



Estudio realizado sobre el grado de conocimiento en etiquetado del aceite de oliva





ESTUDIO REALIZADO SOBRE EL GRADO DE CONOCIMIENTO EN ETIQUETADO DEL ACEITE DE OLIVA

Sevilla: Consejería de Agricultura y Pesca, Servicio de Publicaciones y Divulgación,
2010. 27 p.: tablas, gráf.; 21 cm.

Consta en v. de la port: Convenio de colaboración con la Consejería de Agricultura y Pesca, por parte de las tres Federaciones de Consumidores y Usuarios AL-ANDALUS, FACUA, UCA-UCE.

Depósito Legal: SE. 7249-2010

Aceite de oliva. – etiquetado del producto – encuestas al consumidor
Andalucía. Consejería de Agricultura y Pesca.
AL-ANDALUS
FACUA ANDALUCÍA
UCA-UCE

665.327.3:366.1

Convenio de colaboración con la Consejería de Agricultura y Pesca, por parte de las tres Federaciones de Consumidores y Usuarios AL-ANDALUS, FACUA ANDALUCÍA, UCA-UCE

© Edita: Junta de Andalucía.
Consejería de Agricultura y Pesca.

Publica: Secretaría General Técnica.
Servicio de Publicaciones y Divulgación.

Producción editorial: J. de Haro Artes Gráficas, S.L.

Serie: Agricultura. Datos y Estadísticas.

Depósito Legal: SE. 7249-2010

INTRODUCCIÓN

En el conjunto de actividades que se realizan dentro del convenio de colaboración con la Consejería de Agricultura y Pesca, por parte de las tres Federaciones de Consumidores y Usuarios AL-ANDALUS, FACUA y UCA- UCE, se ha dado continuidad a la actividad planteada durante el año 2009 denominada Red de Evaluadores en Materia Agroalimentaria.

Esta Red de Evaluadores constituye una estructura estable en el tiempo que permite pulsar el grado de conocimiento u opinión sobre diversos temas a un conjunto de personas consumidoras. Durante este año 2010 esta red de evaluadores ha pulsado el grado de conocimiento existente sobre el etiquetado e identificación de los diferentes tipos de aceites de oliva. El objetivo que se persigue, al igual que en la campaña anterior, es saber el grado de conocimiento del consumidor medio de los temas sometidos a su evaluación con el fin de diseñar campañas de formación e información, así como la promoción de las mejoras que correspondan.

METODOLOGÍA

A través de nuestras Asociaciones provinciales cada Federación cuenta con un conjunto asociativo importante, que en calidad de personas consumidoras y usuarias pueden ser invitados a participar y valorar las distintas cuestiones que nos son de interés a ambas partes.

La red de evaluadores se ha constituido de entre los asociados de las tres Federaciones estando integrada en su conjunto por 320 personas respondiendo a las siguientes características: personas consumidoras de de distinto sexo, edad, formación, etc...

La labor llevada a cabo ha consistido en la elaboración de un cuestionario con las preguntas que consideramos más apropiadas para lograr el objetivo buscado, siendo posteriormente supervisadas y aprobadas por el personal competente dentro de la Consejería de Agricultura y Pesca a través de las distintas sesiones de la comisión de seguimiento del convenio existente. Seguidamente se distribuyeron los cuestionarios entre las personas seleccionadas por cada Federación, junto con una carta explicativa de cómo debía ser cumplimentado, llevando a cabo posteriormente un seguimiento del trabajo y recopilación de los mismos. Tras ello, se procedió a la tabulación de los resultados obtenidos, realizando un informe en el que se procedió a plasmar la metodología empleada, los resultados y las conclusiones extraídas.

1. Indique las denominaciones de aceite de oliva que se comercializan de forma directa al consumidor.

- Aceite de oliva virgen extra, Aceite de oliva virgen, Aceite de oliva, Aceite de orujo de oliva.
- Aceite de oliva virgen extra, Aceite de oliva virgen, Aceite de oliva, Aceite puro de oliva.
- Aceite de oliva virgen extra, Aceite de oliva virgen, aceite refinado de oliva, Aceite puro de oliva.
- NS/NC

2. ¿Qué tipo de aceite, de los siguientes, considera de menor categoría?

- Aceite de oliva virgen
- Aceite de oliva virgen extra
- Aceite de oliva.
- Aceite de orujo de oliva.
- NS/NC

3. ¿Qué tipo de aceite, de los siguientes, considera de categoría superior?

- Aceite de oliva virgen
- Aceite de oliva virgen extra
- Aceite de oliva.
- Aceite de orujo de oliva.
- NS/NC

4. ¿Considera el aceite de orujo un tipo de aceite de oliva?

- Si
- No
- NS/NC

5. ¿Qué influye más en su decisión de compra?

- Precio
- Categoría (tipo de aceite)
- Marca comercial
- Indicación de Denominación de origen
- NS/NC

6. ¿Cuál de estas cualidades diría usted que influye más en la calidad del aceite de oliva virgen extra o virgen?

- Color
- Acidez-Sabor
- Acidez
- NS/NC

7. ¿Qué valor cree que aportan las denominaciones de origen en el aceite de oliva?

- Nada
- Calidad
- Ayuda a conocer la Procedencia /Origen
- Aumento de precio
- NS/NC

8. ¿Qué tipo de aceite de oliva preferentemente usa para cocinar?

- Aceite de oliva virgen
- Aceite de oliva virgen extra
- Aceite de oliva
- Aceite de orujo de oliva
- Ninguno de ellos.
- NS/NC

9. ¿Qué tipo de aceite de oliva usa preferentemente para consumo en crudo?.

