

# Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario

#alimentosdespaña

Monográfico Aceite de Oliva  
(Consumidores)  
Tercer Trimestre 2022



ESTA INVESTIGACIÓN HA SIDO REALIZADA POR EL **INSTITUTO CERDÁ** PARA EL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN.

***DERECHO DE USO:** TODOS LOS DERECHOS QUEDAN RESERVADOS. LAS FOTOGRAFÍAS, DISEÑOS, TEXTOS Y DEMÁS MEDIOS QUE COMPONEN EL PRESENTE DOCUMENTO SON PROPIEDAD DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN Y NO PODRÁN SER OBJETO DE REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL, TRATAMIENTO INFORMÁTICO NI TRANSMISIÓN DE NINGUNA FORMA O POR CUALQUIER MEDIO, YA SEA ELECTRÓNICO, MECÁNICO, POR FOTOCOPIA, REGISTRO O CUALQUIER OTRO. ASÍ MISMO TAMPOCO PODRÁ SER OBJETO DE CUALQUIER FORMA DE CESIÓN DE USO SIN EL PERMISO PREVIO Y POR ESCRITO DEL TITULAR DEL COPYRIGHT.*

## Índice

▪ <b>Objetivos</b> .....	<b>4</b>
▪ <b>Agentes Entrevistados</b> .....	<b>5</b>
▪ <b>Ficha Técnica</b> .....	<b>6</b>
▪ <b>Conclusiones</b> .....	<b>8</b>
▪ <b>Resultados Monográfico REGADÍO 3º Trimestre 2022</b> .....	<b>11</b>
▪ Consumo y Valoración del Aceite de Oliva .....	12
▪ Norma de Calidad del Aceite de Oliva y del Orujo de Oliva .....	23

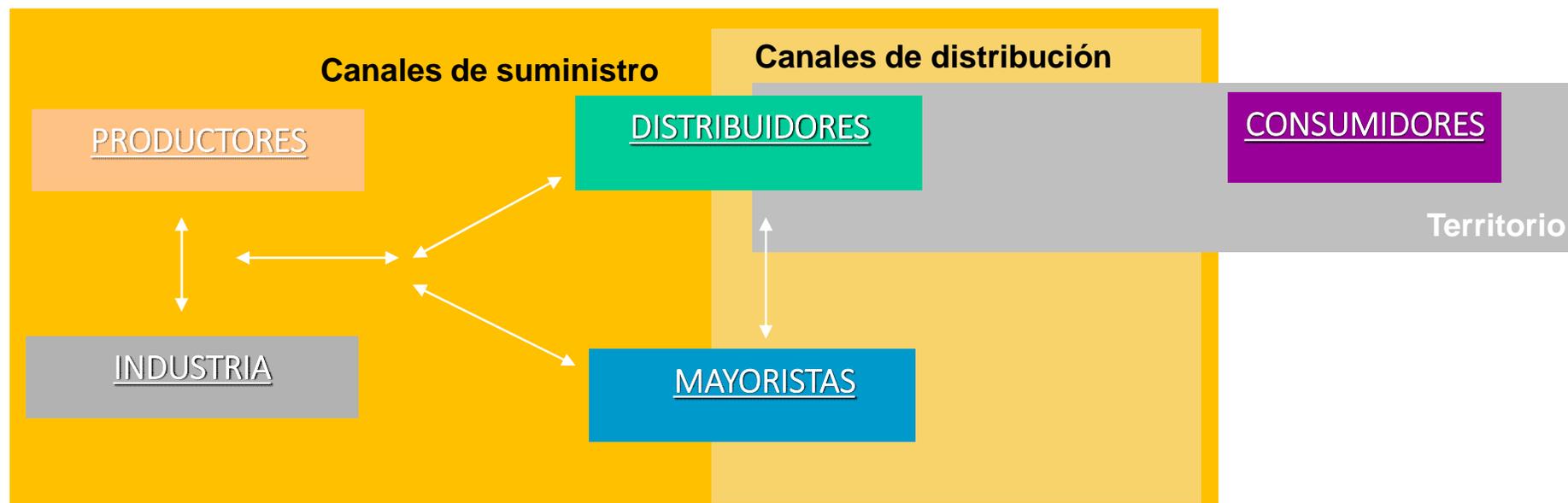
## Objetivos

EL BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA AGROLIMENTARIO ES UNA ESTADÍSTICA OFICIAL PERTENECIENTE AL PLAN ESTADÍSTICO NACIONAL, QUE SE LLEVA REALIZANDO DESDE EL AÑO 2003. A PARTIR DE ENTREVISTAS A TODOS LOS AGENTES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO (PRODUCTORES, INDUSTRIAS, MAYORISTAS, DISTRIBUIDORES Y CONSUMIDORES) SE OBTIENE UN ÍNDICE DE CONFIANZA, UN INFORME SOBRE ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y MONOGRÁFICOS DE INTERÉS, TODO ELLO CON UNA PERIODICIDAD TRIMESTRAL.

## Agentes Entrevistados

- Se entrevista a los **principales participantes** en el proceso de la comercialización agroalimentaria: **Productores, Industria, Mayoristas, Distribuidores y Consumidores**. Se realizan **entrevistas telefónicas** mediante el **sistema CATI** (Computer Assisted Telephone Interviewing) a una **muestra aleatoria** de cada uno de los agentes de la cadena.

### Estructura general del sistema agroalimentario español



- En el presente informe se muestran los resultados de los consumidores.

## Ficha Técnica

### DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

### CONSUMIDORES

- La muestra se distribuye proporcionalmente teniendo en cuenta la población existente en cada hábitat y Comunidad Autónoma.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL	
ANDALUCÍA	ALMERIA	5	5	6	6	22	
	CADIZ	3	9	13	14	39	
	CORDOBA	7	8	0	11	26	
	GRANADA	9	11	2	7	29	
	HUELVA	5	7	0	5	17	
	JAEN	7	8	2	4	21	
	MALAGA	6	10	14	23	53	
	SEVILLA	9	23	4	26	62	
<b>Total</b>		<b>51</b>	<b>81</b>	<b>41</b>	<b>96</b>	<b>269</b>	
ARAGON	HUESCA	3	2	2	0	7	
	ZARAGOZA	7	3	0	21	31	
	TERUEL	3	2	0	0	5	
<b>Total</b>		<b>13</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>43</b>	
ASTURIAS	ASTURIAS	5	8	4	16	33	
<b>Total</b>		<b>5</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>33</b>	
BALLEAR ILLES	BALLEAR ILLES	5	18	0	13	36	
<b>Total</b>		<b>5</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>36</b>	
C DE NAVARRA	NAVARRA	9	6	0	6	21	
<b>Total</b>		<b>9</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>21</b>	
C VALENCIANA	ALICANTE	8	20	13	18	59	
	CASTELLÓ	4	7	2	6	19	
	VALENCIA	15	32	9	25	81	
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>59</b>	<b>24</b>	<b>49</b>	<b>159</b>	
CANARIAS	LAS PALMAS	2	12	6	15	35	
	STA CRUZ TENEI	5	14	2	12	33	
<b>Total</b>		<b>7</b>	<b>26</b>	<b>8</b>	<b>27</b>	<b>68</b>	
CANTABRIA	CANTABRIA	6	5	2	6	19	
<b>Total</b>		<b>6</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>19</b>	
CASTILLA Y LEON	AVILA	3	0	2	0	5	
	BURGOS	4	2	0	5	11	
	LEON	7	2	2	4	15	
	PALENCIA	3	0	2	0	5	
	SALAMANCA	5	1	0	5	11	
	SEGOVIA	3	0	2	0	5	
	SORIA	2	1	0	0	3	
	VALLADOLID	5	2	0	10	17	
	ZAMORA	3	1	2	0	6	
	<b>Total</b>		<b>35</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>24</b>	<b>78</b>

