

Semillas oleaginosas



Junto con el aceite de oliva y las grasas animales, los aceites de semillas oleaginosas cubren las necesidades mundiales de aceites y grasas. La gran ventaja de los aceites de semillas oleaginosas es que, además de grasas, producen proteínas. Hace años estas proteínas eran consideradas solamente un subproducto de la obtención de aceites vegetales a partir de oleaginosas, pero hoy es indiscutible que tienen gran importancia para la formulación de piensos con los que alimentar las ganaderías intensivas.

Según las estimaciones del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino (MARM), la producción de las semillas y frutos oleaginosos creció en el año 2008 un 15%, gracias principalmente al auge del cultivo del girasol

Así, la superficie cultivada de girasol se situó en 724.700 hectáreas, un 20,6% más que en la campaña anterior, mientras

que la de colza se redujo un 30% y la soja se situó en 200 hectáreas en el total del Estado, unas 400 menos que en la campaña anterior.

Con respecto a las producciones, en el pasado ejercicio se recogieron 822.000 toneladas de girasol, lo que supuso un aumento del 17% con respecto a la cosecha del año anterior.

Asimismo, la producción nacional de colza se elevó hasta 23.100 toneladas, un 30% menos, y la de soja ascendió a sólo 400 toneladas.

En los mercados nacionales, el aumento de la producción de girasol se tradujo en una caída de los precios.

En cuanto al comercio, la importación española de aceites y grasas alcanzó 1,33 millones de toneladas en 2008, lo que supone un 11,5% menos con respecto al año anterior, según datos de la Asociación Nacional de Fomento de Oleaginosas y su Extracción (Afoex). De la cifra total, 1,05 millones de toneladas correspondieron a aceites, que en volumen registraron un aumento del 18%. Los más demandados fueron los aceites de palma (407.767 toneladas), girasol (261.462 toneladas), coco y palmiste (94.296 toneladas) y soja (89.497 toneladas).

En cuanto a grasas, nuestro país importó 276.480 toneladas durante el pasado año, un 55% menos, y destacan por tipos la de cerdo (69.283 toneladas), margarina (59.689 toneladas) y sebos (54.135 toneladas).

Según los datos de Afoex, España importó 468.861 toneladas de granos de girasol (+3,1%), de las cuales 232.677 fueron

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES OLEAGINOSAS (MILES DE TONELADAS)

PRODUCTO	2005	2006	2007	2008*
GIRASOL	361	607	703,0	822,0
COLZA	5	9	32,5	23,0
SOJA	3	2	1,1	0,4

* Estimación.

FUENTE: Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

PRODUCCIONES DE GIRASOL EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (MILES DE TONELADAS)

	2005	2006	2007	2008*
MUNDO	31.066	29.130	30.000	26.840
UE	3.898	6.272	6.500	6.736
ESPAÑA	785	361	703	822

* Estimación. FUENTES: FAO, COCERAL y MARM.

PRODUCCIONES DE COLZA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (MILES DE TONELADAS)

	2006	2007	2008*
MUNDO	46.400	47.000	48.000
UE	15.927	18.141	18.952
ESPAÑA	9	32,5	23,3

* Estimación. FUENTES: FAO, COCERAL y MARM.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE GIRASOL POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (MILES DE TONELADAS)

CC AA	2006	2007	2008*
ANDALUCÍA	248,7	308,4	392,7
ARAGÓN	11,2	14,9	16,4
CASTILLA-LA MANCHA	110,9	135,5	154,3
CASTILLA Y LEÓN	207,9	211,7	223,3
CATALUÑA	8,2	6,6	8,2
EXTREMADURA	8,6	16,4	18,0
OTRAS CC AA	11,3	9,5	9,1
TOTAL ESPAÑA	606,8	703,0	822,0

* Estimación. FUENTE: Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE COLZA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (MILES DE TONELADAS)

CC AA	2006	2007	2008*
ANDALUCÍA	0,3	4,4	4,3
ARAGÓN	0,3	3,8	0,5
CASTILLA-LA MANCHA	1,3	4,7	2,2
CATALUÑA	3,4	5,1	2,6
CASTILLA Y LEÓN	0,2	12,6	11,8
OTRAS CC AA	3,5	6,6	1,9
TOTAL ESPAÑA	9,0	32,5	23,3

* Estimación. FUENTE: Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

destinadas para aceite, mientras que las exportaciones se situaron en 161.773 toneladas (+37,5%).

Nuestro país importó en 2008 un total de 3,28 millones de toneladas de habas de soja, un 20,2% más, y 3,93 millones de toneladas (-10,6%), principalmente de soja (3,38 millones de toneladas).

Asimismo, exportó 90.352 de aceite de girasol (+74,2%), de las cuales 81.407 toneladas fueron de aceite refinado, mientras que vendió 240.346 toneladas de aceite de soja (+20,4%), de las cuales 216.012 toneladas fueron de aceite bruto.

Como ya ocurriera en el año precedente, la producción de girasol en la UE-27 creció en el año 2008. Según los datos de la oficina estadística de la Comisión Europea, la producción se incrementó un 11% en volumen y un 22% en valor, gracias al incremento de los precios.

