

## Clara apuesta del consumidor por los aceites de oliva vírgenes

### Según el informe del consumo alimentario 2018.

El consumo doméstico total de aceite se ha intensificado por parte de los hogares españoles durante 2018 un 2,3% respecto a 2017, alcanzando un volumen de 547.083,41 litros. Sin embargo, en términos de facturación el balance ha sido negativo, con un descenso del 1,5%, y 1.579.638,82 euros, motivado por las caídas de precio que han sufrido categorías como el aceite de oliva.

El consumo per cápita, con 11,95 litros, ha aumentado un 1,9%, mientras que el gasto per cápita, con 34,5 euros, cae un 1,9%. Cabe destacar también que el precio medio del aceite se sitúa en 2,89 euros/litro, lo que supone un 3,7% menos que el año anterior.

Todo ello desprende del Informe de Consumo Alimentario en España 2018, presentado esta mañana por el ministro de Agricultura en funciones, Luis Planas, en la sede del Ministerio de Agricultura, en Madrid. Sumadas las categorías aceite de oliva, aceite de oliva virgen y aceite de oliva virgen extra, la cuota en volumen es del 64,9%, mientras que su proporción en valor alcanza el 85,6%.

Respecto al consumo per cápita, si lo analizamos por calidades, vemos que el más consumido es el aceite de oliva, con una ingesta media de 3,83 litros/persona/año, le sigue el aceite de girasol, cuyo consumo per cápita es de 3,78 litros. Se intensifica con respecto al año 2017 el consumo per cápita de aceite de oliva virgen extra, llegando a una cantidad de 2,67 litros, y el virgen se queda en 1,25 litros/persona/año.

### Más presencia en los hogares

Según este informe, a lo largo de 2018 el aceite de oliva es el que más presencia tiene en los hogares españoles, con una participación en volumen del 32,1%, cantidad que apenas varía un 0,2% más



respecto al año anterior. En valor, su cuota es del 38,7%, lo que esto supone una caída del 6,5% respecto al año anterior, situación que viene motivada por la caída de precios que ha sufrido este producto.

Por su parte, el virgen extra ocupa el segundo lugar entre los aceites de oliva con mayor cuota de volumen entre los hogares españoles, aumentando en 2018 un 7,2% hasta alcanzar los 22,4 puntos porcentuales. En valor su porcentaje sobre el total es mayor, llegando al 33,1%, y un crecimiento del 2,5% en comparación con 2017.

Finalmente, el aceite de oliva virgen se posiciona como la variedad con menor volumen dentro del grupo de los aceites de oliva (10,5%) a pesar de haber sido el que ha experimentado un mayor crecimiento con respecto al periodo previo de estudio (+9,2%). Su cuota en valor crece en menor proporción (+3,8%) y es de un 13,8%.

### Distribución

El canal supermercados y autoservicios es el canal principal en la compra de total aceite con el 49,3% de los litros. Su tendencia en este año sin embargo es negativa (-1,1%), al igual que para la tienda de descuento, cuyo volumen llega a decrecer un 11,1% hasta situarse en una cuota del 15,6%. Contrariamente, el hipermercado destaca por su buena evolución en este año (+13,4%), siendo su participación sobre el total de los litros del 24,0%, es decir casi 1 de cada 4 litros de aceite a cierre de año 2018 se compró en este tipo de establecimientos.

% Evolución 2018 vs 2017	Valor	Volumen
TOTAL ACEITE	-1,5	2,3
AO Virgen	3,8	9,2
AOVE	2,5	7,2
Aceite Oliva	-6,5	0,2
Aceite de girasol	0,1	1,4
Aceite de maíz	4,00	-1,1
Otros aceites	1,8	-11,4
Aceite de orujo	-24,3	-27,3

Lien article :

<https://www.olimerca.com/noticiadet/clara-apuesta-del-consumidor-por-los-aceites-de-oliva-virgenes/39363e7d8cbd78ccbf40f860f1da7574>