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
CASTILLA LA MANCA	ALBACETE	4	3	0	6	13
	CIUDAD REAL	6	8	2	0	16
	CUENCA	4	0	2	0	6
	GUADALAJARA	3	2	3	0	8
	TOLEDO	12	5	5	0	22
<b>Total</b>		<b>29</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>65</b>
CATALUÑA	BARCELONA	20	44	27	89	180
	TARRAGONA	9	9	0	8	26
	LLEIDA	8	2	0	4	14
	GIRONA	9	12	0	3	24
<b>Total</b>		<b>46</b>	<b>67</b>	<b>27</b>	<b>104</b>	<b>244</b>
EXTREMADURA	CACERES	7	2	3	0	12
	BADAJOS	10	5	2	5	22
<b>Total</b>		<b>17</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>34</b>
GALICIA	CORUÑA	10	13	5	8	36
	LUGO	5	2	3	0	10
	OURENSE	5	2	0	3	10
	PONTEVEDRA	5	13	2	10	30
<b>Total</b>		<b>25</b>	<b>30</b>	<b>10</b>	<b>21</b>	<b>86</b>
LA RIOJA	LA RIOJA	3	2	0	5	10
<b>Total</b>		<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
MADRID	MADRID	11	20	28	152	211
<b>Total</b>		<b>11</b>	<b>20</b>	<b>28</b>	<b>152</b>	<b>211</b>
MURCIA	MURCIA	2	19	5	21	47
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>19</b>	<b>5</b>	<b>21</b>	<b>47</b>
PAIS VASCO	ALAVA	2	1	0	8	11
	GUIPÚZCOA	5	10	2	6	23
	VIZCAYA	7	13	3	14	37
<b>Total</b>		<b>14</b>	<b>24</b>	<b>5</b>	<b>28</b>	<b>71</b>
CEUTA Y MELILLA	CEUTA	0	0	3	0	3
	MELILLA	0	0	3	0	3
<b>Total</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
<b>Total General</b>		<b>305</b>	<b>406</b>	<b>189</b>	<b>600</b>	<b>1500</b>

## Ficha Técnica

- La persona entrevistada ha sido seleccionada por su condición de **Responsable de la compra en el hogar**.
- El **margen de error** máximo para resultados globales es de **± 2,6%**, en las condiciones estadísticas de máxima indeterminación  $p=q=50$  y un nivel de confianza del **95,5%**.
- Las entrevistas se realizan por entrevistadores especializados en la técnica de entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing).
- El trabajo de campo se realizó entre los días 1 de julio y 30 de septiembre de 2022
- La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó entre los días 4 de julio y 30 de septiembre de 2022.

## Conclusiones

- El aceite de oliva es un producto básico en la cesta de la compra de los españoles, la inmensa mayoría de los consumidores (95,6%) así lo manifiesta. Los resultados son muy homogéneos por sexo, edad y hábitat.
- La mayoría de los españoles:
  - No han modificado sus hábitos de consumo de aceite de oliva (62,0%) tras los últimos acontecimientos a nivel mundial (pandemia de COVID-19 y guerra de Ucrania) frente a un 38,0% que sí los ha modificado. El porcentaje de consumidores que han modificado sus hábitos aumenta entre los más jóvenes, entrevistados con edades comprendidas entre 25 y 39 años, (48,3%) y disminuye entre los mayores de 55 años (27,2%). Por sexo y hábitat los resultados son muy homogéneos.
  - Consume aceite de oliva virgen extra (75,1%). Resultados homogéneos por sexo y hábitat. Por edad, el consumo aumenta entre los entrevistados con edades comprendidas entre 25 y 55 años y disminuye entre los mayores de 55 años. El consumo de aceite de oliva suave o intenso se sitúa en un 35,9% y el del aceite de oliva virgen en un 32,0%.
  - Emplea diferentes tipos de aceite en función de los alimentos que vaya a consumir (67,2%). Resultados homogéneos por sexo y hábitat. Por edad, el porcentaje aumenta entre los más jóvenes (25 a 39 años) y disminuye a medida que aumenta la edad.
  - Conoce las propiedades beneficiosas que posee el aceite de oliva frente a otros tipos de aceites (87,5%). Resultados homogéneos por sexo, edad y hábitat.
  - Considera que el aceite de oliva virgen extra es de mejor calidad que el resto de categorías (79,9%). Resultados homogéneos por sexo y hábitat. Por edad, el porcentaje aumenta entre los mayores de 40 años y disminuye entre los entrevistados más jóvenes (25 a 39 años).
  - Reconoce que el precio es un factor determinante a la hora de elegir el tipo de aceite que consume (64,4%). Resultados bastante homogéneos por sexo, edad y hábitat.
  - No reducirá su consumo de aceite de oliva en favor de otros tipos de aceite si aumenta el precio del aceite de oliva (57,2%) frente a un 41,9% que sí lo reducirá. El porcentaje de consumidores que reducirá el consumo de aceite de oliva aumenta entre los entrevistados más jóvenes, 25 a 39 años, (50,5%) y en los hábitats hasta 10.000 habitantes (46,1%).

- El 41,2% de los consumidores manifiesta que reducirá su consumo de aceite de oliva virgen extra en favor de otras categorías de aceite de oliva si aumenta el precio del AOVE, frente a un 39,4% afirma que no lo reducirá. El resto no consume AOVE o no sabe lo que hará. Por edad, el porcentaje de entrevistados que reducirán el consumo de AOVE aumenta entre los entrevistados más jóvenes (50,2%) y disminuye a medida que aumenta la edad. Por sexo y hábitat los resultados son bastante homogéneos.
- La mitad de los consumidores (50,4%) considera que el aceite de oliva virgen extra no debería envasarse en botella de vidrio o de cualquier otro modo que favorezca la diferenciación respecto al resto de categorías de aceites de oliva frente a un 46,5% que cree que sí. El porcentaje de entrevistados que creen que debería envasarse en botella de vidrio o en cualquier formato que favorezca la diferenciación del resto de categorías de aceites de oliva aumenta entre los hombres y entre los entrevistados con edades comprendidas entre 40 y 55 años.
- La mayoría de consumidores (56,6%) sabe que existe una Norma de Calidad del aceite de oliva y de orujo de oliva. El conocimiento aumenta entre las mujeres, entre los entrevistados con edades comprendidas entre los 40 y los 55 años y en las poblaciones de más de 100.000 habitantes.
- Entre los que tienen conocimiento de que existe una Norma de Calidad del aceite de oliva y de orujo de oliva, la gran mayoría (80,4%) piensan que la Norma se adecúa a las actuales demandas de los consumidores. Este porcentaje aumenta entre los entrevistados con edades entre 40 y 55 años y en los hábitats de más de 50.000 habitantes.