- Aceite de oliva virgen
- Aceite de oliva virgen extra
- Aceite de oliva
- Aceite de orujo de oliva
- Ninguno de ellos.
- NS/NC

10. ¿Qué tipo de envase es mejor para la conservación del aceite?

- Plástico.
- Cristal.
- El envase no influye.
- El envase opaco es mejor.
- El envase transparente es mejor
- NS/NC

11. ¿Cuál es el significado de un distintivo de calidad en un aceite de oliva?.

- No aporta nada.
- Incremento de la seguridad alimentaria.
- El producto es mejor.
- La calidad del producto está avalada por una entidad certificadora.
- NS/NC

12. ¿Cuál cree que es la fecha de consumo preferente del aceite de oliva desde su envasado?

- Un año
- Año y medio
- Dos años
- NS/NC

13. El grado de acidez:

- Es uno de los factores más influyentes en el sabor.
- Influye en el sabor.
- Se trata de un indicador químico más de categorización.
- NS/NC

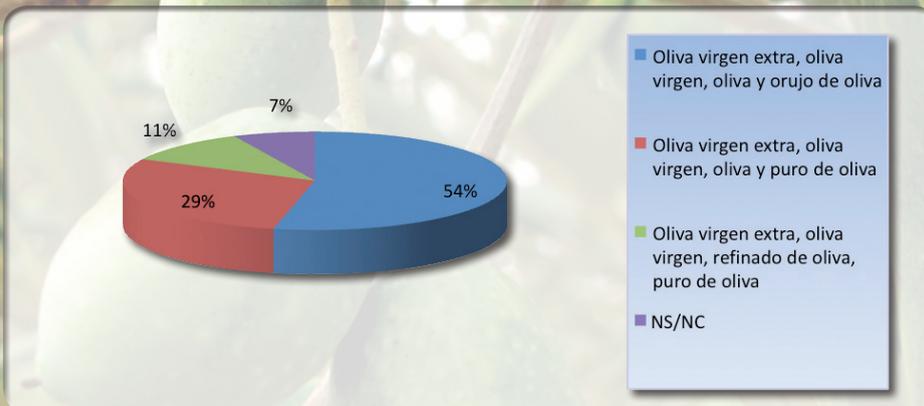
14. Teniendo en cuenta la relación calidad-precio, considera que el precio actual del aceite de oliva en todas sus modalidades es:

- Muy caro
- Caro
- Normal
- Barato.
- NS/NC

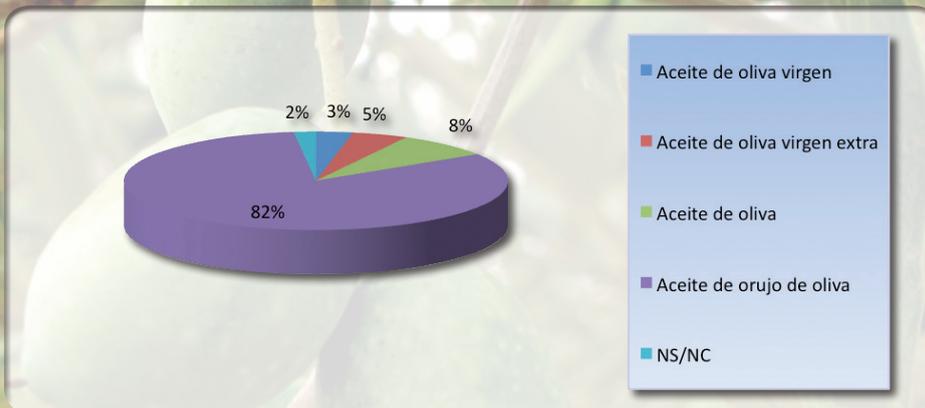
15. ¿Considera que el precio actual compensa económicamente al agricultor olivarero?

- Si.
- No.
- NS/NC

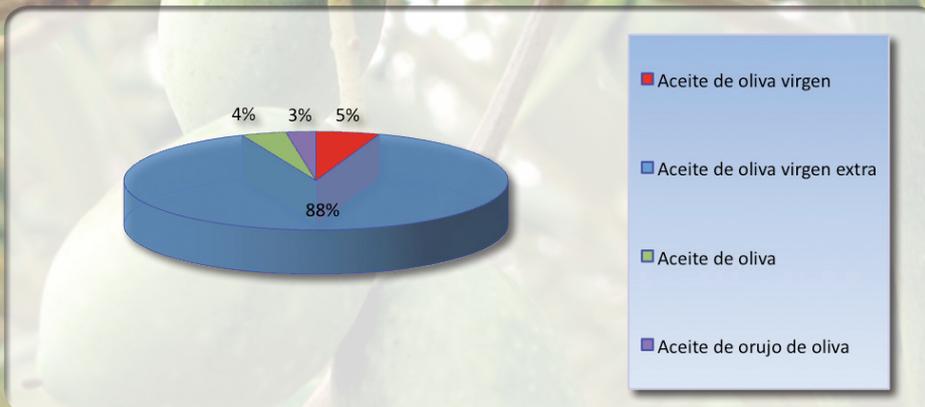
| 1 | Indique las denominaciones de aceite de oliva que se comercializan de forma directa al consumidor | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|---|--|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| | Aceite de oliva virgen extra, Aceite de oliva virgen, Aceite de oliva, Aceite de orujo de oliva | 55% | 53% | 51% | 52% | 70% | 62% | 50% | 51% | 54% |
| | Aceite de oliva virgen extra, Aceite de oliva virgen, Aceite de oliva, Aceite puro de oliva | 27% | 30% | 33% | 27% | 17% | 29% | 29% | 33% | 29% |
| | Aceite de oliva virgen extra, Aceite de oliva virgen, aceite refinado de oliva, Aceite puro de oliva | 12% | 10% | 5% | 20% | 4% | 6% | 14% | 8% | 11% |
| | NS/NC | 6% | 7% | 10% | 2% | 9% | 4% | 8% | 8% | 7% |



