

ACEITES DE SEMILLAS

El sector industrial del aceite de semillas envasado registró en 2024 un aumento del volumen comercializado. Ese año aumentaron sensiblemente las importaciones y descendieron las exportaciones.

Los aceites vegetales de semillas son aquellos que proceden de frutos o semillas en condiciones que permiten obtener un producto bromatológicamente aceptable, obtenidos por extracción por procesos físicos, mediante acción mecánica o disolución por disolventes.

Estos aceites no pueden destinarse al consumo si previamente no han sido sometidos a un proceso de refinación. Los aceites vegetales se pueden comercializar bajo el nombre de la semilla de la cual proceden, siendo los más consumidos el refinado de girasol; el refinado de soja; el refinado de germen de maíz y el refinado de pepita de uva.

También se puede comercializar con el nombre de aceite de semillas el elaborado con la mezcla de dos o más aceites procedentes de las semillas antes mencionadas, según los datos de la Asociación Industrial de Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERAC).

Estos aceites también se pueden distribuir con la denominación genérica “aceite de semillas”, cuando el aceite esté constituido por la mezcla de dos o más aceites procedentes de las semillas antes mencionadas.

En España, la valorización de los aceites de semillas resulta bastante difícil. El comportamiento del aceite de

girasol en el mercado español constituye la contrapartida de lo que ocurre con el aceite de oliva: cuando este último incrementa sus ventas, las del otro disminuyen y a la inversa.

Según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el INE, se produjeron en 2024 un total de 520.278 toneladas de aceites de semillas. De este volumen, 74.084 toneladas eran aceite de girasol; 27.587 toneladas eran aceite de colza y 72.173 toneladas, aceite de palma. El resto (346.434 toneladas) eran aceites de soja, algodón, copra, etc. Respecto a la producción del año anterior, descendió considerablemente la producción de otros aceites, pero aumentó la de girasol y colza.

En libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 m²), el valor de las ventas de aceites de semillas llegó en 2024 hasta los 203,8 millones de litros, con un valor de 353 millones de euros, según estimaciones de la consultora Circana. Con respecto al año anterior, se produjo un aumento del volumen comercializado, pero no del valor (que había crecido mucho un año antes).

Dentro del libre servicio, según los datos de la consultora Circana, la marca de distribuidor (MDD) acaparó en 2024 el 72,1% de la cuota en volumen y el 65,5% en valor. Ambos porcentajes fueron menores que los del año anterior.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y el predominio de grandes grupos multinacionales constituyen los dos rasgos principales del sector empresarial español de aceites de semillas.

La empresa del sector que más aceite comercializó en el mercado nacional (136.065 litros) facturó ese año más de 983 millones de euros (incluidas las ventas de otras producciones, no sólo las de aceites de semillas).

La segunda empresa del sector facturó 510 millones de euros y la tercera por comercialización, 320 millones (en ambos casos, también están incluidas las ventas de otros productos). Todas estas empresas vieron aumentada sensiblemente su facturación en el año 2024.

COMERCIO EXTERIOR

Desde hace años, el comercio exterior está sirviendo para facilitar la comercialización de los excedentes de producción que no se venden en el mercado interno.

PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE SEMILLAS ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Sovena, S.A.	136.065
Aceites Abril, S.L.	56.925
Urzante, S.L.	48.500
F. Faiges, S.L.	35.900
Grupo Ybarra-Migasa	32.800
Deoleo, S.A.	22.749
Aceites Málaga S.L	18.672
Grupo Borges	15.501
Coreysa, S.A	15.000
Aceites Albert, S.A	13.990

FUENTE: ALIMARKET. Año 2024.

Durante 2024 las empresas exportaron algo más de 670.000 toneladas de aceites de semillas (girasol, colza, soja, lino, maíz y sésamo), un volumen inferior al del año precedente, según datos de Comercio.

Más concretamente, la exportación de aceite de soja sumó 330.738 toneladas (un 2% menos que en el año anterior); la de aceite de girasol 259.718 toneladas (4% menos) y la de colza, a 24.708 toneladas, un 48,5% menos que un año antes. El principal mercado de destino de las exportaciones de aceites de semillas fue Francia, seguido por Reino Unido y Portugal.

CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES

Durante el año 2024, los hogares españoles consumieron 182,6 millones de litros de aceites que no son de oliva y gastaron 341,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,9 litros de consumo y 7,3 euros de gasto.

En cuanto a las importaciones, en 2024 éstas alcanzaron los 2 millones de toneladas, muy por encima del volumen de 2023. La principal partida importada fue la de aceites de girasol, con 996.821 toneladas, casi un 20% más que en el año anterior, seguida del aceite de palma (656.936 toneladas, con un descenso del 44%). También fue importante la importación de aceite de soja (294.367 toneladas, un 5% menos), de aceite de colza (150.980 toneladas) y de otros aceites como los de coco, almendra o incluso cacahuete.