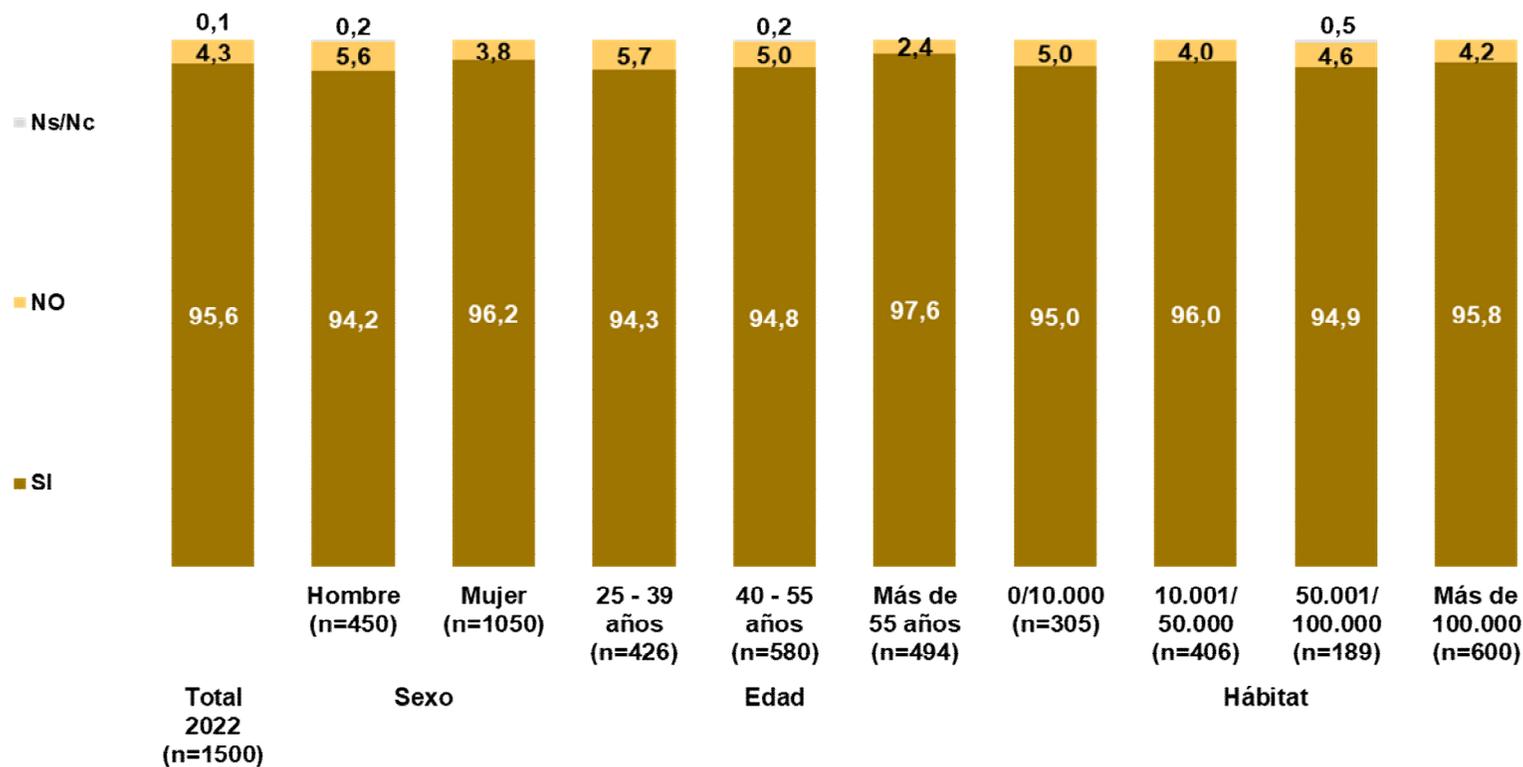
## Resultados Monográfico ACEITE DE OLIVA

## 1.- Consumo y Valoración de Aceite de Oliva

¿Considera el aceite de oliva como un producto básico de consumo en su hogar? (%)

(\*) Respuesta única

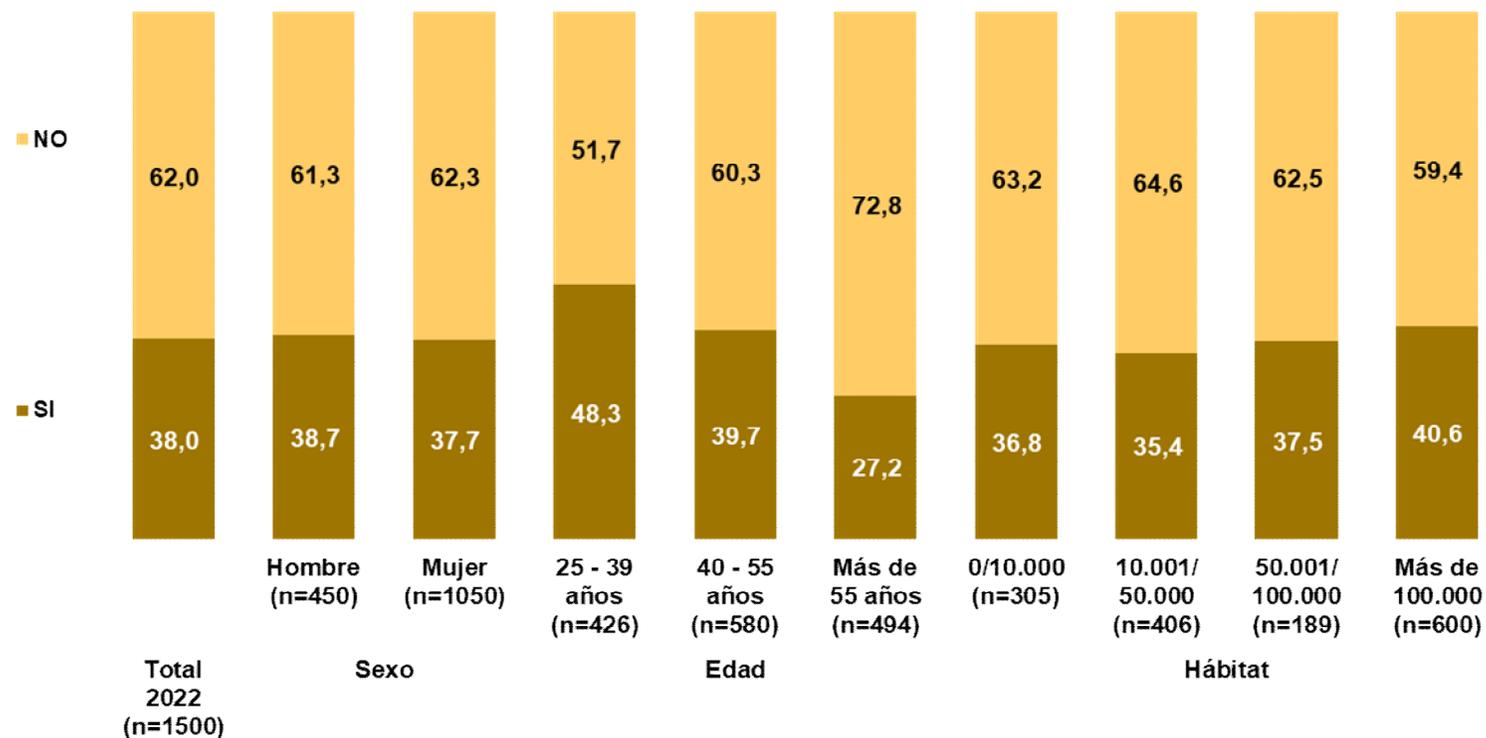
Resultados según sexo, edad y hábitat



¿Los últimos acontecimientos a nivel mundial – pandemia de COVID-19, guerra de Ucrania- han modificado de alguna manera sus hábitos de consumo de aceite de oliva? (%)