En la UE-27 se recogieron unas 6.736.000 toneladas, un 35%

más. Este incremento fue consecuencia principalmente del aumento de la superficie cultivada.

Por el contrario, el cultivo de la soja registró en el año 2008 un serio retroceso, después de varias campañas en las que la producción había crecido. En el conjunto de los 27 Estados miembros se produjeron 604.200 toneladas de soja, un 26% menos que en la campaña anterior. Al contrario que en el caso del girasol, se registró un descenso de la superficie sembrada.

En cuanto a la colza, continuando la tendencia al crecimiento de campañas pasadas, la producción comunitaria aumentó un 4% hasta situarse en 18.952.100 toneladas.

En este cultivo el aumento de la cosecha tuvo más que ver con un incremento de los rendimientos por hectárea, ya que la superficie cultivada se redujo ligeramente.

Por su parte, la producción mundial de semillas oleaginosas ascendió en 2008 a algo más de 163 millones de toneladas, con un incremento del 5% respecto a la campaña anterior.

La producción de girasol, soja y colza supone en torno al 80% de la producción mundial de estas semillas y el 20% restante corresponde a las producciones de semillas de algodón, cacahuete, lino oleaginoso, etc.

Es de destacar que Estados Unidos obtuvo en 2008 más del 45% de la soja mundial, porcentaje que previsiblemente irá aumentando si la Comisión Europea no decide incrementar las producciones proteicas en la UE para compensar el déficit de proteínas de origen animal surgido tras la prohibición de comercializar las harinas de carne.

En la actualidad es grande la dependencia de la UE respecto al suministro externo de tortas de oleaginosas, que junto con las harinas de pescado contribuyen al suministro de los productos proteicos consumidos por la ganadería comunitaria, que demanda al año casi 70 millones de toneladas de productos proteicos cuando la producción comunitaria no llega ni al 20% de esa cantidad.

Asimismo, también hay una nueva dependencia respecto a las oleaginosas foráneas para la obtención de biodiésel.

ACEITES DE SEMILLAS

Los granos de las oleaginosas, triturados y extraídos con disolventes orgánicos, tipo hexano y ciclohexano, proporcionan los aceites vegetales que más se consumen en el mundo.

Si exceptuamos los casos en los que por alguna razón el mercado se distorsiona, el precio del aceite de semillas es en torno a una cuarta parte más barato que el del aceite de oliva virgen. Por ello, estos aceites son muy demandados y con los años han mejorado sus características físicas para ser utilizados en freidoras domésticas y comerciales.

De todos estos aceites, el que menos aceptación tiene entre los consumidores españoles es el de colza, debido a que a principios de los años 80 del siglo XX se produjo una intoxicación alimentaria, ocasionada por el uso de aceites industriales de colza para adulterar el aceite de oliva.

No obstante, el aceite natural de colza es muy consumido en los países de nuestro entorno europeo y en el resto del mundo, constituyendo el segundo aceite vegetal en importancia.

En los últimos años, en España el aceite de colza se está utilizando también como biocarburante, hasta el punto de que la demanda para esta finalidad es mayor que para la alimentación humana.

El rendimiento en aceite de las principales oleaginosas depende de la especie y de la técnica extractiva. La soja propor-

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE SOJA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (MILES DE TONELADAS)

CC AA	2006	2007	2008*
EXTREMADURA	0,7	0,7	0,1
CASTILLA Y LEÓN	0,2	0,2	0,1
CATALUÑA	—	0,1	0,1
OTRAS CC AA	0,6	0,1	0,1
TOTAL ESPAÑA	1,5	1,1	0,4

* Estimación.

FUENTE: Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

PRODUCCIONES DE SOJA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (MILES DE TONELADAS)

	2006	2007	2008*
MUNDO	220.000	220.075	220.532
UE	1.310	820	604
ESPAÑA	2	1,1	0,4

* Estimación.

FUENTES: FAO, COCERAL y MARM.

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE OLEAGINOSAS Y PRODUCTOS DERIVADOS (MILES DE TONELADAS)

PRODUCTO	2005	2006	2007	2008
Importaciones				
HABAS DE SOJA	2.582	2.159	2.729	3.276
SEMILLAS DE GIRASOL	678	585	392	236
HARINA DE SOJA	31	40	44	54

FUENTE: Departamento de Aduanas.





ciona entre un 18% y un 20% de aceite, la colza entre el 41% y el 43% y el girasol entre el 41% y el 42%.

Actualmente se está trabajando en la obtención de variedades que den mejores rendimientos en aceite (porque el precio unitario del aceite es mayor que el de la torta proteica) y que tengan mejor composición química respecto a dichos aceites.

Los rendimientos en tortas proteicas, sin llegar a ser complementarios al 100% de los anteriores rendimientos aceiteros, resultan también elevados. Así, el rendimiento en torta de la soja oscila entre el 78% y el 79%, el de la colza entre el 56 y el 57%, el de girasol entre el 52% y el 53%, ya que esta última semilla tiene más pérdidas debido a la cáscara. Las tortas oleaginosas, bien directamente, bien molidas para formar harinas, se utilizan masivamente en la alimentación del ganado. Se han conseguido semillas de girasol con elevado contenido en ácido oleico, mediante ingeniería genética.