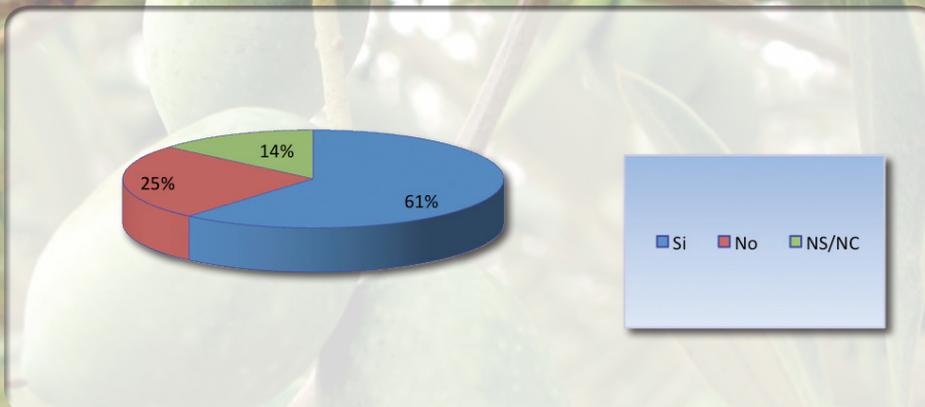
| 2 | ¿Qué tipo de aceite, de los siguientes, considera de menor categoría? | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|------------------------------|---|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Aceite de oliva virgen | 3% | 3% | 3% | 4% | 0% | 2% | 3% | 6% | 3% | |
| Aceite de oliva virgen extra | 7% | 3% | 10% | 5% | 4% | 8% | 2% | 2% | 5% | |
| Aceite de oliva | 12% | 6% | 18% | 7% | 13% | 13% | 2% | 2% | 8% | |
| Aceite de orujo de oliva | 77% | 85% | 64% | 84% | 83% | 73% | 92% | 88% | 82% | |
| NS/NC | 2% | 2% | 5% | 0% | 0% | 4% | 1% | 2% | 2% | |



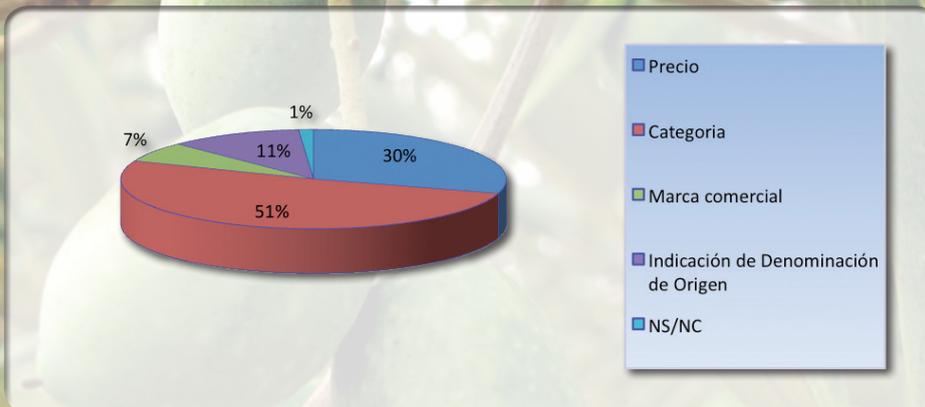
| 3 | ¿Qué tipo de aceite, de los siguientes, considera de categoría superior? | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|------------------------------|--|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Aceite de oliva virgen | 3% | 6% | 3% | 2% | 9% | 13% | 1% | 10% | 5% | |
| Aceite de oliva virgen extra | 87% | 88% | 85% | 91% | 83% | 73% | 96% | 86% | 88% | |
| Aceite de oliva | 5% | 3% | 8% | 4% | 4% | 6% | 1% | 4% | 4% | |
| Aceite de orujo de oliva | 3% | 2% | 3% | 2% | 4% | 6% | 2% | 0% | 3% | |
| NS/NC | 2% | 0% | 3% | 2% | 0% | 2% | 0% | 0% | 1% | |



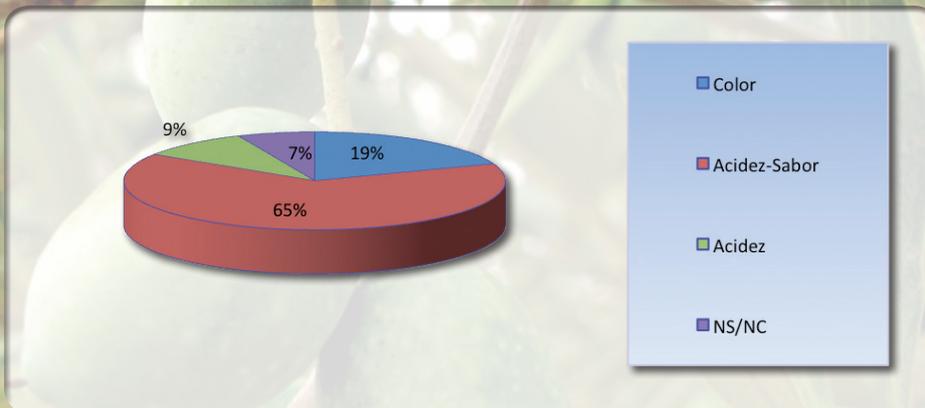
| 4 | ¿Considera el aceite de orujo un tipo de aceite de oliva? | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|-------|---|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Si | | 55% | 65% | 56% | 61% | 39% | 50% | 70% | 69% | 61% |
| No | | 25% | 25% | 28% | 21% | 35% | 35% | 21% | 22% | 25% |
| NS/NC | | 19% | 10% | 15% | 18% | 26% | 15% | 9% | 8% | 14% |



