

Encuesta sobre hábitos de compra y consumo de aceite de oliva en Extremadura.-



ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura



OBJETIVOS

Lo que pretendemos es sondear y analizar de forma general, los hábitos de compra y consumo de los aceites de oliva por parte de los consumidores extremeños, los factores que influyen en la elección final, el etiquetado y la valoración del producto.

Asimismo, se han planteado cuatro cuestiones a fin de valorar el grado de conocimiento de los entrevistados sobre las categorías comerciales de los aceites de oliva y las D.O. que existen en nuestra región.

Finalmente se les ha consultado la opinión sobre la medida de la UE, que obliga a los bares y restaurantes a ofrecer el aceite de oliva en formato mono dosis o en botellas no rellenables.

ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura



FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

La encuesta va dirigida principalmente a el/la responsable de compra de los hogares extremeños.

MUESTRA: Realización de 380 entrevistas con un error posible de $\pm 4,51\%$ para un nivel de confianza del 95,5% y p/q=50/50

SELECCIÓN: Estratificada y aleatoria.

ENTREVISTA: Personal. Cuestionario estructurado.

UNIVERSO: Población mayor de 18 años.

ÁMBITO: Comunidad Autónoma de Extremadura.

FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO: Del 1 al 31 de octubre de 2014.

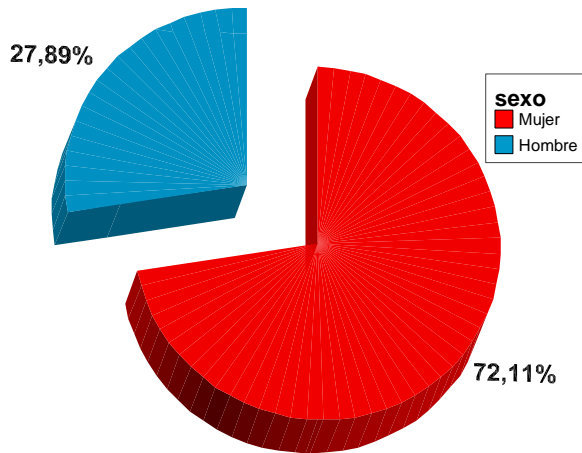
REALIZACIÓN: Consorcio Extremeño de Información al Consumidor (INCOEX).

ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

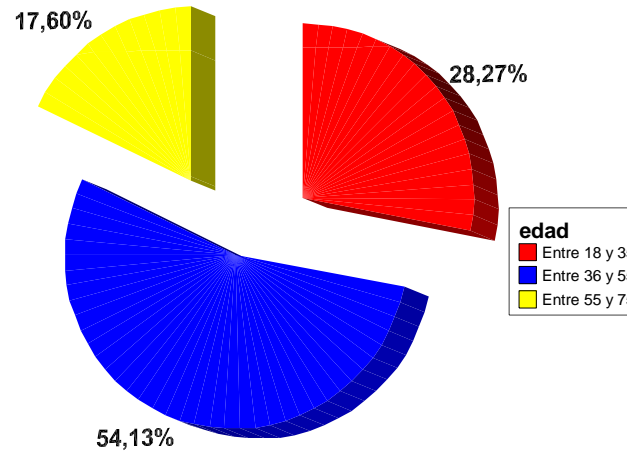
una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura



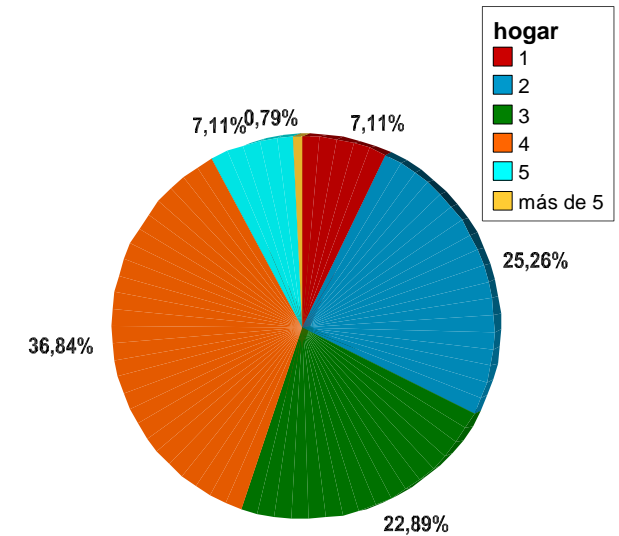
VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS



Sexo: se produce una descompensación respecto a la población real, lógica puesto que la responsable de compra en los hogares suele ser la mujer, como así refleja la elección aleatoria de encuestados.



