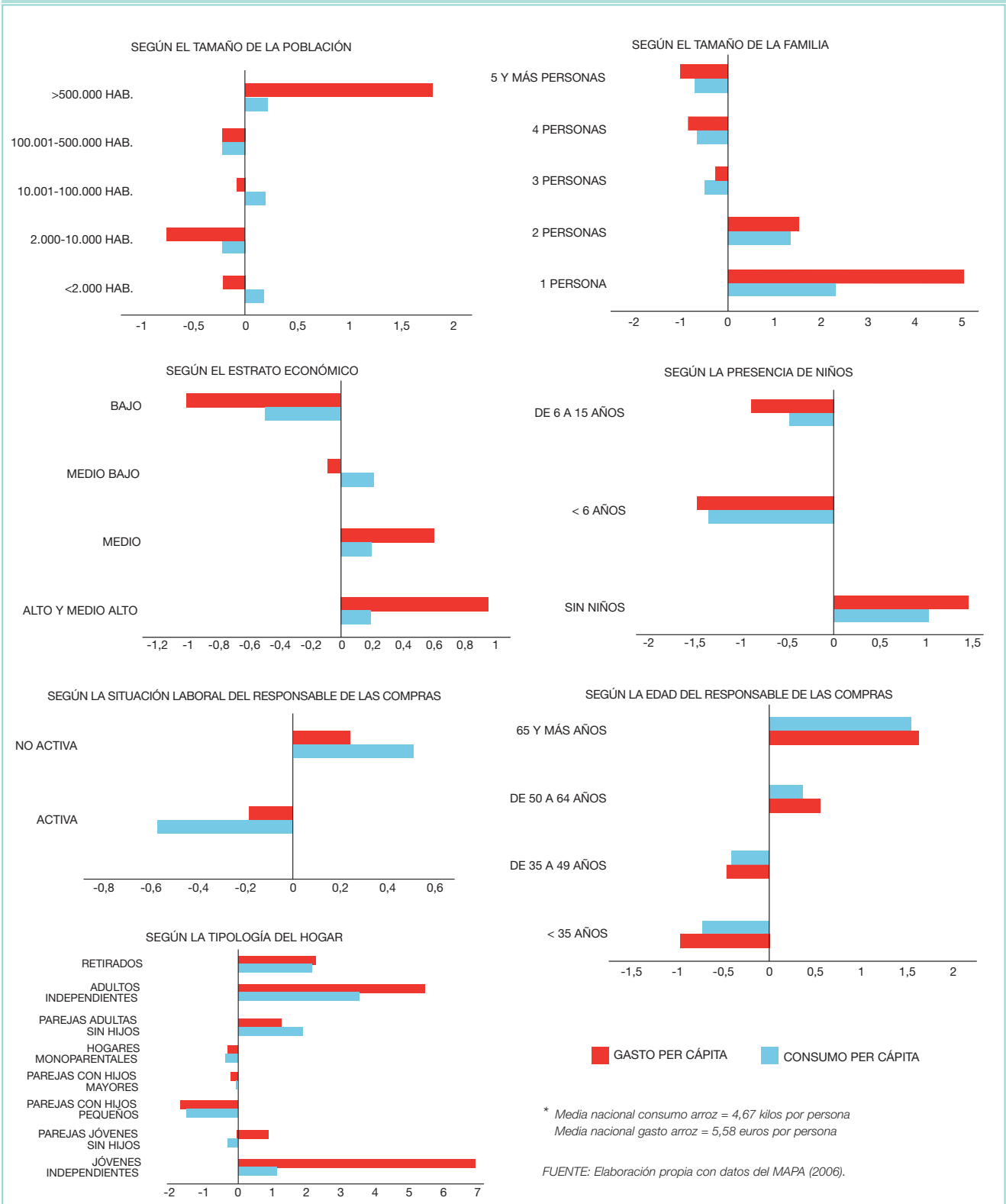
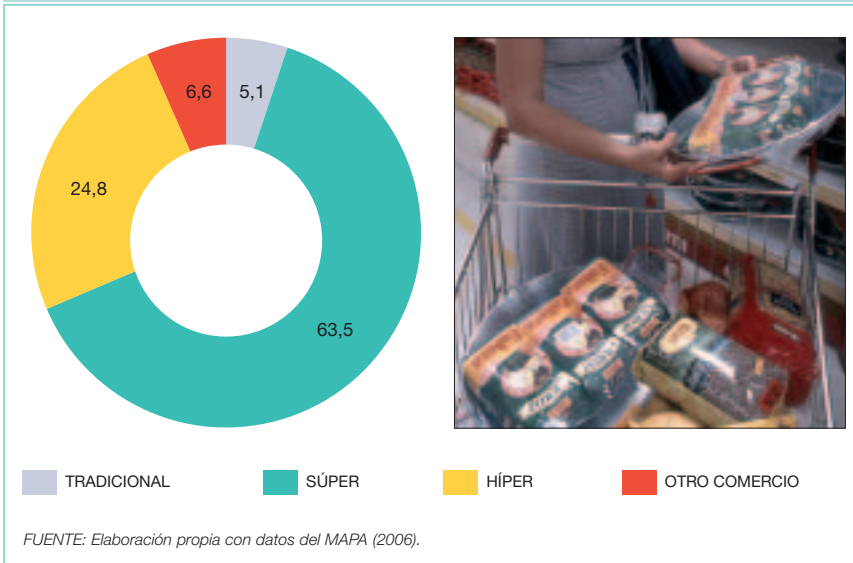