El consumo más notable se asocia al aceite de girasol (3,5 litros por persona y año), seguido del aceite de orujo (0,3 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de girasol concentra el 73,4%, con un total de 5,4 euros por persona, seguido del aceite de orujo, con un porcentaje del 16,4% y un total de 1,2 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES DE LOS HOGARES, 2024

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL OTROS ACEITES	182,6	3,9	341,2	7,3
ACEITE DE GIRASOL	162,2	3,5	253,4	5,4
ACEITE DE MAÍZ	0,4	0,0	1,2	0,0
ACEITE DE SEMILLAS	6,4	0,1	27,9	0,6
ACEITE DE ORUJO	13,5	0,3	58,6	1,2



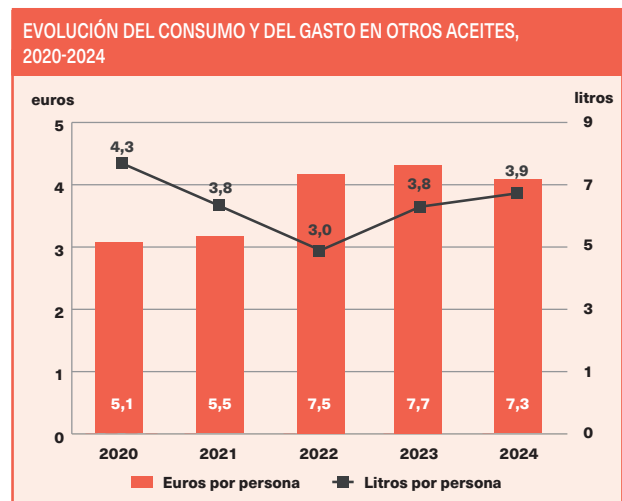
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceites que no son de oliva durante el año 2024 presenta distintas particularidades:

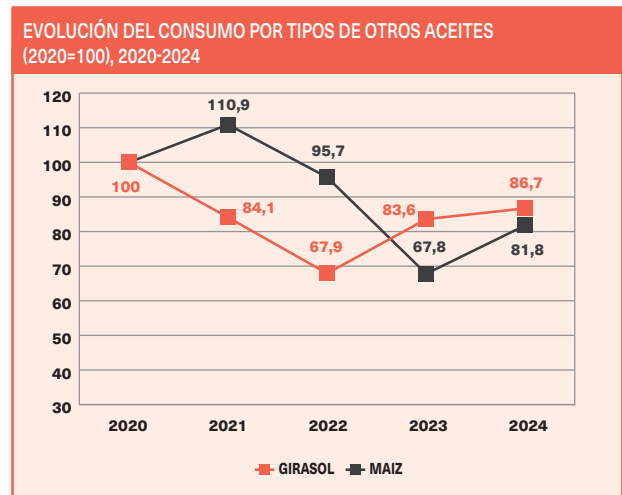
- Los hogares de nivel alto y nivel medio-alto cuentan con el consumo más reducido, mientras que los hogares de nivel bajo tienen el consumo más elevado.
- Los hogares sin niños/as consumen más cantidad de aceites que no son de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños/as 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 una persona 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 o más miembros.
- Los consumidores que residen en municipios inferiores a 2.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de aceites que no son de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los jóvenes independientes, las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, parejas con hijos mayores y los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Castilla y León, y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid.

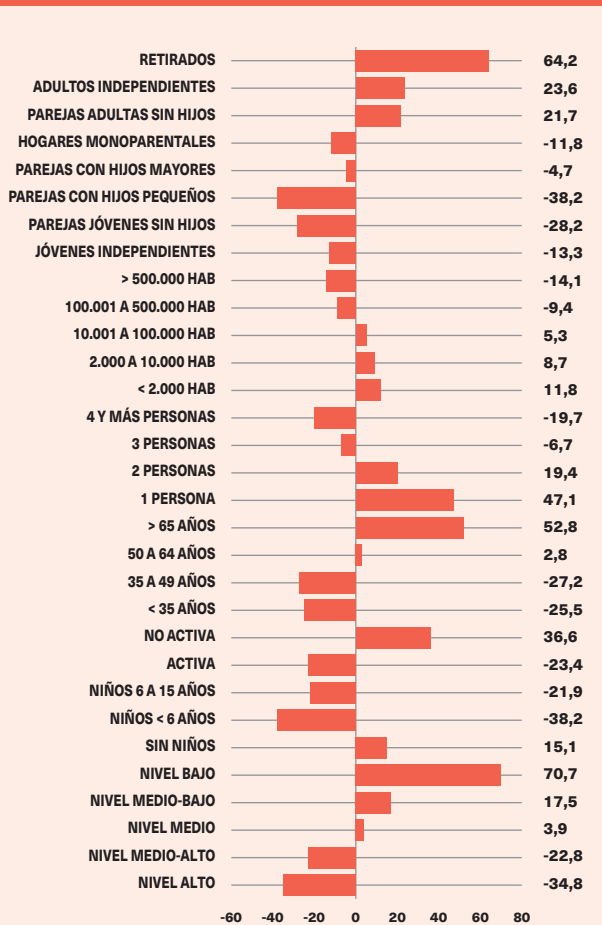
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos años, el consumo de aceites que no son de oliva ha experimentado distintas oscilaciones, con incrementos y disminuciones, que ofrecen un resultado final de ligera reducción. En cuanto al gasto, se ha incrementado progresivamente aunque en el año 2024 ha tenido un ligero retroceso. En el periodo 2020-2024, el consumo más elevado se cifra en 4,3 litros por persona en el año 2020, mientras que el mayor gasto tiene lugar en el ejercicio 2023 (7,7 euros por consumidor).



En la familia de aceites que no son de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2020-2024 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2020, el consumo de aceite de girasol y de aceite de maíz registran descensos.



**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE OTROS ACEITES
EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)***


* Media nacional = 3,9 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2024 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceites que no son de oliva a los supermercados (77,3% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 17,6%, seguido del comercio especializado, con 0,3%. El comercio electrónico con 2,1% y las otras formas comerciales con 2,7% completan la cuota restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE OTROS ACEITES
POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2024**