(\*) Respuesta única

Resultados según sexo, edad y hábitat



### ¿Qué categoría/s de aceite consume en su hogar?

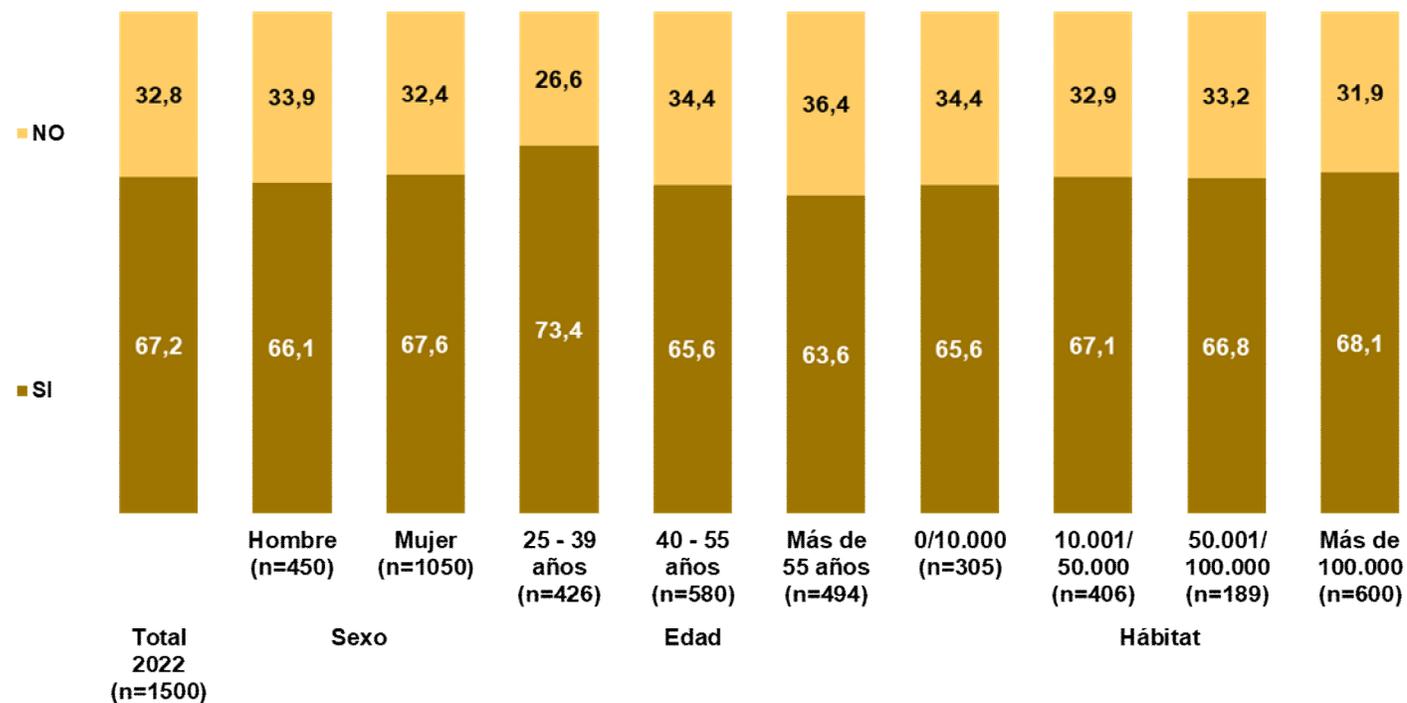
(%)

(\*) Respuesta única

	Total 2022	Sexo		Edad			Hábitat			
		Hombre	Mujer	De 25 a 39	De 40 a 55	Más de 55	0/10.000 hab.	10.001/50.000 hab.	50.001/100.000 hab.	Más de 100.000 hab.
Aceite de oliva virgen extra	75,1	74,8	75,2	79,6	80,0	65,5	71,2	77,4	74,2	75,8
Aceites vegetales (colza, girasol, etc)	50,7	48,9	51,5	62,7	46,9	44,9	50,9	50,9	55,0	49,2
Aceite de oliva suave o intenso	35,9	32,1	37,5	33,1	33,5	41,2	33,6	30,5	37,0	40,3
Aceite de oliva virgen	32,0	32,1	32,0	34,8	30,6	31,3	36,1	31,4	26,9	32,0
<b>Bases</b>	<b>1500</b>	<b>450</b>	<b>1050</b>	<b>426</b>	<b>580</b>	<b>494</b>	<b>305</b>	<b>406</b>	<b>189</b>	<b>600</b>

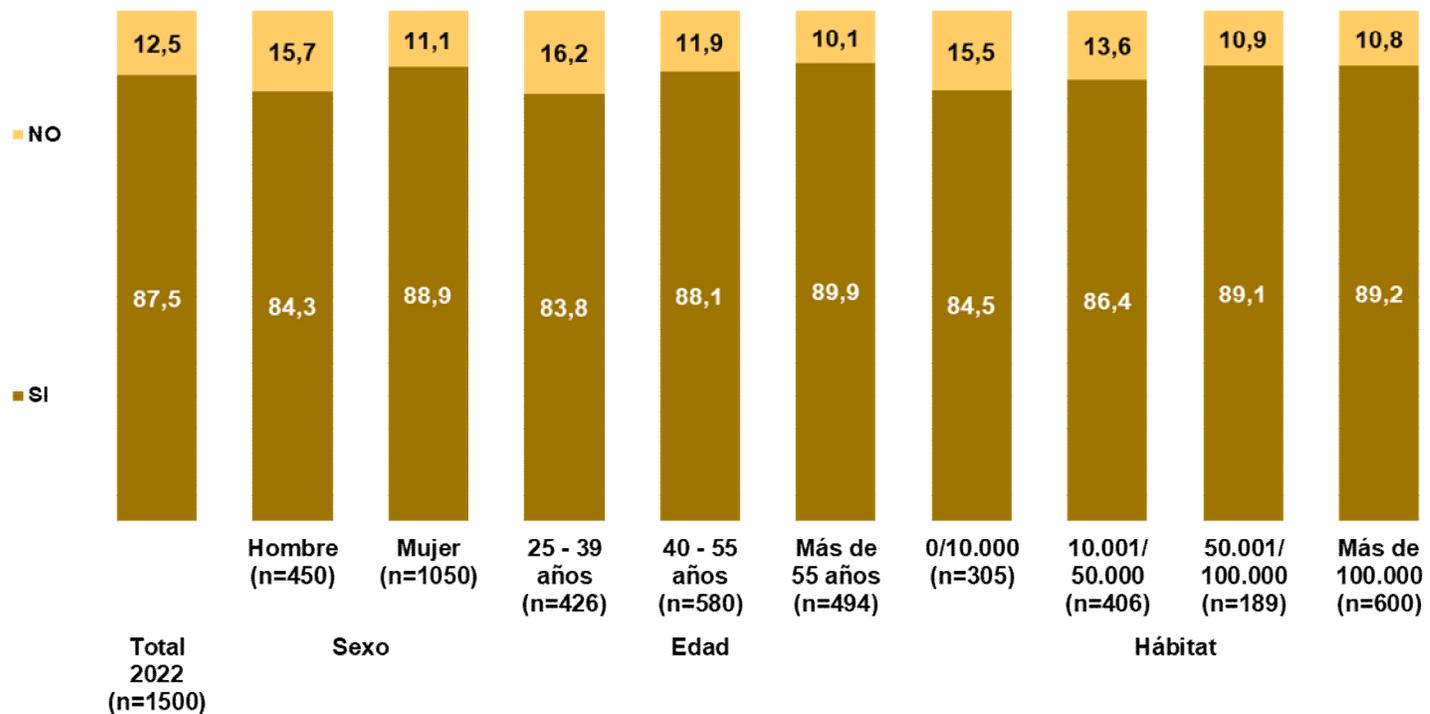
¿En su hogar emplea diferentes tipos de aceite en función de los alimentos que vaya a consumir o para modos de preparación distintos? (%)