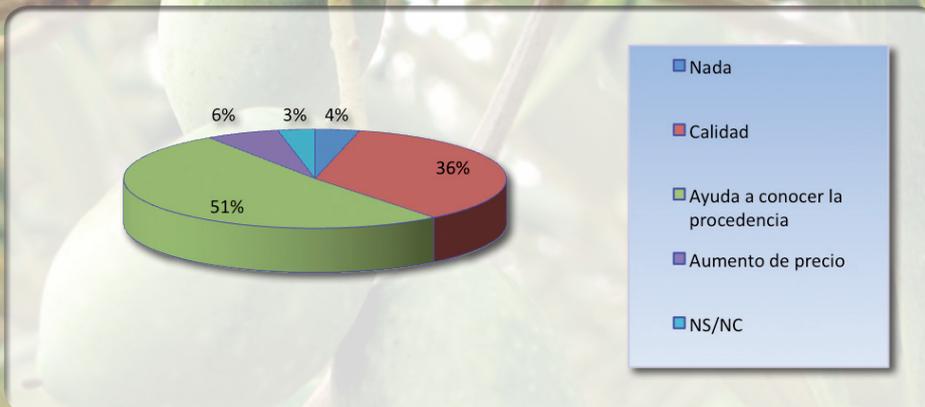
| 5 | ¿Qué influye más en su decisión de compra? | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|--------------------------------------|--|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Precio | 36% | 26% | 41% | 23% | 48% | 25% | 27% | 31% | 30% | |
| Categoría (tipo de aceite) | 47% | 53% | 41% | 55% | 43% | 56% | 50% | 55% | 51% | |
| Marca comercial | 6% | 7% | 10% | 7% | 0% | 10% | 5% | 6% | 7% | |
| Indicación de Denominación de origen | 9% | 12% | 5% | 14% | 9% | 6% | 17% | 8% | 11% | |
| NS/NC | 1% | 1% | 3% | 0% | 0% | 4% | 1% | 0% | 1% | |



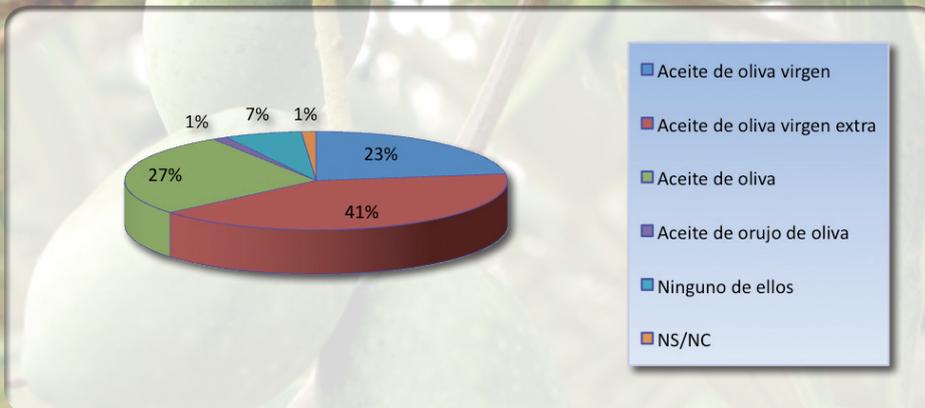
| 6 | ¿Cuál de estas cualidades diría usted que influye más en la calidad del aceite de oliva virgen extra o virgen? | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|--------------|--|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Color | | 22% | 18% | 31% | 18% | 35% | 27% | 9% | 18% | 19% |
| Acidez-Sabor | | 60% | 67% | 54% | 68% | 39% | 58% | 78% | 61% | 65% |
| Acidez | | 8% | 10% | 8% | 7% | 9% | 12% | 8% | 14% | 9% |
| NS/NC | | 9% | 5% | 8% | 7% | 17% | 4% | 5% | 6% | 7% |



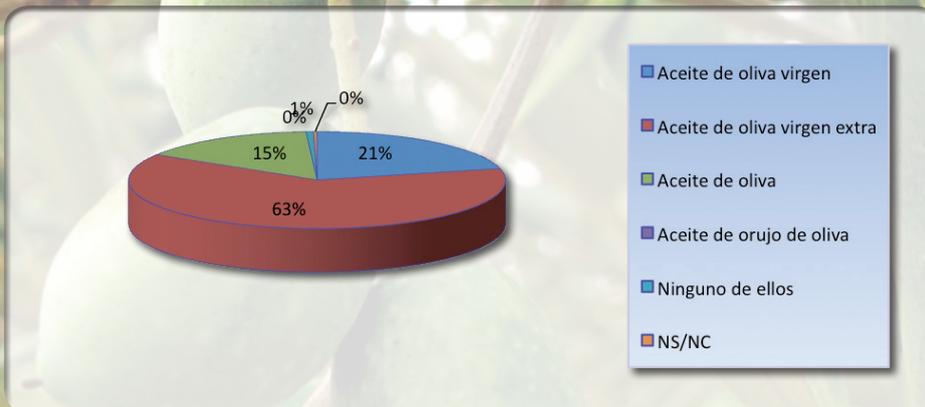
| 7 | ¿Qué valor cree que aportan las denominaciones de origen en el aceite de oliva? | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|--|---|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Nada | | 5% | 3% | 8% | 4% | 4% | 4% | 2% | 4% | 4% |
| Calidad | | 38% | 34% | 36% | 41% | 35% | 33% | 28% | 49% | 36% |
| Ayuda a conocer la Procedencia /Origen | | 47% | 53% | 49% | 45% | 48% | 48% | 63% | 41% | 51% |
| Aumento de precio | | 6% | 6% | 5% | 7% | 12% | 12% | 6% | 0% | 6% |
| NS/NC | | 3% | 3% | 3% | 4% | 4% | 4% | 1% | 6% | 3% |