Asimismo, en EEUU se ha obtenido una soja genéticamente modificada en la que aumentan los ácidos oleico, palmítico y esteárico disminuyendo el ácido linoléico (ácido orgánico con 18 átomos de carbono y tres dobles enlaces, frente a un solo doble enlace que tiene el ácido oleico).

En los últimos años se está constatando que los ácidos oléico, linoico y linoleico son mejores cuando tienen la molécula enrollada (cis) que cuando está desplegada.

En colza se han conseguido variedades doble cero de muy bajo contenido en ácido erúxico que provoca trastornos gástricos en el hombre y, sobre todo, en el ganado, al que se le suministra la torta de colza como fuente de proteínas.

PROTEÍNAS VEGETALES

Las proteínas vegetales se obtienen a partir de pastos y cultivos forrajeros (principalmente alfalfa y trébol) y ésta es la fuente principal de abastecimiento para la ganadería extensiva.

Para los animales estabulados se utilizan los forrajes desecados, las leguminosas y las tortas de oleaginosas. Curiosamente, estas oleaginosas han llegado a producir proteínas vegetales desde orígenes botánicos muy diversos.

Así, la soja es una pequeña leguminosa, la colza es una crucífera parecida a la mostaza (está en estudio la utilización de varios tipos brásica para obtener aceites y tortas proteicas) y el girasol proviene de las cabezuelas de una compuesta del género *Helianthus*.

El haba de soja tiene un elevado contenido proteico, siendo rica en aminoácidos esenciales para el hombre y el ganado; contiene la semilla de soja un 35-36% de proteínas que se traduce en una riqueza proteica del 44-45% en las tortas y harinas.

El girasol y la colza tienen menos riqueza proteica. Las pipas de girasol pueden clasificarse en variedades negras, de alto contenido en aceite, y variedades blancas, que se utilizan como “snacks” y frutos secos, a veces tostadas con cáscara y a veces tostadas y peladas.

También cacahuets y avellanas proporcionan aceites y proteínas. Incluso el algodón, que posee unas semillas negras entre las fibras, también proporciona aceites y proteínas.

En definitiva, la producción de aceites y proteínas se encuentra asociada en muchos frutos y semillas, lo que hace que su planteamiento económico no sea concebible sin ambos aprovechamientos. ●



Aceites de semillas

El importante incremento de los precios de los aceites de semillas, en especial del aceite de girasol, ha afectado de manera directa a sus niveles de consumo. La mala cosecha de girasol en Estados Unidos y el incremento de la demanda mundial, tanto para consumo humano como para la producción de biocombustibles, unido a fuertes movimientos especulativos, han provocado que el precio del aceite de girasol aumentara durante el pasado ejercicio en un importantísimo 48%, pasando de 0,84 euros/litro a 1,24 euros/litro. Ese aumento de precios ha provocado una contracción de las demandas que puede calcularse en torno a un 9%. Los precios del aceite de maíz también han crecido de forma muy significativa, alrededor de un 12%, aunque ese incremento de precios no parece haber afectado a sus niveles de consumo, todavía poco importantes. Por su parte, los aceites de mezcla de se-



millas mantuvieron sus precios estabilizados o, incluso, registraron un ligero descenso del 1%. Según datos de la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles, el mercado español de aceite de girasol se situó en torno a las 310.000 toneladas, a las que hay que añadir otras 50.000 toneladas de los restantes aceites de semillas. El aceite de girasol constituye alrededor del 34% del total de aceites consumidos en nuestro país, mientras que el porcentaje de los otros aceites de semillas supone un 6%. Por su parte, la producción de harina de girasol se sitúa por encima de las 500.000 toneladas. La molturación de soja se encuentra por debajo de los 2 millones de toneladas, mientras que la producción de harina de soja supera 1,5 millones de toneladas. En la distribución moderna el aceite de girasol representa el 93,8% de todas las ventas de aceites de semillas en volumen y el 92,9% en valor. A mucha distancia aparecen los aceites de mezclas de semillas, con porcentajes del 4,9% y del 5,5%, respectivamente, y los aceites de maíz, con cuotas de apenas el 1% en volumen y el 1,3% en valor. Los restantes aceites de semillas tienen una presencia casi testimonial, ya que sus ventas suponen los restantes 0,3% y 0,4%. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y la fuerte penetración de capitales internacionales son los dos rasgos más característicos de la estructura que forman las empresas fabricantes y comercializadoras de aceites de semillas en nuestro país. Junto a esos grandes grupos aparecen también algunas importantes compañías de capital esencialmente español que tienen su origen en sectores afines, fundamentalmente en el aceite de oliva, y que aprovechan sus redes y su experiencia para ampliar sus posibilidades de negocio. La principal empresa envasadora de aceite de semillas presenta una producción de 88,5 millones de litros, de los que casi 78,8 millones de litros son de aceite de girasol. El segundo operador llega hasta los 50 millones de litros (96% de aceite de girasol), mientras que el tercero se queda en 39,1 millones de litros, todos de aceite de girasol. Cinco de las diez principales empresas de este sector se encuentran radicadas en Andalucía, mientras que las restantes se reparten entre las comunidades autónomas de Cataluña (2), Madrid (aunque con sus principales factorías en Andalucía), Navarra, Cataluña y Extremadura. ○

PRINCIPALES EMPRESAS ENVASADORAS DE ACEITE DE SEMILLAS

EMPRESA	MILES DE LITROS
SOS CUÉTARA, S.A.	88.488
SOVENA, S.A.	50.000
CARGILL OIL PACKERS, S.L.	39.100
ACEITES DEL SUR-COOSUR, S.A.	30.000
URZANTE, S.L.	16.000
IND. DEL SUROESTE, S.A.	13.810
ACEITES BORGES PONT, S.A.	13.000
OLEO MARTOS, S.L.	11.500
IDEAL, S.L.	10.800
COREYSA, S.A.	9.274

- Datos de 2008.