Edad: se ha segmentado la variable entre jóvenes (hasta 35 años), mediana edad (hasta 55 años), edad madura (más de 55 años).



Hogar: número de personas que conforman el hogar en el periodo de realización de la encuesta.
Media de personas por hogar=3,2.

ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

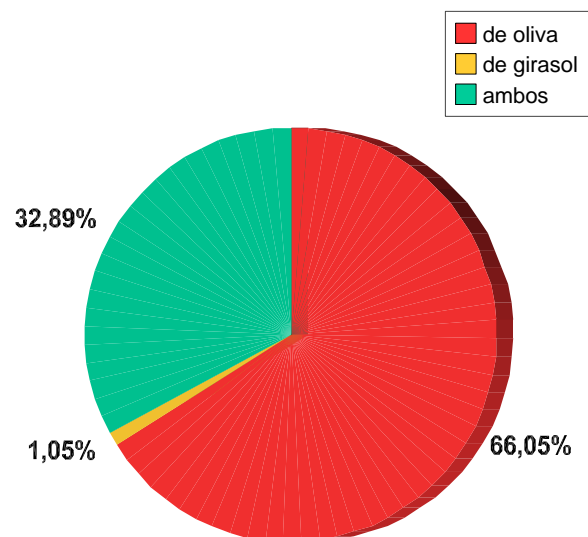
una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura



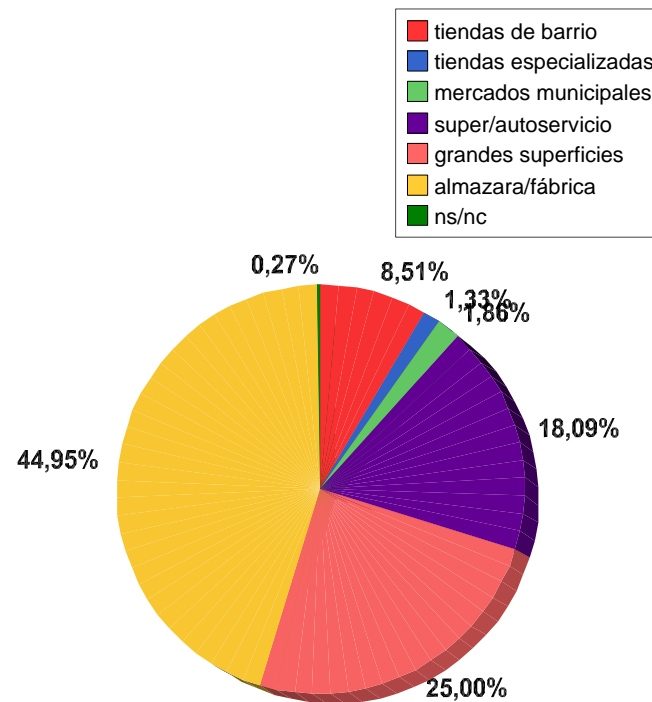
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA

P1.-Tipo de aceite vegetal que consume.



P2.-Dónde compra el aceite de oliva que consume.



ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura



HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA

P3.- Factores que influyen en la elección final de compra de aceite de oliva. Posición en la escala.

FACTORES	Recuento	%Respuestas	%Casos	Posición en escala
CALIDAD	269	72,7%	70,7%	1
PRECIO	170	46,2%	44,7%	2
LA MARCA	111	30,7%	29,2%	3
PROCED. Y VARIEDAD	115	31,8%	30,2%	4
SI ES D.O.	173	48,1%	45,5%	5
ECOLÓGICO	223	62,1%	58,6%	6
OTROS	337	93,9%	88,6%	7

