

## 2019: Un año importante para el aceite de oliva virgen extra

El Ministerio de Agricultura acaba de presentar en el día de hoy su informe anual relativo al consumo alimentario 2019, y dentro del conjunto de todo el sector agroalimentario, en dicho informe se recoge como el consumo doméstico de total aceites en el 2019 muestra un ajuste a la baja en volumen con respecto al año 2018 en -1,9%. Este descenso se intensifica en términos de facturación, con una evolución negativa de 14,2%, como resultado de la fuerte contracción del precio medio de la categoría aceites (-12,6%), cerrando el año en 2,52 € por litro.

En dicho análisis se aprecia un descenso en el largo plazo en el volumen de compra de aceite desde el año 2008 siendo 2017 el año más bajo para la categoría; mientras que en 2019 decrece un 11,6%. La caída viene provocada especialmente por los aceites de oliva en todos sus tipos, así como en los otros aceites pese al repunte de los años 2012-2017. El aceite de girasol es el único tipo que experimenta un incremento positivo en su demanda en el largo plazo 2008-2019 con una variación del 5,8.

Evolución mensual de total gasto (miles €) y total compras (miles l)		
	Consumo doméstico de Total Aceite	% Variación 2019 vs. 2018
VOLUMEN (Miles l)	536.956	-1,9%
VALOR (Miles €)	1.354.787,5	-14,2%
CONSUMO x CÁPITA (l)	11,64	-2,9%
GASTO X CÁPITA (€)	29,37	-15,1%
Parte de mercado Volumen (%)	1,87	-1,5%
Parte de mercado Valor (%)	1,95	-15,4%
PRECIO MEDIO (€/l)	2,52	-12,6%



% Evolución 2019 vs 2018	Valor	Volumen
TOTAL ACEITE	-14,2%	-1,9%
A.O VIRGEN	-52,9%	-43,2%
A.O VIRGEN EXTRA	-1,3%	13,1%
A. OLIVA	-14,2%	5,4%
ACEITE DE GIRASOL	-4,6%	-3,8%
ACEITE DE MAIZ	-22,9%	-20,7%
OTROS ACEITES	-9,7%	-21,1%
ACEITE DE ORUJO	-39,8%	-25,3%

### El rey del hogar: el aceite de oliva

Respecto al comportamiento del consumo en los hogares españoles siguen siendo los aceites de oliva los de mayor demanda. El porcentaje agrupado de los tres tipos (aceite de oliva, aceite de oliva virgen y aceite de oliva virgen extra), obtiene una cuota en volumen del 66,3% siendo su proporción en valor del 84,4%. Por su parte, el que cuenta con mayor presencia durante el 2019 es el aceite de oliva con una participación en volumen del 34,4%, 5,4% más con respecto al año anterior. De igual manera, su proporción en valor es la mayor, con una cuota actual del 38,7% que varía con respecto al periodo previo de estudio un 14,2% en negativo.

El aceite de oliva virgen extra es el siguiente con mayor cuota de volumen dentro de los aceites de oliva, que en 2019 ha experimentado un fuerte incremento en volumen en un 13,1% hasta cubrir los 25,8 puntos porcentuales. En valor su porcentaje sobre el total es mayor abarcando el 38,2%, pese a su evolución de -1,3% en comparación con 2018.

Finalmente, el aceite de oliva virgen se posiciona como la variedad con menor volumen dentro del grupo de los aceites de oliva (6,1%), con evolución negativa tanto en volumen como en valor, con una variación de -43,2% en volumen y -52,9% en valor, siendo el 7,6% del consumo de aceites.

Después de los aceites de oliva, por orden de importancia, nos encontramos el aceite de girasol con un porcentaje del 31,0% sobre



el total de los litros, y en tercer lugar se encuentra el conglomerado de “otros aceites” con una cuota del 2,0%. Por último, está el aceite de orujo con el 0,7% de los litros y el aceite de maíz con el 0,1% restante.

### **Consumo per cápita de los tipos de aceite**

En el análisis del consumo per cápita en 2019 se observa una caída del 2,9%, situándose en los 11,64 litros, respecto al año 2018. De entre las diferentes variedades de aceite, el más consumido es el aceite de oliva, con una ingesta media de 4,01 litros, le sigue el aceite de girasol, cuyo consumo per cápita es de 3,61 litros. El consumo per cápita de aceite de oliva virgen extra se intensifica en 11,9% con respecto al año 2018, llegando a una cantidad de 3,00 litros.

### **Evolución de los precios medios**

En el año 2019, los precios medios del aceite cayeron fuertemente, cerrando en 2,52 €/litro, un 12,6% más bajo que en los doce meses previos, resultado de la merma en el precio medio de todos los canales de distribución. El canal con el precio medio más alto es la tienda tradicional: 3,35 €/litro, el cual ha disminuido un 16,8% en este año, siendo un 32,7% más alto que el precio medio del mercado. Por el contrario, es la tienda descuento la que registra el precio medio más bajo, que además es la que más lo ha reducido (-17,4%) hasta situarse en los 2,20 €/litro (0,32 €/litro menos que el precio medio de la categoría). Otros que también han visto reducido su precio medio en una proporción similar son el hipermercado, el supermercado y el e-commerce (-13,2% -13,3% y -14,2% respectivamente).

Lien article :

<https://www.olimerca.com/noticiadet/2019-un-ano-importante-para-el-aceite-de-oliva-virgen-extra-1d0e52a459b451803b6aca588b91bf42>