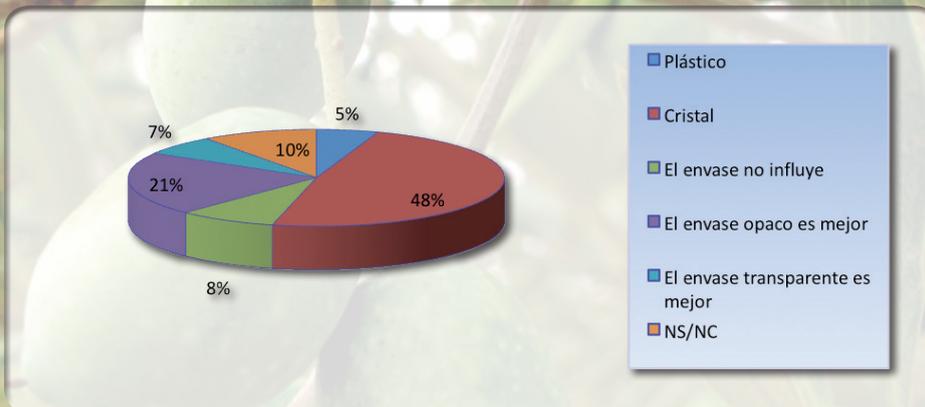
| 8 | ¿Qué tipo de aceite de oliva preferentemente usa para cocinar? | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|------------------------------|--|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Aceite de oliva virgen | 19% | 25% | 18% | 21% | 22% | 31% | 23% | 20% | 23% | |
| Aceite de oliva virgen extra | 44% | 39% | 28% | 54% | 35% | 33% | 49% | 33% | 41% | |
| Aceite de oliva | 22% | 30% | 33% | 20% | 17% | 25% | 27% | 39% | 27% | |
| Aceite de orujo de oliva | 2% | 1% | 0% | 0% | 9% | 0% | 1% | 2% | 1% | |
| Ninguno de ellos | 10% | 4% | 18% | 2% | 17% | 10% | 1% | 6% | 7% | |
| NS/NC | 3% | 0% | 3% | 4% | 0% | 2% | 0% | 0% | 1% | |



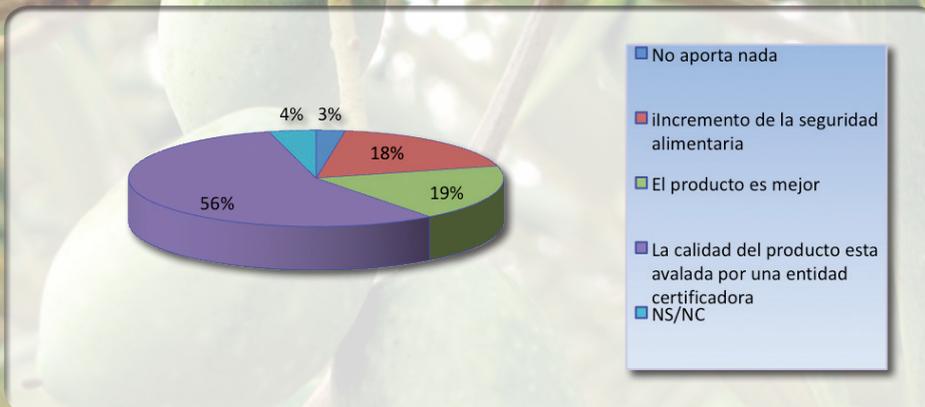
| 9 | ¿Qué tipo de aceite de oliva usa preferentemente para consumo en crudo?. | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|------------------------------|--|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Aceite de oliva virgen | 19% | 23% | 23% | 21% | 30% | 10% | 28% | 14% | 21% | |
| Aceite de oliva virgen extra | 65% | 61% | 54% | 71% | 57% | 65% | 56% | 71% | 63% | |
| Aceite de oliva | 14% | 16% | 21% | 7% | 9% | 16% | 16% | 14% | 15% | |
| Aceite de orujo de oliva | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | |
| Ninguno de ellos | 1% | 0% | 0% | 0% | 4% | 2% | 0% | 0% | 1% | |
| NS/NC | 1% | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | |



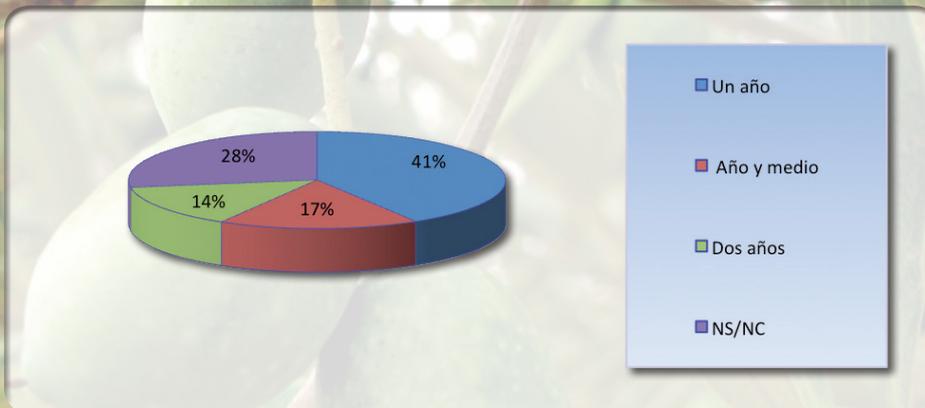
| 10 | ¿Qué tipo de envase es mejor para la conservación del aceite? | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|---------------------------------|---|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Plástico | 6% | 5% | 8% | 5% | 4% | 6% | 5% | 4% | 5% | |
| Cristal | 53% | 46% | 56% | 48% | 61% | 42% | 50% | 41% | 48% | |
| El envase no influye | 9% | 8% | 8% | 11% | 4% | 12% | 7% | 8% | 8% | |
| El envase opaco es mejor | 15% | 25% | 8% | 18% | 22% | 17% | 22% | 39% | 21% | |
| El envase transparente es mejor | 6% | 7% | 8% | 5% | 4% | 8% | 7% | 6% | 7% | |
| NS/CN | 11% | 9% | 13% | 13% | 4% | 15% | 10% | 2% | 10% | |