GRÁFICO Nº 6  
CUOTA DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ARROZ  
PORCENTAJE. 2005



viduos en el hogar; así pues, se plantea la disparidad que existe, con respecto a la media nacional, en las categorías de consumo y gasto per cápita:

\* Media nacional consumo arroz = 4,67 kilos por persona.

\* Media nacional gasto arroz = 5,58 euros por persona.

En consecuencia, las principales conclusiones obtenidas quedan sintetizadas en las siguientes:

- El tamaño de la población repercute sobre el consumo de arroz. No obstante, resulta complicado establecer una relación precisa puesto que se producen oscilaciones de distinto signo, tanto en el consumo como en el gasto per cápita, en función del tamaño de la población. Los municipios pequeños (< 2.000 habitantes) y aquellos que tienen una población entre 10.001-100.000 habitantes tienen un comportamiento bastante similar que se traduce en un consumo per cápita por encima de la media, pero un gasto per cápita inferior al patrón medio. Por otra parte, los núcleos que cuentan con una población entre 2.000-10.000 habitantes y aquellos otros que oscilan entre 100.000-500.000 habitantes presentan un consumo y gasto por individuo inferior a la media del país. Por último, las grandes ciudades (> 500.000 habitantes) cuentan con desviaciones positivas tanto en consumo como en gasto per cápita (especialmente importantes en este segundo parámetro).
- El tamaño de la familia se convierte en una variable importante para analizar las divergencias en el consumo y el gasto per cápita de arroz. Esto es, el punto de inflexión entre las desviaciones positivas y la negativas se encuentra en tres miembros. Así, los hogares con una y dos personas consumen y gastan, en términos per cápita, más arroz que la media mientras que sucede lo contrario en los hogares compuestos por tres, cuatro o más personas.