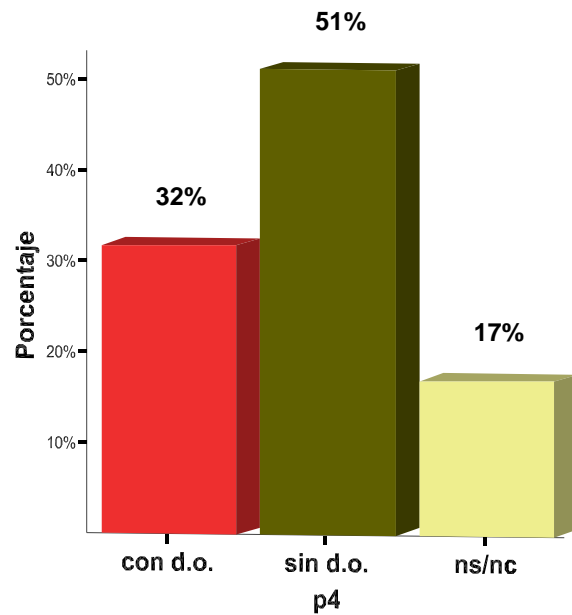
ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura

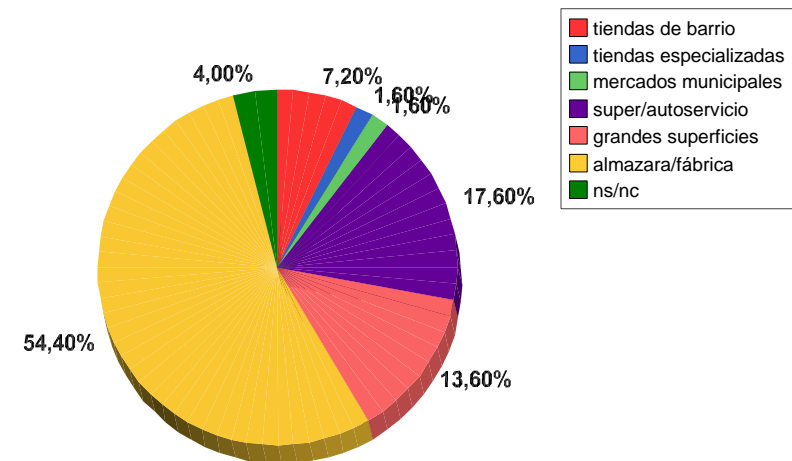


HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA

P4.- Compra del aceite con o sin D.O.



P5.- En caso de D.O. dónde lo adquiere.



ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura

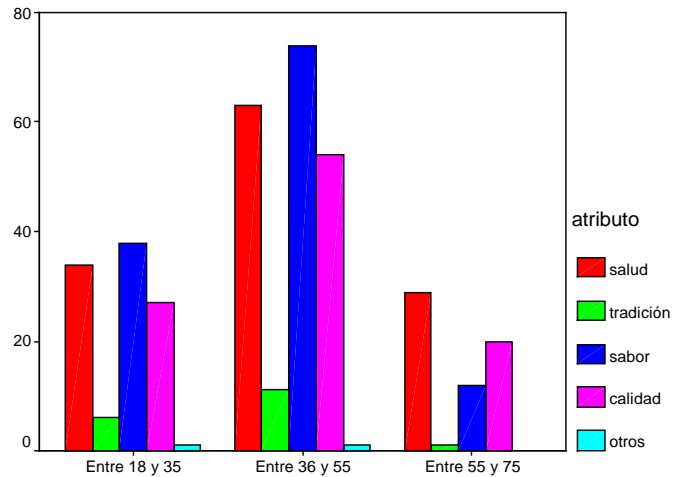


HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA

P6.- Atributo que más valora en el aceite de oliva.

Tabla de contingencia EDAD - ATRIBUTO MÁS VALORADO

% de EDAD		atributo más valorado				
		salud	tradición	sabor	calidad	otros
EDAD	Entre 18 y 35	32,1%	5,7%	35,8%	25,5%	,9%
	Entre 36 y 55	31,0%	5,4%	36,5%	26,6%	,5%
	Entre 55 y 75	46,8%	1,6%	19,4%	32,3%	
Total		33,8%	5,1%	33,5%	27,1%	,5%



EDAD

P7.- Cantidad de aceite de oliva que consumen en el año.