FUENTE: Alimarket.

COMERCIO EXTERIOR

Durante 2008, España importó alrededor de 468.000 toneladas de semillas de girasol y 3,3 millones de toneladas de semillas de soja. La mayoría de estas importaciones provienen de Rusia, Ucrania y Argentina. Aparte de éstas, también entraron en nuestros mercados algo menos de 50.000 toneladas de pipas de girasol destinadas al consumo directo, de las que el 61% provenía de Estados Unidos, el 15% de Argentina, el 13% de Israel y el restante 11% de China. Las empresas españolas de aceites de semillas deben garantizar-se el suministro de materia prima y, así, uno de los principales operadores del sector construyó durante el pasado ejercicio una molturadora de pipa de girasol en Brasil, siguiendo una tendencia que ya han aplicado la mayoría de las empresas líderes de este grupo. Las exportaciones de aceites de semillas de las empre-



sas españolas se situaron en torno a las 90.000 toneladas de aceite de girasol y a las 240.000 toneladas de aceite de soja. Las importaciones de aceite de girasol rondaron las 260.000 toneladas y mantienen una cierta atonía. También hay que reseñar la penetración, todavía incipiente, de algunas empresas provenientes de las zonas productoras de girasol, en especial de Rusia, para introducir directamente sus productos en España. ○

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Durante el año 2008, el consumo total de aceites que no son de oliva ascendió a cerca de 370,2 millones de litros y supuso un gasto próximo a 544,1 millones de euros. El mayor porcentaje de consumo se concentra en los hogares (50,9%), mientras que la restauración comercial supone el 42,2% y la restauración social y colectiva, el 6,9% restante.

En cuanto al gasto, el mayor porcentaje se registró en los hogares (47,8%), mientras que la restauración co-

mercial supuso el 45,6% y la restauración social y colectiva, el 6,6% restante.

En la estructura de consumo de los hogares, el aceite de girasol tiene una presencia notable (84,6%), el aceite de orujo alcanza el 3,4% y el resto de aceites que no son de oliva representa el 12% restante. En la restauración comercial, el aceite de girasol supone un 70,6%, el aceite de orujo el 3,6% y el resto de aceites que no son de oliva el 25,8% restante. En la restauración colectiva y social, el aceite de girasol representa un porcentaje muy elevado, que alcanza un 78,5%, el aceite de orujo el 3,5% y el resto de aceites que no son de oliva suponen el 18% restante.



Hogares

Durante el año 2008, los hogares españoles consumieron 188,3 millones de litros de aceites que no son de oliva y gastaron 260,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita se llegó a 4,18 litros de consumo y 5,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de girasol (3,5 litros por persona y año), seguido del aceite de semilla (0,44 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de girasol concentra el 80,8% del gasto, con un total de 4,68 euros por persona, seguido del aceite de semilla,



con un porcentaje del 11,9% y un total de 0,69 euros por persona al año.

En términos per cápita, el consumo de aceites que no son de oliva durante el año 2008 presenta distintas particularidades:

–Los hogares de clase baja y media baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media alta tienen el consumo más reducido.

–Los hogares sin niños consumen más cantidad de aceites que no son de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.

–Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceites que no son de oliva es superior.

–En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceites que no son de oliva es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.

–Los hogares formados por dos personas muestran los consumos más elevados de aceites que no son de oliva, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.

–Los consumidores que residen en municipios con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de aceites que no son de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 100.001 y 500.000 habitantes.

–Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares en el caso de retirados, adultos independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más

bajos tienen lugar entre los jóvenes independientes, las parejas con hijos pequeños y parejas jóvenes sin hijos

–Finalmente, por comunidades autónomas, La Rioja y Galicia cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia y Madrid.

En cuanto al lugar de compra, en 2008 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceites que no son de oliva a los supermercados (75% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 21%. Las otras formas comerciales concentran un 4% de la cuota de venta global.

Restauración, colectividades e instituciones

Durante el año 2008, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 181,9 millones de litros de aceites que no son de oliva y gastaron 283,8 millones de euros en estos productos. En la demanda extradoméstica de aceites que no son de oliva, el aceite de girasol representa un 71,7% del consumo y un 67,1% del gasto, el aceite de orujo el 3,6% del consumo y el 5,1% del gasto, y otros aceites que no son de oliva alcanzan el 24,7% del consumo y el 27,8% del gasto.

En la restauración comercial, el aceite de girasol representa un 70,6% del consumo y un 66,3% del gasto, el aceite de orujo el 3,6% del consumo y el 5% del gasto, y otros aceites que no son de oliva alcanzan el 25,8% del consumo y el 28,7% del gasto.