GRÁFICO Nº 7  
REPARTO DE LAS VENTAS DE ARROZ POR FORMATOS  
PORCENTAJE. 2005

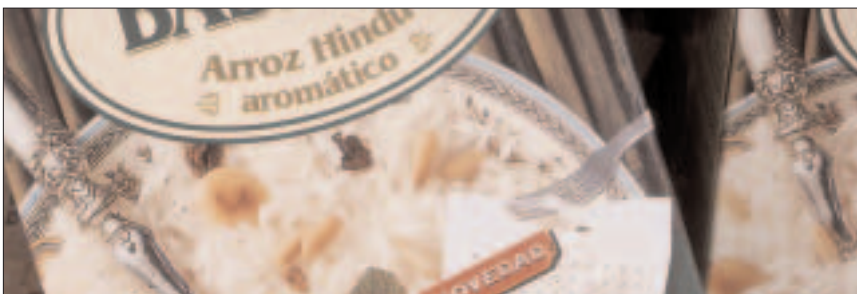
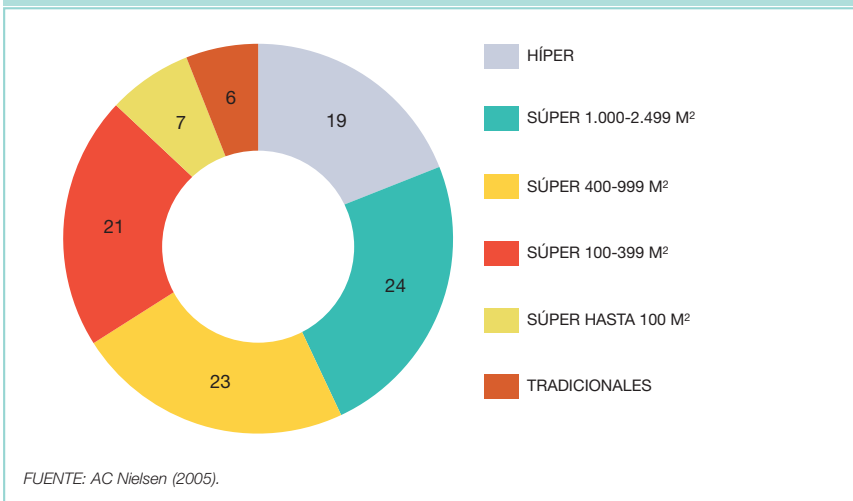
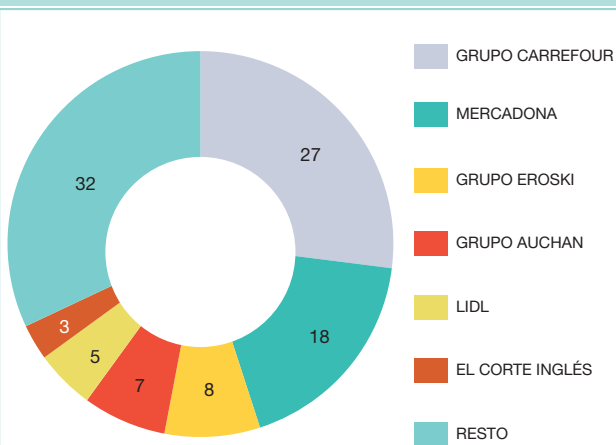




GRÁFICO Nº 8  
**PARTICIPACIÓN DE LAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN EN EL GASTO DE ARROZ EN ESPAÑA**  
PORCENTAJE



FUENTE: Alimarket (2006).