(\*) Respuesta única



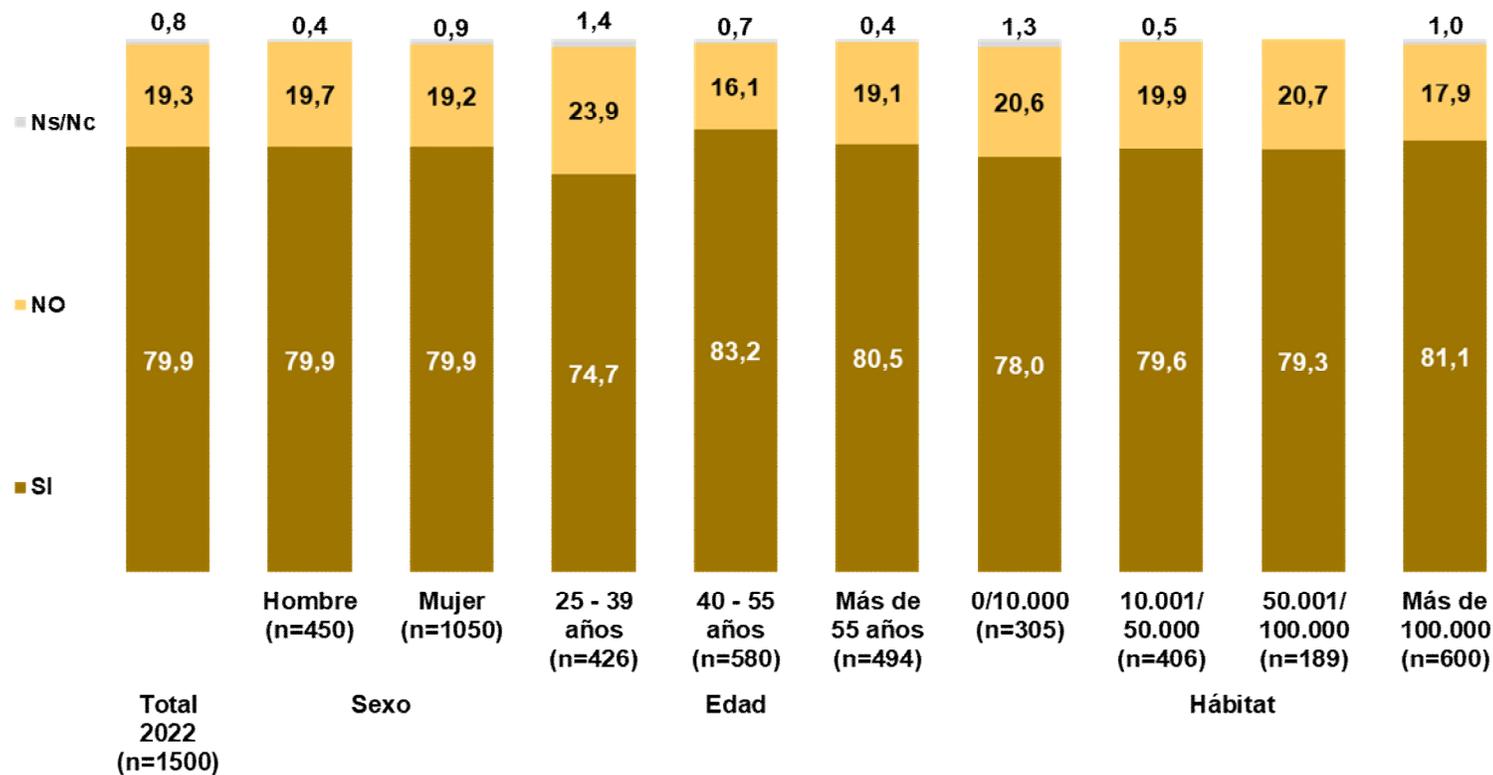
¿Conoce las propiedades beneficiosas que posee el aceite de oliva frente a otros tipos de aceites? (%)

(\*) Respuesta única



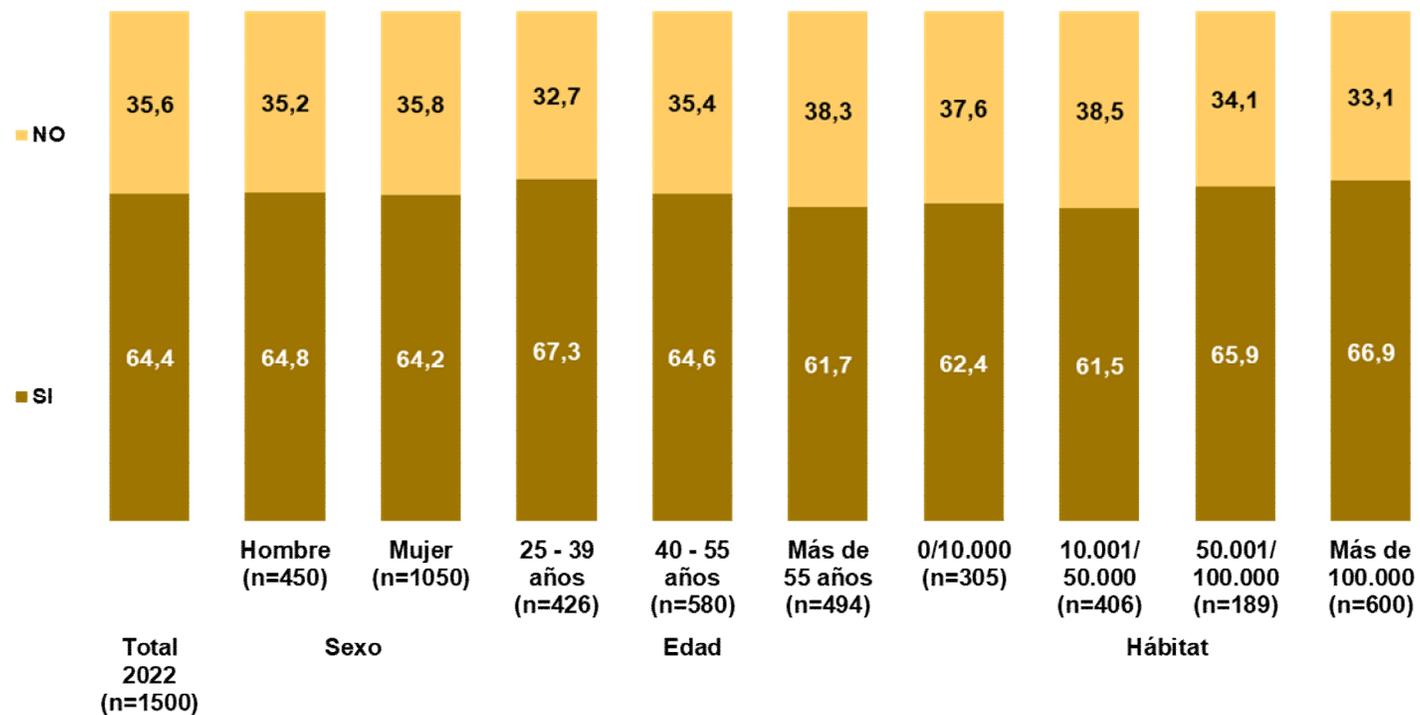
¿Considera que el aceite de oliva virgen extra es de mejor calidad que el resto de las categorías? (%)