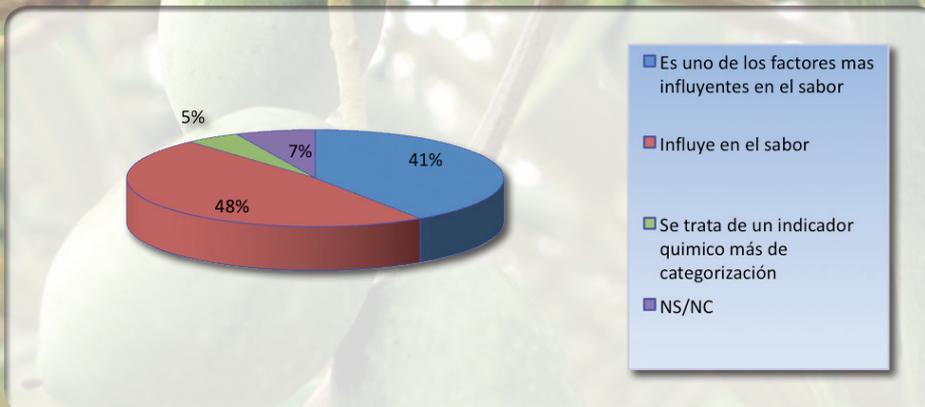
| 11 | ¿Cuál es el significado de un distintivo de calidad en un aceite de oliva? | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|--|--|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| No aporta nada | 3% | 2% | 5% | 2% | 4% | 0% | 1% | 6% | 3% | |
| Incremento de la seguridad alimentaria | 19% | 18% | 2% | 18% | 22% | 17% | 21% | 12% | 18% | |
| El producto es mejor | 19% | 19% | 18% | 14% | 30% | 23% | 13% | 27% | 19% | |
| La calidad del producto está avalada por una entidad certificadora | 54% | 57% | 51% | 61% | 43% | 52% | 63% | 51% | 56% | |
| NS/NC | 4% | 4% | 5% | 5% | 0% | 8% | 2% | 4% | 4% | |



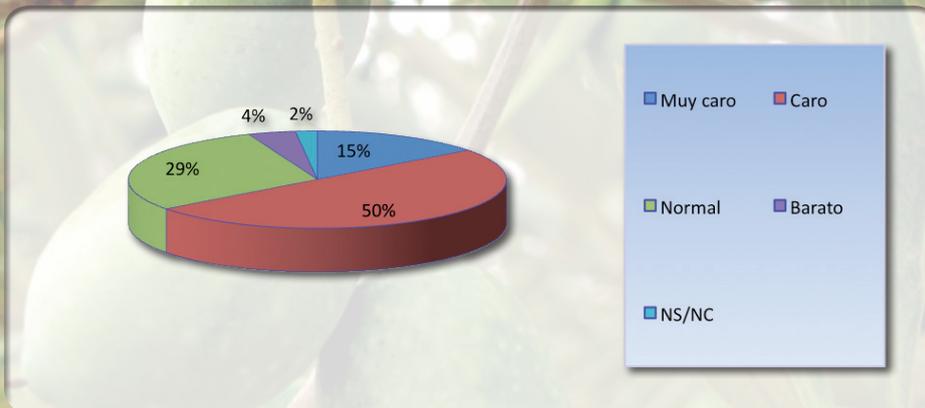
| 12 | ¿Cuál cree que es la fecha de consumo preferente del aceite de oliva desde su envasado? | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|-------------|---|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Un año | | 38% | 43% | 26% | 50% | 22% | 22% | 47% | 49% | 41% |
| Año y medio | | 15% | 18% | 13% | 14% | 22% | 12% | 21% | 20% | 17% |
| Dos años | | 14% | 14% | 18% | 11% | 17% | 23% | 8% | 16% | 14% |
| NS/NC | | 33% | 24% | 44% | 25% | 39% | 31% | 25% | 14% | 28% |



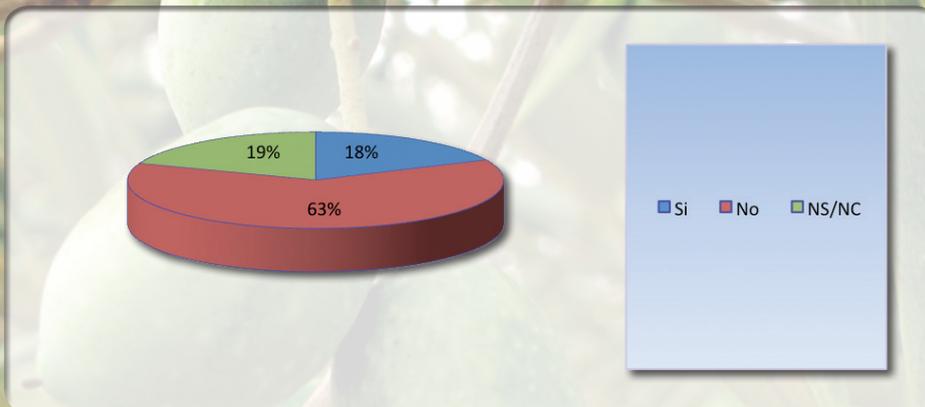
| 13 El grado de acidez | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|--|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | Hombres | Mujeres | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Es uno de los factores más influyentes en el sabor | 37% | 43% | 41% | 36% | 30% | 48% | 46% | 33% | 41% |
| Influye en el sabor | 48% | 48% | 44% | 52% | 57% | 37% | 47% | 57% | 48% |
| Se trata de un indicador químico más de categorización | 4% | 5% | 5% | 4% | 0% | 10% | 10% | 2% | 5% |
| NS/NC | 10% | 5% | 10% | 9% | 13% | 6% | 6% | 8% | 7% |



