



Según los datos del Panel de Consumo

Los hogares españoles incrementan en un 3,3 por ciento el consumo de aceite en 2013

- El consumo per cápita durante el pasado año se situó en 13,56 litros por persona y año
- La compra de este producto supone el 2,19 por ciento del presupuesto de alimentación en el hogar
- El 68,7 por ciento del consumo es de la variedad oliva, mientras que el 27,4 por ciento es de girasol
- Las CCAA de Galicia, Canarias, Cantabria y Asturias son las que más consumen la variedad Oliva Oliva, mientras que Andalucía, Madrid, Cantabria y País Vasco destacan en el consumo de la variedad Oliva Virgen

21 de abril de 2014. El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha elaborado un estudio sobre el consumo del aceite en los hogares españoles, en el que se constata el incremento del 3,3 por ciento en el consumo de este producto en 2013, con un volumen total de 615.634.420 litros.

De esta forma, el consumo per cápita durante el pasado año se situó en 13,56 litros por persona y año, con una clara tendencia hacia el aceite de oliva, que supuso el 68,7 por ciento del consumo, frente al de girasol con un 27,4 por ciento.

CONSUMO POR PERSONA (AÑO MÓVIL DICIEMBRE 2013)

	TOTAL ACEITE	T. ACEITE DE OLIVA	A. OLIVA VIRGEN	A. OLIVA OLIVA	ACEITE DE GIRASOL	ACEITE DE SEMILLA	ACEITE DE ORUJO	RESTO ACEITE*
CONSUMO PER CÁPITA (Lts.)	13,56	9,31	4,09	5,22	3,72	0,39	0,12	0,04



También aumentó notablemente el gasto en un 19,1 por ciento, debido a la subida del precio medio, alcanzando un valor total de 1.517.754.370 euros. Así, la compra de aceite supuso, durante el pasado año, el 2,19 por ciento del presupuesto dedicado a la alimentación en el hogar.

MERCADO DE ACEITE (AÑO MÓVIL DICIEMBRE 2013)

	TOTAL ACEITE (Doméstico)	% Variación vs. año anterior
VOLUMEN (Miles Lts)	615.634,42	3,3%
VALOR (Miles €)	1.517.754,37	19,1%
CONSUMO X CAPITA	13,56	4,8%
GASTO X CAPITA	33,42	20,8%
PARTE MERCADO VOLUMEN Lts	2,00	0,0
PARTE MERCADO VALOR	2,19	0,3
PRECIO MEDIO (€/Lts)	2,47	15,3%

CONSUMO POR VARIEDADES

Del estudio se desprende que es la **variedad Oliva, Oliva** la más consumida en los hogares, con un 38,5 por ciento del total del aceite, si bien es la que más ha acusado el descenso en el consumo per cápita con respecto al año anterior, con una disminución del 6,8 por ciento.

Los hogares que más han consumido esta variedad son los formados por parejas con hijos mayores, parejas adultas sin hijos y retirados. Por Comunidades Autónomas son las de Galicia, Canarias, Cantabria y Asturias las más consumidoras de este tipo de aceite.

El Aceite de Oliva Virgen es la segunda variedad con más presencia en los hogares españoles, con un incremento de consumo per cápita del 12,1 por ciento, lo que supone un consumo medio de 4,09 litros por persona y año.

El perfil del hogar que más consume esta variedad es de parejas adultas sin hijos o con hijos mayores, además de los retirados. Son hogares situados en



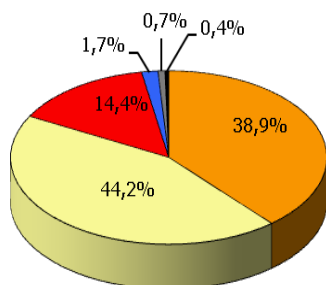
ciudades grandes, de más de 100.000 habitantes. Las Comunidades Autónomas con mayor consumo de este aceite son Andalucía, Madrid, Cantabria y País Vasco.

En tercer lugar se encuentra el **aceite de girasol**, que también ha experimentado un incremento en el consumo de un 9,7 por ciento en 2013, con una media per cápita de 3,72 litros por persona y año.

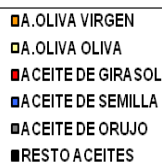
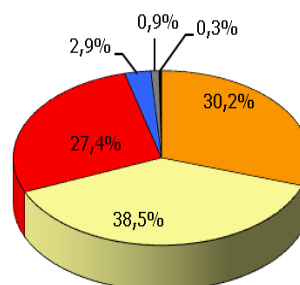
El consumo de esta variedad destaca en los hogares constituidos por parejas adultas con hijos de edad media y mayores, que habitan en poblaciones pequeñas de hasta 10.000 habitantes. Las comunidades Autónomas más consumidoras de aceite de girasol son Galicia, Castilla y León y Cantabria.

IMPORTANCIA DE LOS TIPOS DE ACEITE (AÑO MÓVIL DICIEMBRE 2013)

% Valor (Euros)



% Volumen (Lts.)



HÁBITOS DE COMPRA

Según el estudio, el 92,1 por ciento del aceite que se compra para el consumo doméstico, se adquiere en el canal dinámico (Hiper, Super y Tienda descuento), siendo el Súper el único canal que incrementó sus compras de aceite en un 10,1 por ciento.

El resto de los canales presentaron descensos en las compras de aceite, especialmente la tienda tradicional donde disminuyó un 24,3 por ciento.