(\*) Respuesta única



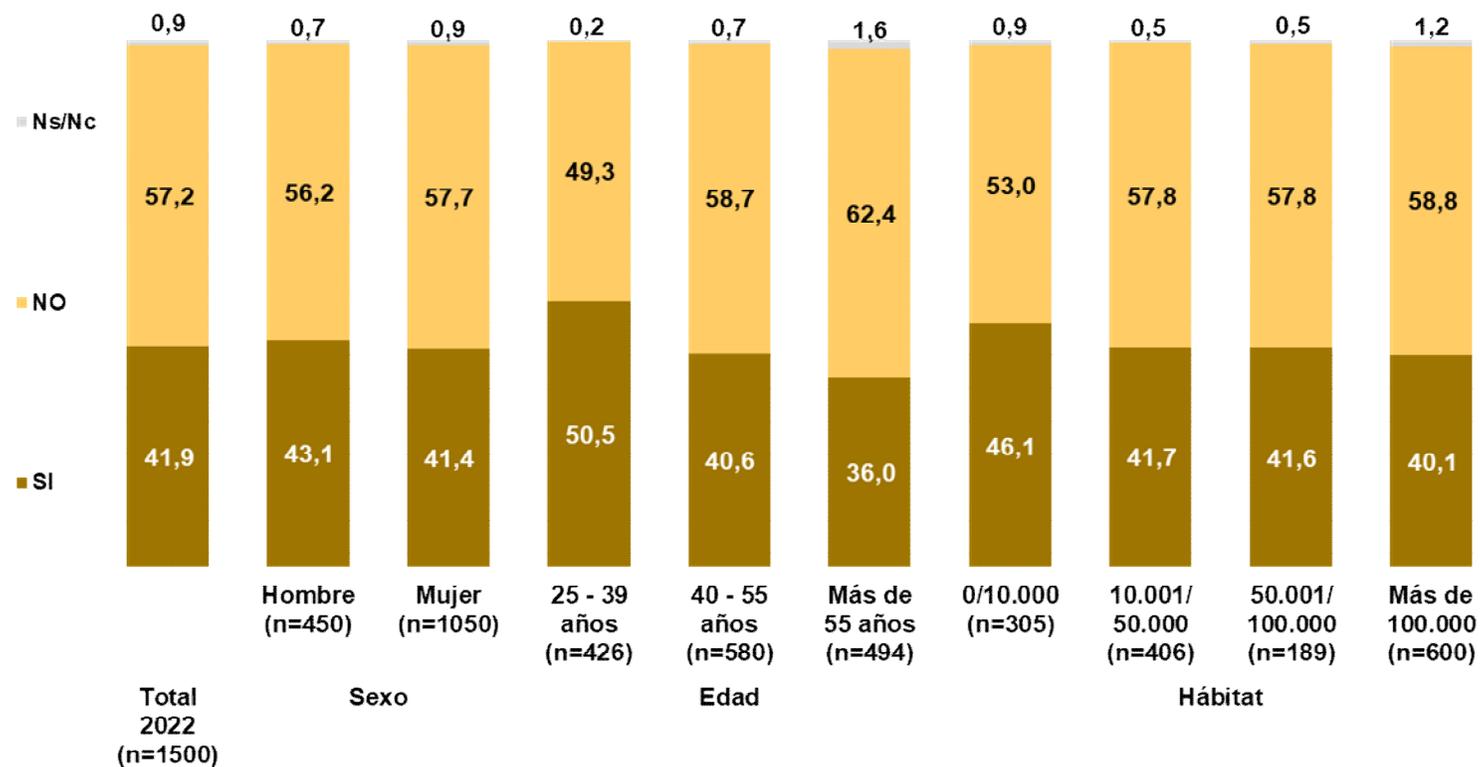
¿Es el precio un factor determinante a la hora de elegir el tipo de aceite que consume? (%)