En la restauración colectiva y social, el aceite de girasol representa un 78,5% del consumo y un 72,3% del gasto, el aceite de orujo el 3,5% del consumo y el 5,6% del gasto, y otros aceites que no son de oliva alcanzan el 18% del consumo y el 22,1% del gasto.

En la restauración comercial, los bares y cafeterías concentran el 37% de la demanda de aceite de girasol, los restaurantes independientes el 34%, la restauración organizada el 22% y los hoteles el 7%.

Por áreas geográficas, la restauración comercial demanda el mayor volumen de aceite de girasol en Andalucía, Extremadura, Cataluña, Aragón, Baleares y Madrid.

La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de aprovisionamiento de aceite de girasol (alcanza una cuota del 48%), seguido del fabricante, con una cuota del 29,3%. El cash & carry alcanza una cuota del 12,8% y el librespervicio (hipermercado y supermercado) el 5,1%. El resto de canales de compra son menos significativos. ○

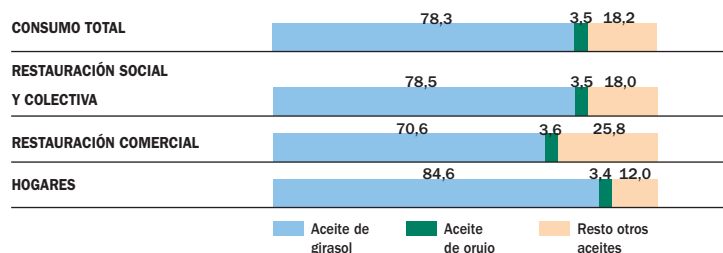
CONSUMO (MILLONES DE LITROS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN OTROS ACEITES EN ESPAÑA

2008

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto
TOTAL OTROS ACEITES	188,35	260,25	156,36	248,12	25,52	35,72	370,23	544,09
ACEITE DE GIRASOL	159,38	210,58	110,39	164,60	20,03	25,83	289,80	401,01
ACEITE DE ORUJO	6,34	13,95	5,63	12,37	0,90	2,00	12,87	28,32
RESTO OTROS ACEITES	22,63	35,72	40,34	71,15	4,59	7,89	67,56	114,76

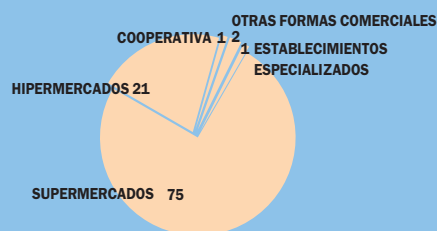
PARTICIPACIÓN DE OTROS ACEITES EN EL CONSUMO PORCENTAJE

2008



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE OTROS ACEITES POR FORMATOS PARA HOGARES PORCENTAJE

2008



CONSUMO (MILLONES DE LITROS/LITROS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS/EUROS) EN OTROS ACEITES DE LOS HOGARES

2008

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL	PER CÁPITA	TOTAL	PER CÁPITA
TOTAL OTROS ACEITES	188,35	4,18	260,25	5,79
ACEITE DE GIRASOL	159,38	3,54	210,58	4,68
ACEITE DE MAÍZ	2,74	0,06	4,73	0,11
ACEITE DE SOJA	0,06	0,001	0,09	0,002
ACEITE DE SEMILLA	19,83	0,44	30,90	0,69
ACEITE DE ORUJO	6,34	0,14	13,95	0,31



CONSUMO (MILLONES DE LITROS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN OTROS ACEITES DE LA RESTAURACIÓN COMERCIAL, COLECTIVA Y SOCIAL

2008

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
TOTAL OTROS ACEITES	156,36	248,12	25,52	35,72	181,89	283,84
ACEITE DE GIRASOL	110,39	164,60	20,03	25,83	130,43	190,43
ACEITE DE ORUJO	5,63	12,37	0,90	2,00	6,53	14,37
RESTO OTROS ACEITES	40,34	71,15	4,59	7,89	44,93	79,04