| 14 | Teniendo en cuenta la relación calidad-precio, considera que el precio actual del aceite de oliva en todas sus modalidades es | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|----------|---|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Muy caro | | 17% | 13% | 18% | 16% | 30% | 12% | 12% | 12% | 15% |
| Caro | | 52% | 49% | 54% | 34% | 43% | 63% | 53% | 47% | 50% |
| Normal | | 27% | 31% | 18% | 48% | 22% | 19% | 28% | 35% | 29% |
| Barato | | 1% | 6% | 5% | 0% | 0% | 2% | 7% | 6% | 4% |
| NS/NC | | 3% | 1% | 5% | 2% | 4% | 4% | 0% | 0% | 2% |



| 15 | ¿Considera que el precio actual compensa económicamente al agricultor olivarero? | Sobre sexo | | Sobre sexo y tramos de edad | | | | | | Estudio sobre el TOTAL |
|-------|--|------------|---------|-----------------------------|-------|-----|---------|-------|-----|------------------------|
| | | Hombres | Mujeres | Hombres | | | Mujeres | | | |
| | | | | <35 | 35-55 | >55 | <35 | 35-55 | >55 | |
| Si | | 16% | 19% | 21% | 18% | 13% | 23% | 17% | 16% | 18% |
| No | | 60% | 64% | 51% | 70% | 48% | 62% | 66% | 63% | 63% |
| NS/NC | | 24% | 17% | 28% | 13% | 39% | 15% | 17% | 20% | 19% |



CONCLUSIONES OBTENIDAS SOBRE LOS TOTALES

Cuestión 1:

Teniendo en cuenta la relevancia de la primera pregunta dentro del estudio, consideramos que, aun cuando el 54% ha respondido de forma correcta a la cuestión planteada, prácticamente la mitad de los encuestados se equivocan a la hora de identificar las denominaciones de aceite de oliva que se comercializan, lo cual se considera poco satisfactorio, teniendo en cuenta que esta falta de información al respecto puede condicionar el resto del estudio.

Desglosado por sexo y edad, son los hombres mayores de 55 años quienes han respondido mayoritariamente la opción correcta, seguido de las mujeres menores de 35 años.

Cuestión 2:

La mayoría de los encuestados consideran, acertadamente, que el aceite de orujo es el de menor categoría, sin embargo muchos no lo incluyen dentro de las categorías de aceite de oliva que se comercializan.

Entendemos pues que este resultado reitera una falta de información sobre las categorías de aceite de oliva. Lo que sí parece claro es que se conoce el concepto del aceite de orujo como aceite de baja calidad, independientemente que se considere de oliva o no.

Cabe destacar que son los hombres y mujeres de entre 35 a 55 años quienes mayoritariamente eligieron la opción correcta.

Cuestión 3:

Los evaluadores identifican mayoritariamente de forma correcta la superior categoría del aceite de oliva virgen extra, esto puede estar condicionado por aspectos tales como la nomenclatura o precio superior, que la destacan frente al resto de categorías.

Cuestión 4:

Según la respuesta de los encuestados a esta pregunta, la mayoría considera que el aceite de orujo es un tipo de aceite de oliva, sin embargo en la primera pregunta existía un porcentaje significativo de encuestados que eligieron en su respuesta la opción que no lo incluía como una categoría de aceite de oliva. Este hecho refuerza la conclusión extraída de la primera cuestión, donde cuanto menos queda reflejada la confusión o falta de conocimiento por parte de los consumidores sobre las distintas categorías de aceite de oliva.

En lo relativo al desglose por sexo y edad, son los hombres y mujeres de entre 35 y 55 años quienes eligieron la opción correcta.

Cuestión 5:

La mitad de los evaluadores entrevistados manifiesta que en su decisión de compra de aceite de oliva influye la categoría del mismo, frente al precio, aspecto especialmente destacable y relevante en tiempos de crisis. Asimismo reseñar que la denominación de origen del aceite se antepone a la marca comercial a la hora de adquirir el producto.

Con respecto a la edad y sexo, son las mujeres quienes mayoritariamente se han decidido por la categoría frente al precio, aspecto relevante por la influencia en la gestión de la cesta de la compra diaria que este sector de la población

continúa teniendo en la sociedad actual. En el caso de los hombres son los comprendidos entre los 35 y 55 años quienes eligen categoría frente a precio y los mayores de 55 quienes, de forma mayoritaria de entre los dos sexos, eligen precio frente a la categoría del aceite.

Cuestión 6:

Aunque la mayoría de los evaluadores contesta de forma correcta, el 35% no aciertan o no saben cuáles son las cualidades que más influyen en la calidad del aceite de oliva virgen extra y virgen, lo que se considera negativo en cuanto al grado de conocimiento de la población encuestada. Es decir, muchos de los encuestados saben que el aceite de oliva virgen extra es el mejor pero no saben por qué.

Hacemos una especial llamada de atención sobre el porcentaje que asegura que el color es condicionante de la calidad, lo cual refleja la falta de información sobre el producto, dado que no es una característica que sea determinante o significativa en cuanto a la calidad.