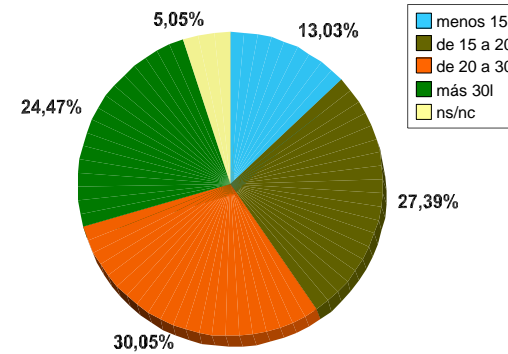


Tabla de contingencia HOGAR - CANTIDAD DE ACEITE DE OLIVA QUE CONSUME AL AÑO

% de HOGAR		cantidad de aceite de oliva que consume al año				
		menos 15l	de 15 a 20l	de 20 a 30l	más 30l	ns/nc
HOGAR	1	44,4%	29,6%	18,5%	7,4%	
	2	22,1%	33,7%	24,2%	16,8%	3,2%
	3	6,9%	28,7%	29,9%	26,4%	8,0%
	4	7,3%	21,9%	38,7%	27,0%	5,1%
	5		29,6%	22,2%	44,4%	3,7%
más de 5					66,7%	33,3%
Total		13,0%	27,4%	30,1%	24,5%	5,1%

ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura

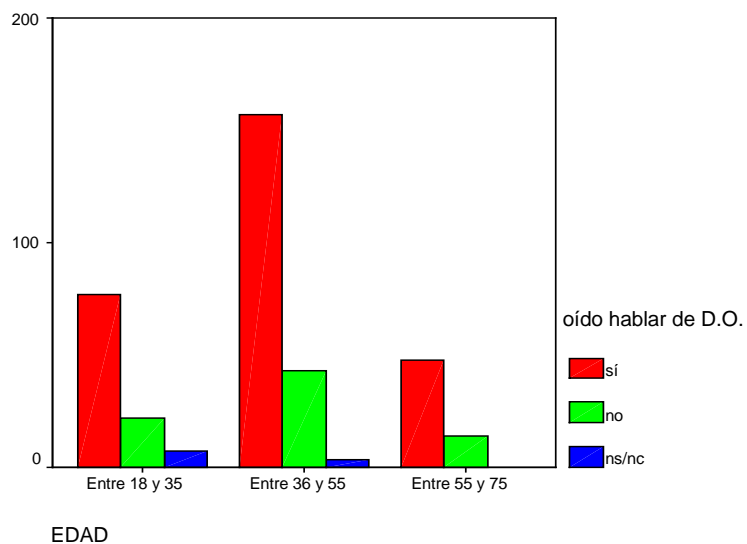


P9.- Ha oído hablar de las D.O de los aceite de oliva.

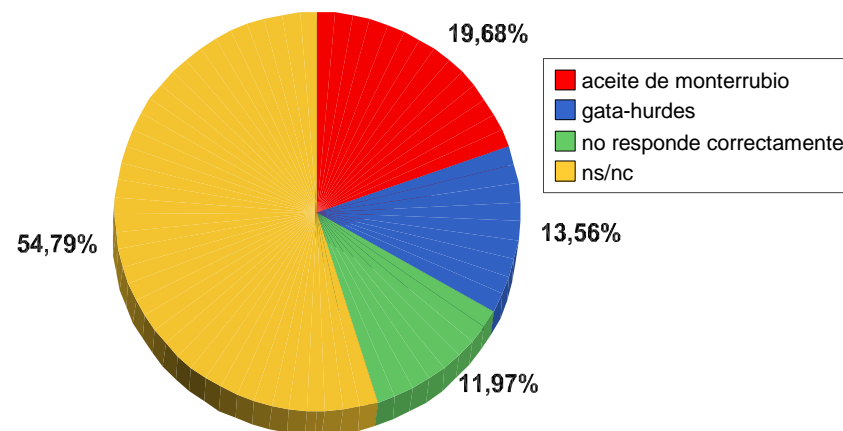
Tabla de contingencia EDAD - HA OÍDO HABLAR DE LAS D.O.

% de EDAD

		ha oído hablar de las D.O.		
		sí	no	ns/nc
EDAD	Entre 18 y 35	72,6%	20,8%	6,6%
	Entre 36 y 55	77,3%	21,2%	1,5%
	Entre 55 y 75	77,4%	22,6%	2,7%
Total		75,5%	21,8%	2,7%



P10.- Nombre de alguna D.O de aceite de oliva.



ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura

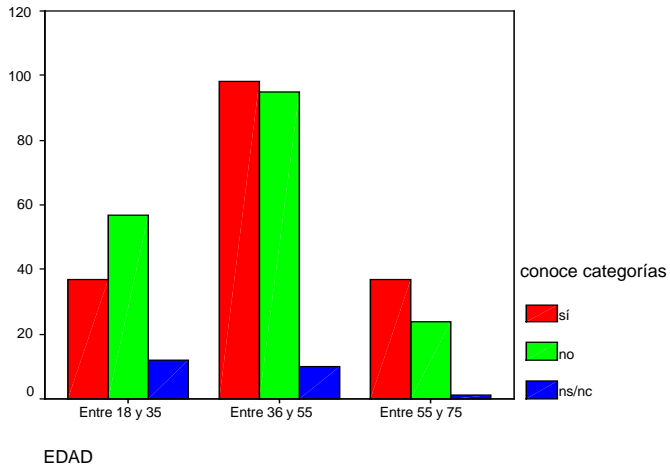


P8.- Conoce las categorías comerciales del aceite de oliva.

Tabla de contingencia EDAD - CONOCE CATEGORÍAS COMERCIALES

% de EDAD

		conoce categorías comerciales		
		sí	no	ns/nc
EDAD	Entre 18 y 35	34,9%	53,8%	11,3%
	Entre 36 y 55	48,3%	46,8%	4,9%
	Entre 55 y 75	59,7%	38,7%	1,6%
Total		45,7%	47,9%	6,4%



P13.- Ordene la categorías de aceite de oliva.

AOVE

		Frecuencia	Porcentaje
posición	1	338	88,9
escala	2	21	5,5
	3	12	3,2
Total		371	97,6
Perdidos	Sistema	9	2,4
Total		380	100,0

AOV

		Frecuencia	Porcentaje
posición	1	21	5,5
escala	2	326	85,8
	3	20	5,3
	4	3	,8
Total		370	97,4
Perdidos	Sistema	10	2,6
Total		380	100,0

AO

		Frecuencia	Porcentaje
posición	1	4	1,1
escala	2	18	4,7
	3	263	69,2
	4	85	22,4
Total		370	97,4
Perdidos	Sistema	10	2,6
Total		380	100,0

AOR

		Frecuencia	Porcentaje
posición	1	8	2,1
escala	2	5	1,3
	3	74	19,5
	4	283	74,5
Total		370	97,4
Perdidos	Sistema	10	2,6
Total		380	100,0

aove =1 aov =2 ao =3 aor =4

		Frecuencia	Ns/nc	Porcentaje sobre el total
Válidos	Seleccionado	252	19,0	69,8

ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

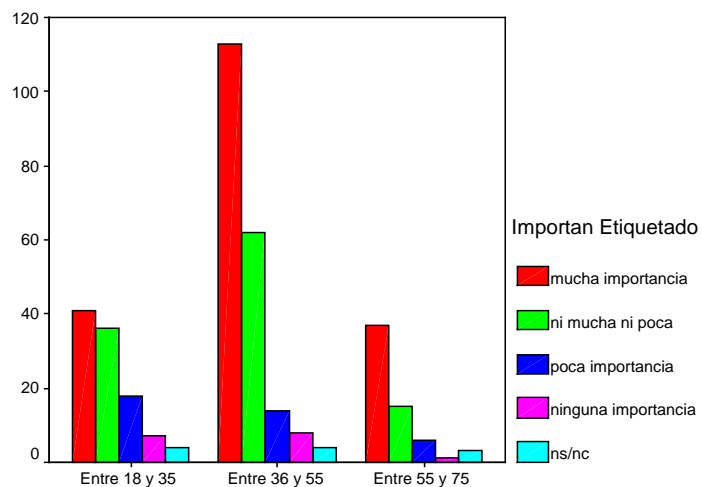
una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura



P11.- Importancia del etiquetado al adquirir aceite de oliva.

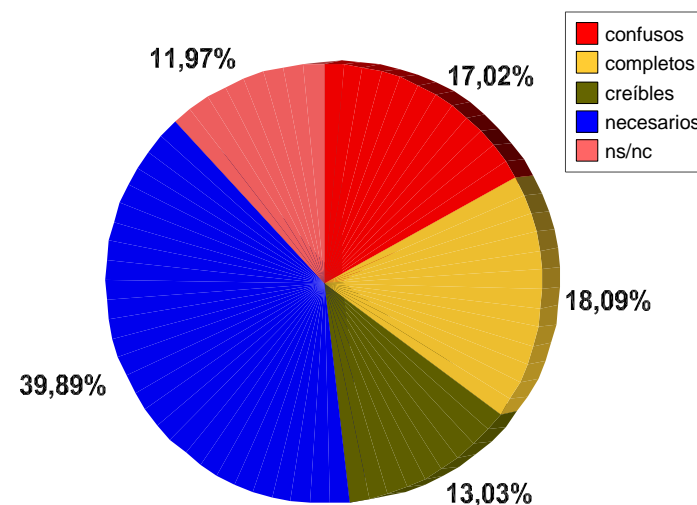
Tabla de contingencia EDAD - IMPORTANCIA DEL ETIQUETADO