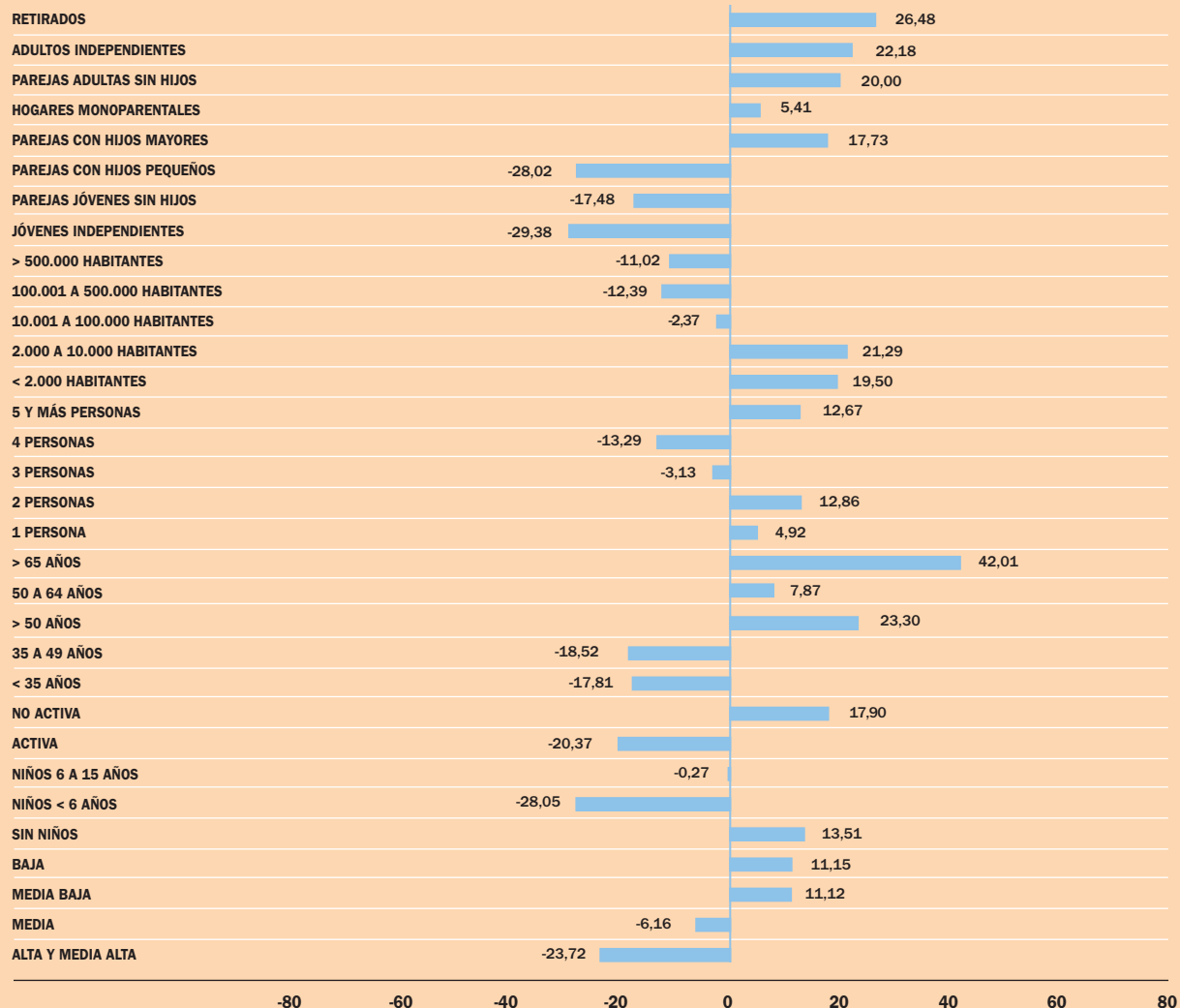


FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ACEITE DE GIRASOL EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL*

PORCENTAJE

2008

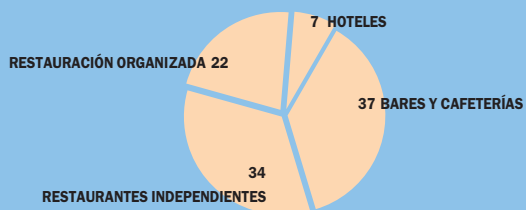


* Media nacional = 3,5 litros por persona

DEMANDA DE ACEITE DE GIRASOL POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

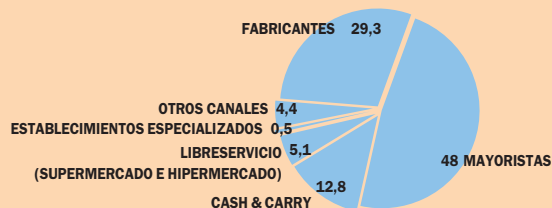
2008



FORMAS DE APROVISIONAMIENTO DE ACEITE DE GIRASOL EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

2008



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

Margarina



La margarina es producida en España por grandes grupos que normalmente son filiales de importantes compañías multinacionales y que acumulan una amplia oferta de productos alimentarios. Alemania, Reino Unido y Holanda registran los mayores niveles de producción de margarina dentro de la Unión Europea. En nuestro país, la principal empresa del sector alcanza una producción que ronda las 65.000 toneladas y controla alrededor del 70% de todas las ventas.

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Durante el año 2008, el consumo total de margarina ascendió a cerca de 40,9 millones de kilos y supuso un gasto próximo a 133,2 millones de euros. El mayor porcentaje del consumo se concentró en los hogares (81%), mientras que la restauración comercial supuso el 13,4% y la restauración social y colectiva, el 5,6% restante.

En cuanto al gasto, el mayor porcentaje se registró en los hogares (83,4%), mientras que la restauración comercial supuso el 11,8% y la restauración social y colectiva, el 4,8% restante.



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ACEITES Y MARGARINAS

EMPRESA	VENTAS MILL. EUROS
BUNGE IBÉRICA, S.A. *	1.931,73
SOS CUÉTARA, S.A. (GRUPO) *	1.408,89
UNILEVER FOODS ESPAÑA, S.A. *	591,30
MIGUEL GALLEGO, S.A. (MIGASA)	520,00
SOVENA ESPAÑA, S.A.	425,21
ACEITES DEL SUR-COOSUR, S.A. (GRUPO)	325,00
COOP. HOJIBLANCA *	283,67
ACEITES BORGES PONT, S.A. *	250,00
HERMANOS AYALA SOUSA, S.L. *	186,65
HIJOS DE YBARRA, S.A. (GRUPO) *	185,00

* Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.