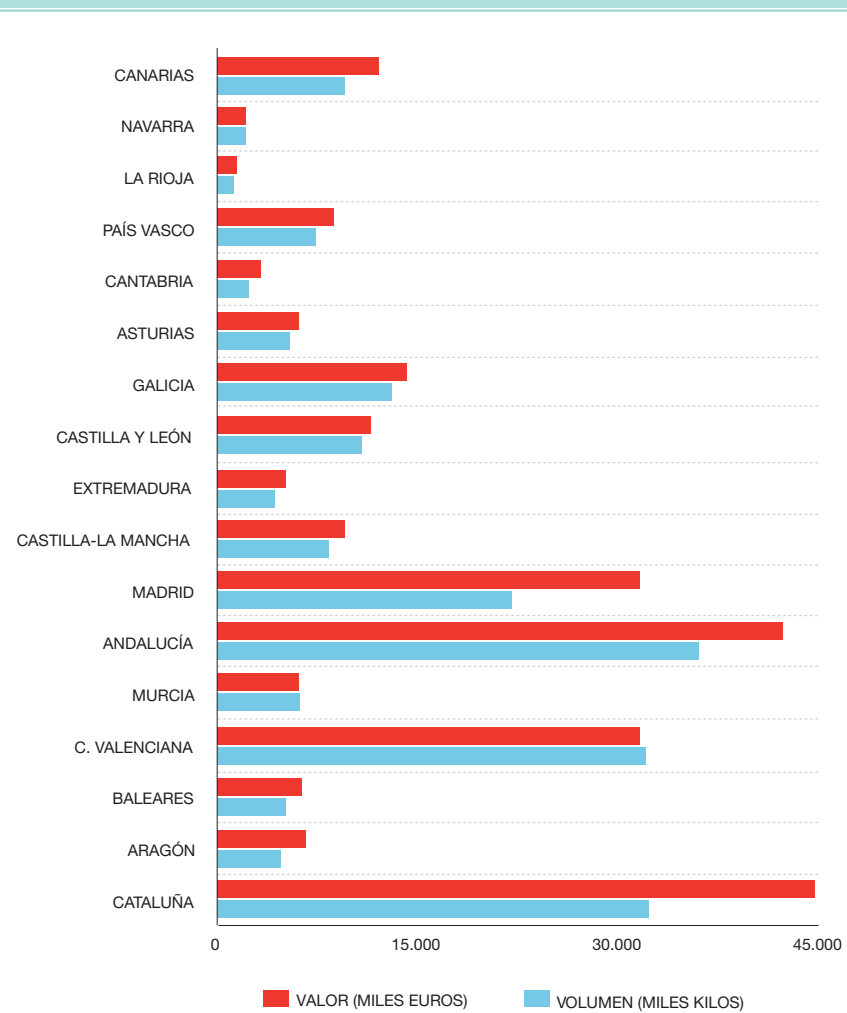
- El estrato económico en el que se encuadra el hogar –y por tanto el nivel de ingresos– resulta determinante para el consumo de arroz. Así pues, los hogares de categoría baja consumen una cantidad notablemente inferior a la media (también su gasto per cápita es más reducido). Los hogares de categoría media-baja consumen más arroz por individuo que la media aunque, por el contrario, se observa una desviación negativa en términos de gasto per cápita. Los hogares de las categorías media y alta y media-alta tienen un patrón de consumo de arroz con desviaciones positivas sobre la media que se acentúa en la variable gasto per cápita.
- La existencia de niños en el hogar se convierte en una circunstancia negativa para el consumo per cápita de arroz –sobre todo si son menores de 6 años–. Por el contrario, los hogares sin niños tienen una desviación positiva en el consumo y en el gasto de este tipo de producto alimentario.
- La situación laboral del responsable de realizar las compras en el hogar se traduce, dentro del consumo y del gasto per cápita de arroz, en desviaciones positivas para el caso de no trabajar y, por el contrario, en desviaciones significativamente negativas cuando es una persona activa en el mercado laboral.
- La repercusión de la edad del responsable de comprar en el hogar sobre el consumo y el gasto per cápita de arroz ofrece una conclusión interesante. Esto es, cuanto mayor en edad es la persona que realiza las compras más elevado es el consumo y el gasto per cápita de arroz –en consecuencia, las desviaciones más negativas se centran en aquellos hogares donde las compras las efectúa una persona menor de 35 años y las desviaciones más positivas se observan en aquellas familias donde compra una persona de 65 o más años–.



GRÁFICO N° 9

### CONSUMO Y GASTO DE ARROZ POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

MILES DE KILOS Y MILES DE EUROS



FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).



– Por último, el análisis del consumo per cápita de arroz según la tipología del hogar ofrece una clasificación de los hogares con desviaciones positivas y de los hogares con desviaciones negativas. En el primer caso, hay un consumo y un gasto por encima de la media en los hogares donde hay jubilados, adultos independientes, parejas adultas sin hijos y jóve-

nes independientes. Por contra, hay un consumo y un gasto per cápita inferior a la media en hogares monoparentales, parejas con hijos mayores y parejas con hijos pequeños. Las parejas jóvenes sin hijos presentan una situación divergente en el consumo y en el gasto per cápita –se observan oscilaciones positivas en gasto y negativas en consumo–.

