

FUERTE DESCENSO DEL CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA

■ ESTEBAN LOPEZ PLAZA

PERIODISTA

El consumo de aceite de oliva en España mantiene una sensible tendencia a la baja, que se inició con fuerza en 1994, se mantuvo en 1995 y parece seguir la misma tónica en 1996, al menos con los datos disponibles de los primeros meses del año.

La mayor parte de los análisis apuntan como factor decisivo en esta evolución el espectacular incremento de precios: un 15% en 1994, más del 35% en 1995 y nuevas subidas en 1996.

Los últimos datos anuales completos, relativos a 1995, reflejan un descenso del consumo de un 12% respecto al año anterior, mientras que en 1994 ya había bajado casi un 11% en relación a 1993.

El volumen total de compras en 1995 fue de 402 millones de litros de aceite de oliva, lo que arroja un consumo medio por persona al año de 10,2 litros, frente a los 456 millones de litros y un consumo de 11,5 litros por persona del año anterior.

En 1993, el consumo por persona era de 12,8 litros, con un descenso en tan sólo dos años de más de 2,5 litros por persona. En el mismo periodo de tiempo, el aceite de girasol –principal competidor del aceite de oliva– pasó de un consumo de 8,9 litros por persona y año a 8,7 litros, lo que demuestra que no existe trasvase de consumo entre un aceite y otro.

CONSUMO DOMESTICO

En cuanto al consumo realizado en los hogares, que concentra el 90% del total, durante 1995 generó unas compras de 360,5 millones de litros de aceite de oliva, con un gasto total de 169.000 millones de pesetas. En relación con 1994, el volumen de compras desciende un 12% –casi 50 millones de litros menos–, mientras el gasto total se incrementó en unos 28.000 millones de pesetas, con un aumento del 20%, debido al espectacular incremento de los precios.

De los datos de 1995 se desprende un consumo medio nacional realizado en los hogares de 9,2 litros por



persona y año; mientras que el análisis geográfico del consumo refleja un comportamiento generalizado a la baja en todas las comunidades autónomas, aunque algunas zonas mantienen niveles de consumo superiores a la media nacional, como la zona Noreste, con 10 litros; Norte, con 9,9 litros; Andalucía y Noroeste, con 9,7 litros; y Castilla y León, con 9,5 litros. Con consumos inferiores a la media nacional se sitúan la zona Centro-Sur, con 8,9 litros por persona; y Canarias, con 7,7 litros; mientras que la Comunidad Valenciana y Murcia, con 7 litros, se sitúan en último lugar.

El tamaño del hábitat sigue teniendo una influencia considerable en el consumo de aceite de oliva y aunque se ha producido un descenso generalizado a todos los niveles, las poblaciones de menos de 2.000 habitantes tienen un consumo superior a la media nacional, con 10,8 litros por persona; mientras que los núcleos de 2.000 a 10.000 habitantes y las ciuda-

des de 100.000 a 500.000 habitantes se sitúan en torno a la media nacional.

LUGAR DE COMPRA

Los hogares siguen realizando las compras de aceite de oliva mayoritariamente en los supermercados e hipermercados, donde se adquiere el 71,5% del total, aunque se detecta un gran retroceso de los supermercados en favor de los hipermercados, que han pasado de canalizar el 28,6% de las ventas en 1994 al 34% en 1995, mientras que los supermercados y autoservicios –que en 1994 controlaban el 44% de las ventas totales– descienden por debajo del 37,5% en 1995.

Este trasvase de compras en favor del hipermercado resulta más evidente si se tiene en cuenta que en 1989 su cuota era tan sólo del 12% y los supermercados controlaban en ese año prácticamente el 50% del total.

El factor precio, las ofertas permanentes de marcas de prestigio y la incidencia cada vez mayor de las marcas blancas, explican el continuo aumento de cuota de mercado de los hipermercados.