- Datos de 2007.

FUENTE: Informe Anual Alimarket/2008.

En los últimos tiempos, las ventas de margarina han registrado un cierto repunte, debido a la presentación de toda una serie de ofertas funcionales que contribuyen a mejorar la salud de los consumidores. En un primer momento fueron las margarinas bajas en calorías, pero actualmente han aparecido en el mercado presentaciones que contribuyen a reducir el colesterol o con nutrientes o vitaminas que les confieren propiedades saludables. ●

Hogares

Durante el año 2008, los hogares españoles consumieron cerca de 33,1 millones de kilos de margarina y gastaron 111 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 0,74 kilos de consumo y 2,47 euros de gasto.

En términos per cápita, el consumo de margarina durante el año 2008 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase media baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de margarina, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de margarina es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de margarina es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de margarina, mientras que los índices más reducidos se registran en aquellos formados por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de entre 100.001 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de margarina, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (aquellos de menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares en el caso de adultos independientes, retirados, parejas adultas con hijos y hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los jóvenes independientes, las parejas jóvenes sin hijos y las parejas con hijos mayores.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias y Andalucía cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la



demanda más reducida se asocia a Aragón y Castilla-La Mancha.

En cuanto al lugar de compra, en 2008 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de margarina a los supermercados (71% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 24% y los establecimientos especializados llegan al 3%. Las otras formas comerciales suponen el 2% restante.

Restauración, colectividades e instituciones

Durante el año 2008, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 10,3 millones de kilos de margarina y otras grasas y gastaron 28 millones de euros en estos productos. En la demanda extradoméstica de margarina y otras grasas, la margarina representa un 75,4% del consumo y un 79% del gasto, mientras que otras grasas alcanzan el 24,6% del consumo y el 21% del gasto.

En la restauración comercial, la margarina representa un 69,1% del consumo y un 73,5% del gasto, mientras que las otras grasas alcanzan el 30,9% del consumo y el 26,5% del gasto.

En la restauración colectiva y social, la margarina representa un 96,6% del consumo y un 97% del gasto, mientras que las otras grasas alcanzan el 3,4% del consumo y el 3% del gasto.

En la restauración comercial, los bares y cafeterías concentran el 47% del consumo de margarina y otras grasas, los hoteles el 32%, los restaurantes independientes el 20% y la restauración organizada el 1% restante.

Por áreas geográficas, la restauración comercial demanda el

mayor volumen de margarina y otras grasas en Andalucía, Extremadura y Canarias.

La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de aprovisionamiento de margarina y otras grasas (alcanza una cuota del 58%), seguido del cash & carry, con una cuota del 22%, así como del libreservicio (supermercados e hipermercados), con una cuota del 12%. El fabricante presenta un porcentaje del 6%, y otras formas comerciales, el 2% restante. ○

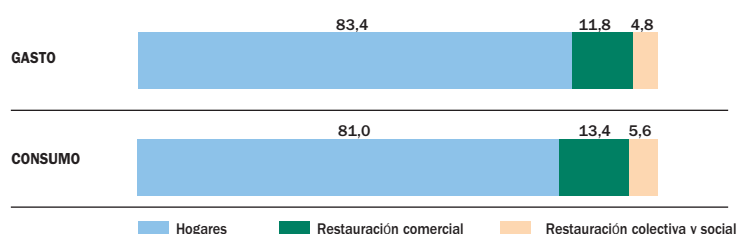
CONSUMO (MILLONES DE LITROS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN MARGARINA EN ESPAÑA

2008

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto
TOTAL MARGARINA	33,09	111,05	5,47	15,73	2,30	6,44	40,86	133,22

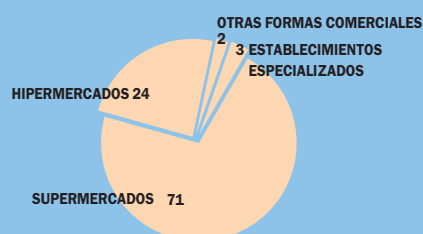
PARTICIPACIÓN EN EL GASTO Y EN EL CONSUMO DE MARGARINA PORCENTAJE

2008



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MARGARINA POR FORMATOS PARA HOGARES PORCENTAJE

2008



CONSUMO (MILLONES DE LITROS/LITROS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS/EUROS) EN MARGARINA DE LOS HOGARES

2008

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL	PER CÁPITA	TOTAL	PER CÁPITA
TOTAL MARGARINA	33,09	0,74	111,05	2,47
MARGARINA NORMAL	19,08	0,43	61,87	1,37
MARGARINA LIGHT	4,54	0,10	15,80	0,35
MARGARINA BAJA EN COLESTEROL	0,36	0,01	4,74	0,11
MARGARINA ENRIQUECIDA	9,11	0,20	28,64	0,64



CONSUMO (MILLONES DE LITROS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN MARGARINA Y OTRAS GRASAS DE LA RESTAURACIÓN COMERCIAL, COLECTIVA Y SOCIAL

