

Los envasadores de aceite venden 481,5 millones de litros hasta septiembre, un 10% menos



Noticias

Según Anierac, la cuota de mercado del aceite de oliva virgen se sitúa en los 9 primeros meses del año en el 44,67 %; la del aceite de oliva "suave", en el 37,59 %; y la del aceite de oliva intenso, en el 17,74 %.

Las empresas envasadoras de aceites comestibles adheridas a la patronal Anierac vendieron 481,5 millones de litros de todas las categorías de este producto entre enero y septiembre de 2013, casi un 10 % menos respecto al mismo período del año anterior, según datos de esta entidad.

Por categorías, comercializaron 112,92 millones de litros de aceite de oliva vírgenes (-2,37 %); 139,84 millones de olivas (los refinados, con un -18,61 %); sumados ambos segmentos, 252,76 millones de litros, un -12,07 %.

Esta diferencia, que es de 34,7 millones menos, se debe a las menores ventas del suave (27,7 millones de litros menos que en 2012) y del virgen extra (10 millones menos), según Anierac.

Entre los vírgenes, las ventas fueron de 82,40 millones de litros para el "extra", un 10,89 % menos; mientras que el virgen hasta 2 grados alcanzó los 30,51 millones de litros (+31,64 %).

En los 9 primeros meses del año la cuota de mercado del aceite de oliva virgen se sitúa en el 44,67 %; la del aceite de oliva "suave", en el 37,59 %; y la del aceite de oliva intenso, en el 17,74 %.

Por su parte, las ventas de aceite de orujo de oliva sumaron en el citado período 10,28 millones de litros (-12,56 %).

Las de girasol, fueron de 181,55 millones de litros, un 9,46 % menos interanual, cifras que le consolidan como el aceite de semillas más vendido de España.

Crecieron las ventas de "mezcla de semillas" (34,32 millones de litros, un 5,69 % más); de aceite de maíz (1,11 millones de litros, un 28,73 % más) y, especialmente, las de la rúbrica "resto de semillas", con un +218,75 %, hasta 204.000 litros.

Retrocedieron un 28,19 % las de soja, con 1,24 millones de litros.

Respecto al mes de septiembre, salieron casi 27 millones de litros de aceite de oliva envasados, ha añadido la misma fuente.

La mayor cuota de mercado fue para el suave, con 9,5 millones de litros, seguida muy de cerca por el virgen extra, con 9,15 millones de litros; de intenso, 4,7 millones, y de virgen, 3,5 millones de litros.

Con el dato de septiembre se cierran las cifras correspondientes a la campaña de comercialización 2012-2013 (entre octubre de 2012 y septiembre de 2013), con unas ventas de 336,6 millones de litros, un 11,14 % menos frente a la anterior.

La única categoría que mejoró en ese período fue la del virgen, que supera los 40 millones de litros, con un crecimiento de 11,6 millones de litros (+40,03 %).

La categoría "suave" suma 127 millones de litros con una pérdida del 20,86 % frente a la campaña pasada; el intenso ha perdido 10,4 millones de litros (-15,45 %) entre octubre del año pasado y septiembre de 2013.

El virgen extra también ha disminuido sus ventas en casi 10 millones de litros en ese mismo período (-8,12 %): en la campaña 2012/2013 casi 112 millones de litros frente a 121,8 millones de litros de la anterior.

Redacción