(\*) Respuesta única



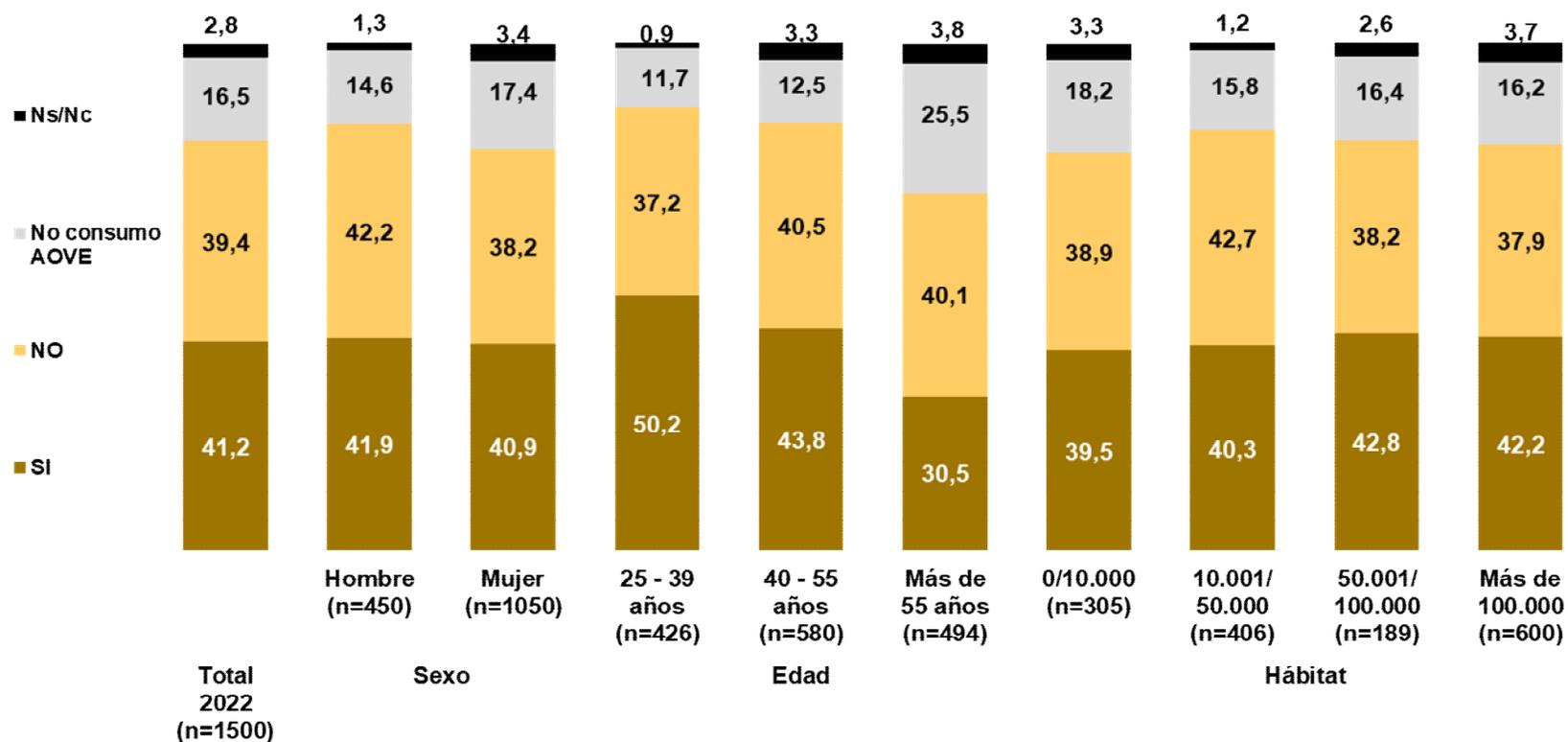
¿Reducirá su consumo de aceite de oliva en favor de otros tipos de aceite si aumenta el precio del aceite de oliva? (%)

(\*) Respuesta única



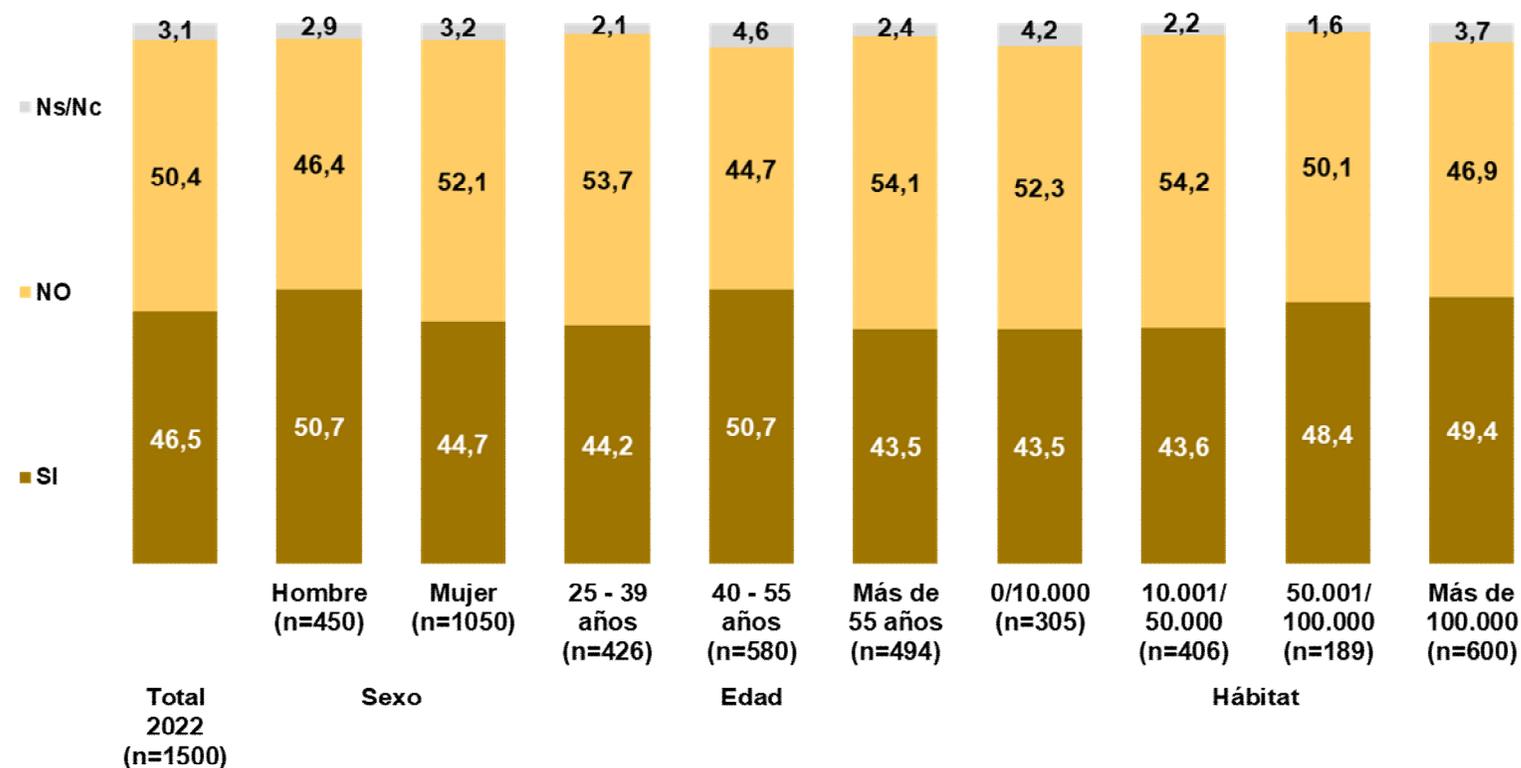
¿Reducirá su consumo de aceite de oliva virgen extra en favor de otras categorías de aceite de oliva (%) si aumenta el precio del AOVE?

(\*) Respuesta única



¿Considera que el aceite de oliva virgen extra debería envasarse en botella de vidrio o de cualquier otro modo que favorezca la diferenciación respecto del resto de categorías de aceites de oliva? (%)