2008

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
TOTAL MARGARINA Y OTRAS GRASAS	7,92	21,40	2,38	6,64	10,29	28,05
MARGARINA	5,47	15,73	2,30	6,44	7,76	22,17
OTRAS GRASAS	2,45	5,67	0,08	0,21	2,53	5,88

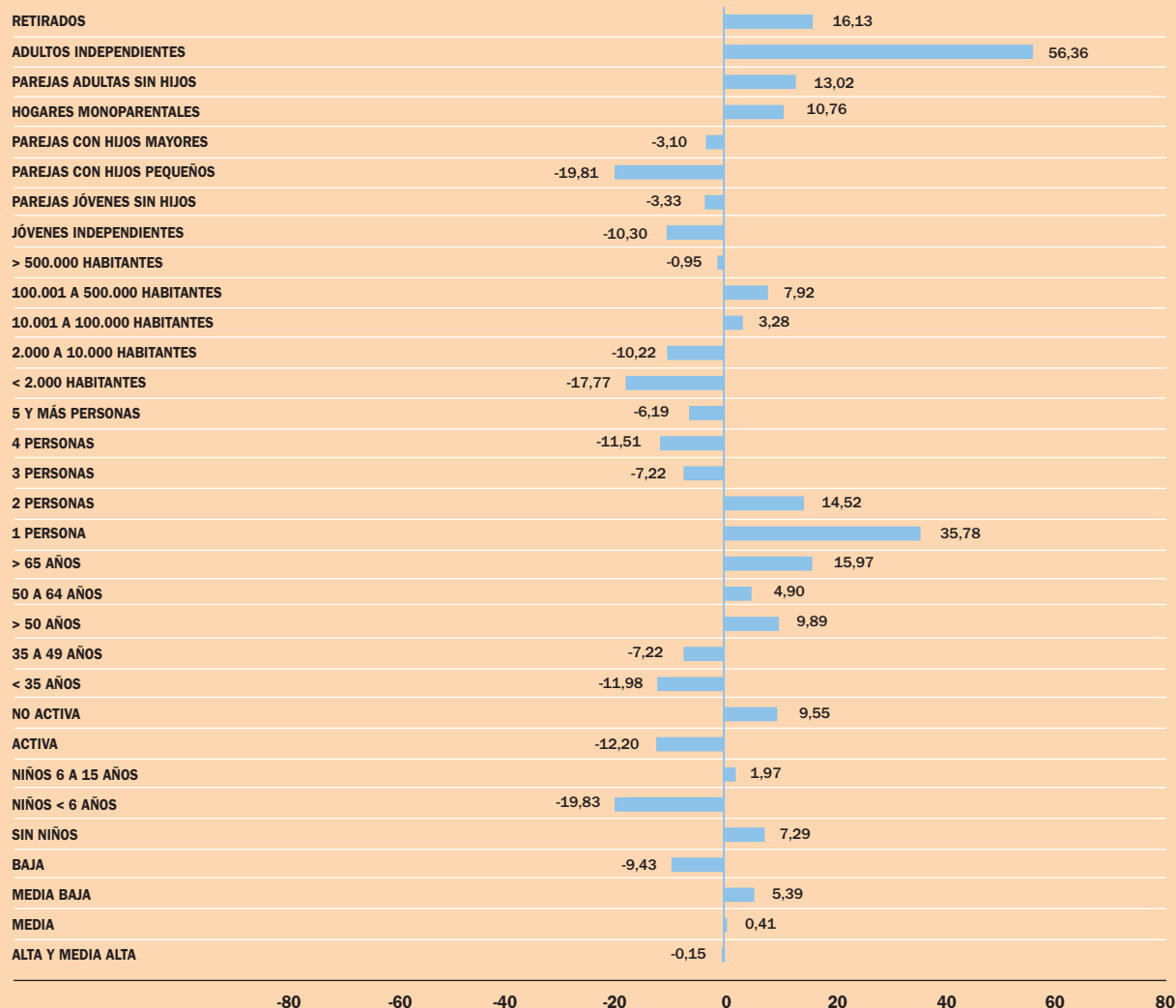


FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE MARGARINA EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL *

PORCENTAJE

2008

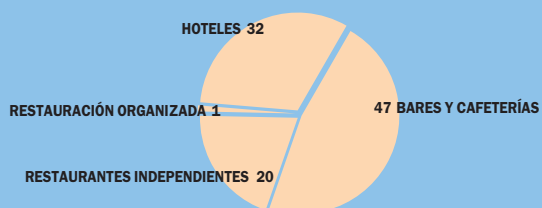


* Media nacional = 0,7 kilos por persona.

DEMANDA DE MARGARINA Y OTRAS GRASAS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

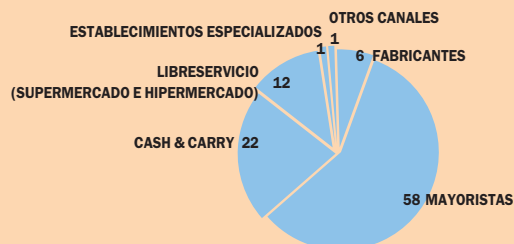
2008



FORMAS DE APROVISIONAMIENTO DE MARGARINA Y OTRAS GRASAS EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

2008



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.