Por otra parte, el gráfico nº 6 resume la participación en el mercado de los diferentes establecimientos que comercializan arroz y, por tanto, marca cuáles son las preferencias de los hogares a la hora de adquirir este producto. Parece claro que los supermercados e hipermercados son los formatos que comercializan mayoritariamente arroz (conjuntamente alcanzan una cuota de mercado del 88,3%), mientras que los establecimientos tradicionales (5,1%) y otros formatos comerciales (6,6%) resultan escasamente relevantes. En este sentido, el gráfico nº 7, utilizando la información que elabora Nielsen (2005), detalla las cuotas de mercado entre los principales formatos de librerías. En consecuencia, queda plasmada la idea de que los supermercados van aumentando su cuota de mercado en la comercialización de arroz conforme se incrementa su superficie de venta.

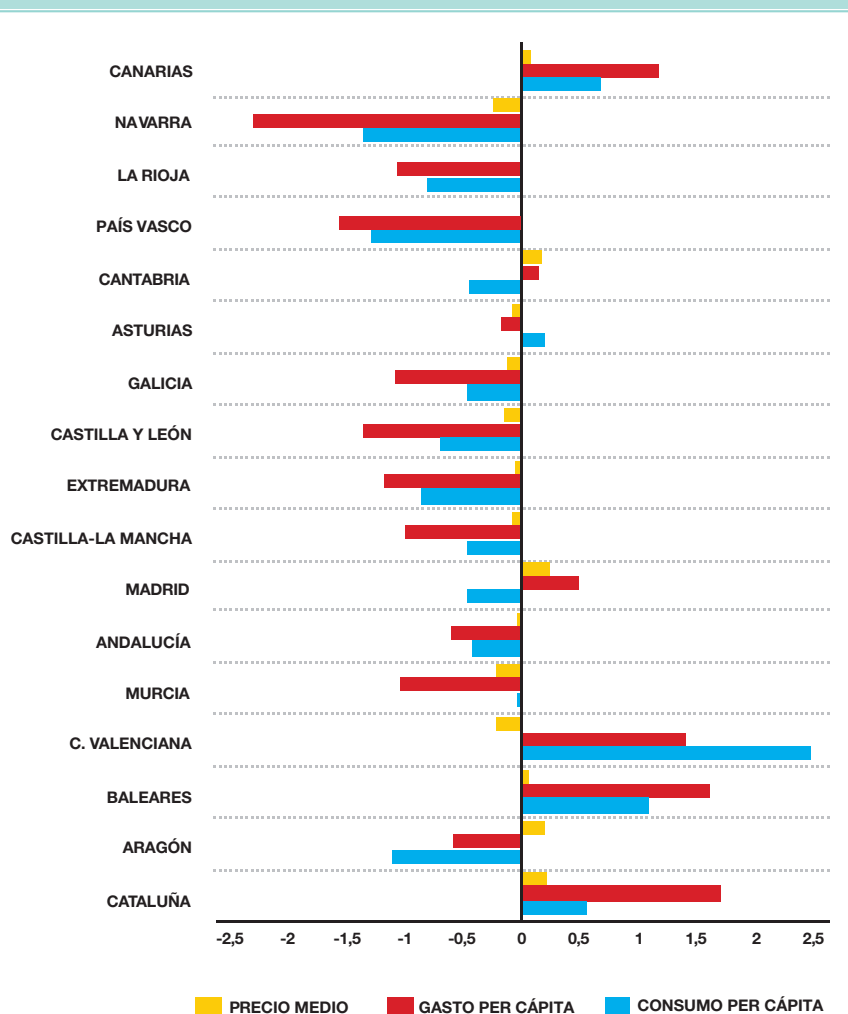
El gráfico nº 8 detalla la participación de los principales grupos de distribución que operan en España en la comercialización de arroz. El Grupo Carrefour y Mercadona consiguen canalizar hasta el consumidor final un 45% del gasto en arroz.