Aceite de Oliva

CUADRO Nº 1

CONSUMO TOTAL DE ACEITES EN ESPAÑA. CANTIDADES COMPRADAS EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR

	HOGARES (MILL./LITROS)	HOSTELERIA Y RESTAURACION (MILL./LITROS)	INSTITUCIONES (MILL./LITROS)	TOTAL COMPRADO (MILL./LITROS)	TOTAL POR PERSONA (LITROS)	% HOGAR SOBRE TOTAL	% HOSTEL. SOBRE TOTAL	% INSTIT. SOBRE TOTAL
1994								
TOTAL ACEITES	715,332	110,618	35,268	861,218	21,814	83,06	12,84	4,10
ACEITE DE OLIVA	409,117	39,701	7,355	456,174	11,554	89,68	8,70	1,61
ACEITE GIRASOL	245,784	61,273	27,260	334,317	8,468	73,52	18,33	8,15
OTROS ACEITES	60,429	9,644	0,652	70,725	1,791	85,44	13,64	0,92
1995								
TOTAL ACEITES	656,018	112,236	35,462	803,716	20,452	81,62	13,96	4,41
ACEITE DE OLIVA	360,592	34,667	6,818	402,077	10,232	89,68	8,62	1,70
ACEITE GIRASOL	247,005	67,720	28,255	342,980	8,728	72,02	19,74	8,24
OTROS ACEITES	48,420	9,849	0,389	58,658	1,493	82,55	16,79	0,66

FUENTE: MAPA

CUADRO Nº 2

CONSUMO DE ACEITE EN HOGARES (LITROS POR PERSONA EN 1995)

	TOTAL ACEITES	ACEITE OLIVA	ACEITE GIRASOL	OTROS ACEITES
NORESTE	16,26	10,13	5,12	1,00
LEVANTE	14,35	7,05	5,32	1,99
ANDALUCIA	16,20	9,72	5,14	1,34
CENTRO-SUR	15,10	8,95	5,29	0,86
CASTILLA Y LEON	20,75	9,54	10,01	1,20
NOROESTE	21,72	9,70	11,06	0,97
NORTE	20,07	9,91	8,85	1,32
CANARIAS	13,08	7,76	3,28	2,05
TOTAL ESPAÑA	16,80	9,24	6,33	1,20

FUENTE: MAPA

CUADRO Nº 3

CONSUMO DE ACEITE EN HOGARES. VALOR DEL GASTO (MILL. DE PESETAS EN 1995)

	TOTAL ACEITES	ACEITE OLIVA	ACEITE GIRASOL	OTROS ACEITES
NORESTE	47.693	39.397	5.745	2.550
LEVANTE	22.176	16.177	3.556	2.442
ANDALUCIA	38.894	31.463	5.063	2.367
CENTRO-SUR	40.479	32.875	5.698	1.905
CASTILLA Y LEON	16.086	11.571	3.520	993
NOROESTE	24.118	17.115	5.626	1.376
NORTE	21.568	16.020	4.096	1.451
CANARIAS	5.570	4.332	732	505
TOTAL ESPAÑA	216.588	168.954	34.041	13.593

FUENTE: MAPA

CUADRO Nº 4

CUOTA DE MERCADO POR ESTABLECIMIENTOS (% SOBRE TOTAL GASTO HOGARES EN 1995)

	TOTAL ACEITES	ACEITE OLIVA	ACEITE GIRASOL	OTROS ACEITES
T. TRADICIONAL	13,75	13,74	12,20	17,76
SUPERMERCADOS	40,76	37,43	51,85	54,34
HIPERMERCADOS	32,94	33,99	31,86	22,61
COMPRA DIRECTA	2,14	2,74	0,00	0,00
OTRAS	10,41	12,10	4,08	5,38

FUENTE: MAPA

Por su parte, las tiendas tradicionales mantienen su cuota en torno al 14%, debido sobre todo a su mayor protagonismo en las zonas rurales.

Cabe destacar la elevada cuota de mercado en aceite de oliva que mantienen los establecimientos no convencionales, como cooperativas o compra directa al productor, que en conjunto representan un 8% del total. Una situación que se justifica porque en este sector el 70% de la producción está controlada en origen por cooperativas, que disponen de numerosos centros de venta ubicados en las principales zonas de producción, donde los consumidores acuden a efectuar sus compras directamente. ■