Son los hombres y mujeres de entre 35 y 55 años quienes han contestado de forma mayoritariamente la opción correcta. Destacar también que, la confusión existente con respecto al color mencionado anteriormente, es especialmente relevante en hombres mayores de 55 años y mujeres menores de 35 años.

Cuestión 7:

Teniendo en cuenta que las denominaciones de origen son distintivos de calidad e informan sobre la procedencia del producto, existe un grado de conocimiento aceptable sobre la información que aportan las denominaciones de origen. Esto concuerda con la información recabada en la pregunta número 5, donde muchos de los encuestados reconocen buscar este distintivo por encima de la marca comercial.

No obstante, consideramos que la muestra entrevistada asocia la denominación de origen de forma significativa a la calidad frente a la respuesta correcta que es la procedencia.

Desglosando los porcentajes en edades y sexo, la opción correcta queda muy repartida en edades en lo que respecta a hombres y son las mujeres de entre 35-55 años quienes responden mayoritariamente la opción acertada.

Cuestión 8:

La mayoría de los evaluadores eligen, sobre todo, el aceite de oliva virgen extra y virgen cuando cocinan con aceite de oliva, que superan ampliamente la mayoría frente a las otras categorías. Solo un 7% afirma utilizar otros tipos de aceite a la hora de cocinar, aspecto que se considera también relevante.

La opción de cocinar con aceite de oliva virgen extra es mayoritariamente elegida entre los hombres y mujeres de entre 35 y 55 años, aspecto que puede ser justificado por ser un intervalo de edad correspondiente a quienes gestionan la comida diaria en los hogares.

Cuestión 9:

Con respecto al consumo en crudo las mayorías se repiten de la misma forma que en la pregunta anterior, destacando que el aceite de oliva virgen extra cobra mayor relevancia, obteniendo un mayor porcentaje que en la cuestión anterior.

A diferencia de la cuestión anterior esta mayoría se repite en hombres de entre 35 y 55 años pero se desplaza en mujeres, siendo las mujeres menores de 35 años quienes han contestado mayoritariamente la opción de aceite de oliva virgen extra para consumo en crudo.

Cuestión 10:

Aun teniendo en cuenta que la mayoría de los evaluadores contesta de forma correcta u opta mayoritariamente por las opciones que se corresponden con los envases que mejor contribuyen a la conservación del aceite, el reparto de porcentajes indica amplias dudas en cuanto a la información existente sobre las tipologías de envases y la adecuación de los mismos a la conservación del producto.

Cuestión 11:

En esta pregunta la respuesta señalada mayoritariamente por los encuestados coincide con la opción correcta, no obstante un 44% de los evaluadores no identifica el significado de los distintivos de calidad, aspecto que conlleva un grado de conocimiento insuficiente.

Son las mujeres de entre 35 y 55 años quienes se han decantado mayoritariamente por la opción correcta.

Cuestión 12:

La fecha de consumo preferente del aceite de oliva es un aspecto que no tiene claro el porcentaje más amplio de evaluadores. De esta gran mayoría destacamos que el 28% afirma no saber cuál es la fecha de consumo preferente. Este resultado no deja de ser preocupante por lo relevante de este dato.

Destacar que son los hombres y mujeres menores de 35 años y mayores de 55 los que en mayoría afirman desconocer la fecha de caducidad.

Cuestión 13:

Sobre esta cuestión destacamos que la respuesta correcta es por la que ha optado un menor número de entrevistados, lo cual indica un alto grado de desconocimiento sobre la función real del grado de acidez en los aceites de oliva. La mayoría de los encuestados asocian la acidez al sabor ácido.

Cuestión 14:

La mayoría de los encuestados considera caro el aceite de oliva teniendo en cuenta la relación calidad-precio, seguido de la consideración en cuanto a la relación calidad-precio como normal o barato.

Son los hombres y mujeres menores de 35 años quienes consideran caro el aceite de oliva, seguido de las mujeres de entre 35 y 55 años.

Cuestión 15:

Los evaluadores en su mayoría consideran insuficiente el grado de compensación que recibe el agricultor en relación al precio del producto final.

Desglosado en sexo y edad son los hombres y mujeres de 35 y 55 años quienes mayoritariamente consideran esta insuficiencia.

Conclusiones finales:

De los datos obtenidos podemos considerar que se desprende un grado alto de desconocimiento tanto en cuestiones generales como específicas relacionadas con el aceite de oliva.

Entendemos también que existe una predisposición al consumo de aceite de oliva frente a otras tipologías de aceites. En este sentido se observa mayor preferencia por las categorías más altas de aceite de oliva (virgen y virgen extra) frente al resto.

Son las mujeres y hombres de entre 35 y 55 años quienes mayoritariamente han optado por las respuestas correctas y en quienes residen de forma mayoritaria las conclusiones del presente estudio.

Como conclusión final consideramos que se hace necesario continuar con la formación e información de los consumidores sobre las categorías, cualidades, características intrínsecas del aceite de oliva y sobre la identificación de los distintivos y sellos de calidad existentes de este producto tan importante en nuestra tierra. Además habría que articular campañas informativas dirigidas hacia una compra inteligente y responsable, más que a difundir o publicitar el aceite de oliva por sí mismo, ya que goza de una buena consideración por parte de los consumidores, aunque ha quedado manifiesto que hay muchos aspectos sobre él que desconocen.

Dada esta predisposición para el consumo de aceite de oliva por parte de la población, resultaría contradictorio que no se incida de forma especial en aumentar su conocimiento sobre el producto.





AGRICULTURA



GANADERÍA



PESCA Y ACUICULTURA



DATOS Y ESTADÍSTICAS