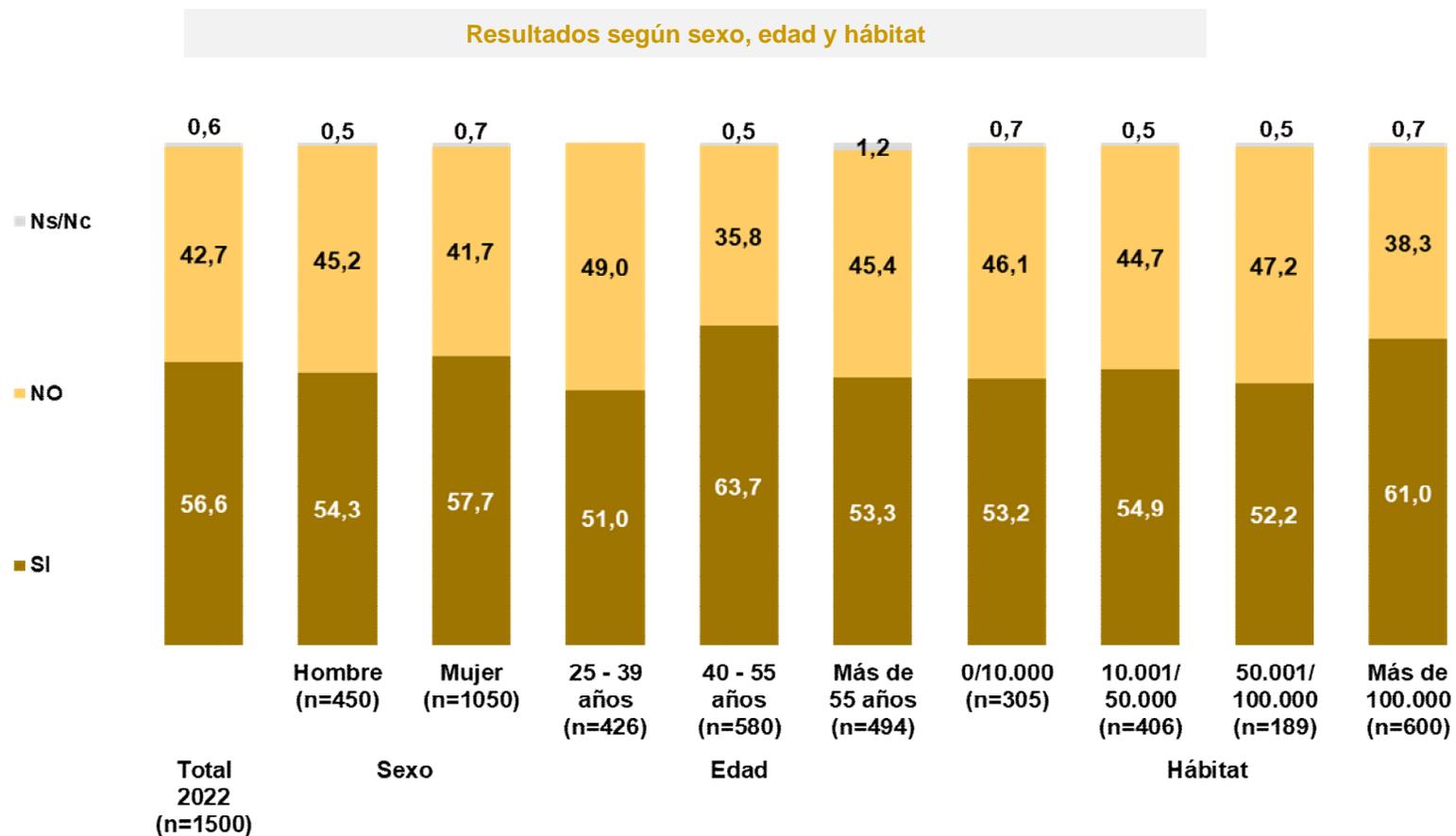
(\*) Respuesta única



## 2.- Norma de Calidad del Aceite de Oliva

¿Es conocedor de que hay una Norma de Calidad del aceite de oliva y de orujo de oliva? (%)

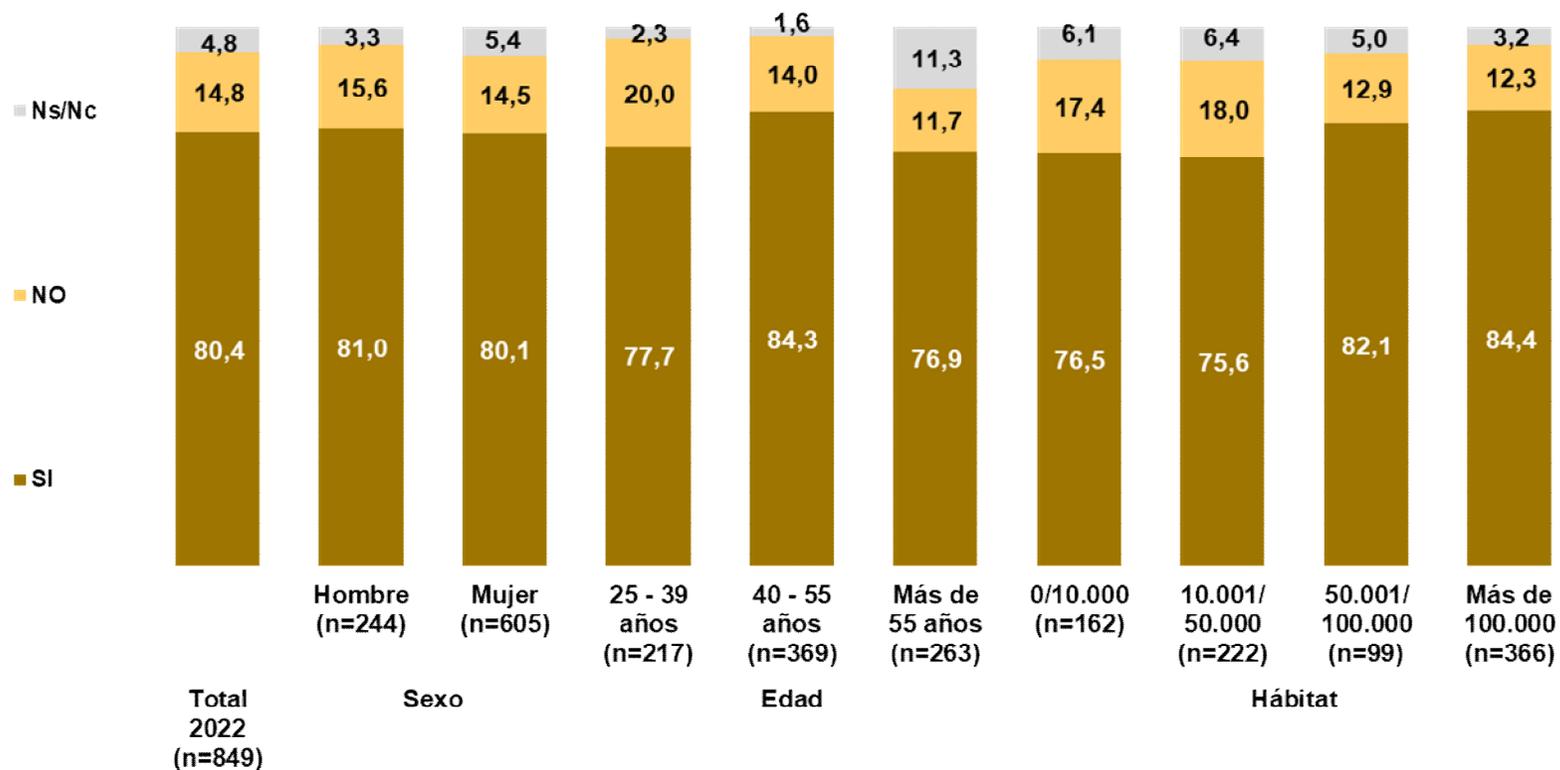
(\*) Respuesta única



¿Cree que la Norma de Calidad del aceite de oliva y de orujo de oliva se adecúa a las actuales demandas de los consumidores? (%)

(\*) Respuesta única

Resultados según sexo, edad y hábitat



Base: saben que hay una Norma de Calidad del Aceite de Oliva y de Orujo de Oliva



#alimentosdespaña