El arroz se ha convertido durante los últimos años en un producto utilizado en ocasiones para la estrategia de negocio de los establecimientos de librerías debido a la demanda generalizada del mismo y, sobre todo, a las notables oscilaciones en precios en función de las marcas. Por ejemplo, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA, varios años), los supermercados han incrementado su cuota en la comercialización de arroz del 52% en 1996 al 63,5% en 2005; al mismo tiempo, la participación de las marcas de la distribución en este segmento ha ido incrementándose progresivamente hasta alcanzar en 2004 el 48,7% sobre el total de volumen comercializado (Nielsen, 2005).

Los datos de Nielsen (2005) cuantifican un diferencial en el precio final de un kilo de arroz entre la marca del distribuidor y la marca del fabricante de un 44,2% a favor de la marca blanca.

GRÁFICO Nº 10

**CONSUMO, GASTO Y PRECIO DEL ARROZ POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS**  
KILOS Y EUROS DESVIADOS CON LA MEDIA NACIONAL\*



\* Media nacional consumo arroz = 4,67 kilos por persona.  
Media nacional gasto arroz = 5,58 euros por persona  
Precio medio arroz = 1,20 kilos por persona.

FUENTE: Elaboración propia con datos del MAPA (2006).

### EL CONSUMO DE ARROZ POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

En términos medios, durante el año 2005, cada consumidor español gastó 5,58 euros y demandó 4,67 kilos de arroz para consumo en el hogar. Por tanto, pagó un precio medio de 1,20 euros por cada kilo comprado.

Ahora bien, las peculiaridades de cada región en cuanto a la localización geográfica, la capacidad de los sistemas de distribución y/o las características de los consumidores –renta per cápita o hábitos alimentarios, por ejemplo– suponen un amplio abanico de opciones en cuanto a la demanda de arroz y, por tanto, se advierten situaciones muy dispares en cada una de las comunidades autónomas.

Los gráficos nº 9 y 10 presentan las situaciones más significativas en cuanto al consumo, gasto y precio pagado en el mercado de arroz considerando las distintas comunidades autónomas:

- El gráfico nº 9, utilizando valores absolutos, detalla el consumo (miles de kilos) y el gasto (miles de euros) en las distintas comunidades autónomas. Destacan los valores más elevados de Cataluña en gasto de arroz y de Andalucía en consumo de este producto; por el contrario, los valores más reducidos de gasto y consumo de arroz se localizan en La Rioja.
- El gráfico nº 10 indica, a través de desviaciones con respecto a la media nacional, que la Comunidad Valenciana es la comunidad autónoma que más arroz per cápita consume (7,01 kilos por persona), mientras que Navarra es la que menos consumo realiza (3,39 kilos por persona). En este gráfico también se observa que Cataluña es la región que más dinero gasta en términos per cápita en arroz (7,20 euros), mientras que Navarra vuelve a contar con el gasto más reducido (3,41 euros). Por último, el arroz con el precio más elevado se adquiere en la región de Madrid (1,43 euros / kilo) y con el precio más reducido en la Comunidad Valenciana y Murcia (0,99 euros / kilo, en ambos casos). ■

**VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO**

Universidad Complutense de Madrid

### BIBLIOGRAFÍA

---

ALIMARKET (2006): "Arroz: de compras también por Europa", *Alimarket Revista*, nº 191, Enero.

GALINDO, P. (2004): "El arroz mira hacia delante", *Distribución y Consumo*, nº 73, Enero – Febrero.

MAPA (2006): *Dossier de datos sobre la Alimentación en España*. Mimeo-grafiado. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.

MAPA (varios años): *La Alimentación en España*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.

MERCASA (2005): *Alimentación en España 2005. Producción, Industria, Distribución y Consumo*. Mercasa, Madrid.

NIELSEN (2005): *Anuario Evolución 2005*. Nielsen. Madrid.