% de EDAD		Importancia del etiquetado				
		mucha importancia	ni mucha ni poca	poca importancia	ninguna importancia	ns/nc
EDAD	Entre 18 y 35	38,7%	34,0%	17,0%	6,6%	3,8%
	Entre 36 y 55	56,2%	30,8%	7,0%	4,0%	2,0%
	Entre 55 y 75	59,7%	24,2%	9,7%	1,6%	4,8%
Total		51,6%	30,5%	10,4%	4,3%	3,2%



EDAD

P12.- Los etiquetados los encuentra:



ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura

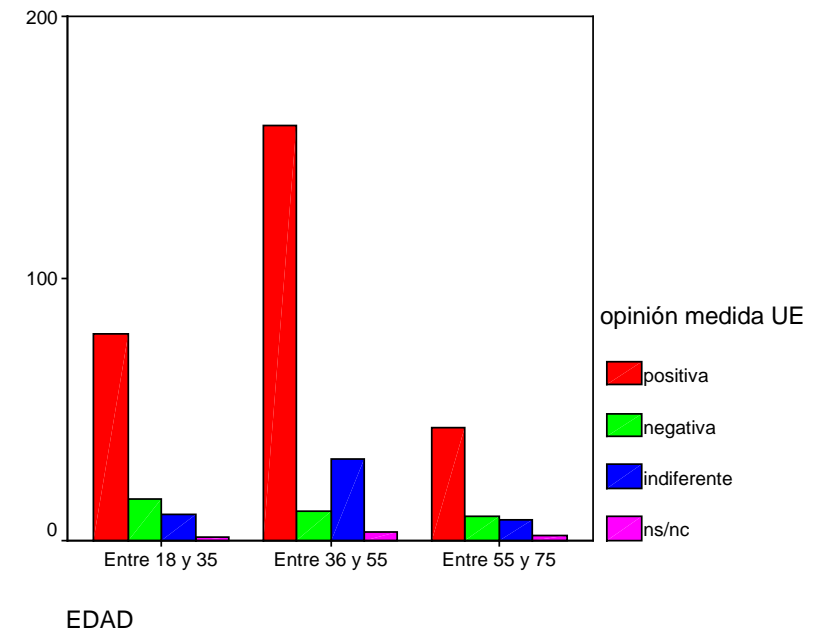


P14.- Opinión sobre la medida de la UE, que obliga a los bares y restaurantes a ofrecer el aceite de oliva en formato mono dosis o en botellas no rellenables.

Tabla de contingencia EDAD - OPINIÓN SOBRE LA MEDIDA DE LA UE

% de EDAD

		opinión sobre la medida de la UE			
		positiva	negativa	indiferente	ns/nc
EDAD	Entre 18 y 35	74,5%	15,1%	9,4%	,9%
	Entre 36 y 55	77,8%	5,4%	15,3%	1,5%
	Entre 55 y 75	69,4%	14,5%	12,9%	3,2%
Total		75,3%	9,6%	13,6%	1,6%



ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura



CONCLUSIONES GENERALES

► **Extremadura es una región eminentemente productora y consumidora de aceite de oliva, y así se refleja en los datos recogidos en relación al tipo de aceite que se consume en los hogares extremeños, de forma contundente. El 66% de los encuestados consume solamente aceite de oliva en sus hogares, mientras que el 33% consume aceite de oliva y también aceite de girasol. Tan sólo un 1% de los encuestados consume aceite de girasol exclusivamente.**

► **Preguntados acerca de dónde compran el aceite de oliva que consumen, un porcentaje importante lo hace “directamente de almazaras/fábricas”, el 45%. Este hecho pone de manifiesto la facilidad y accesibilidad en nuestra región, para adquirir aceite de oliva de calidad en la misma fábrica. El 25% adquiere el aceite de oliva en “grandes superficies comerciales”, y un 16% en “supermercados/autoservicio”. En menor medida “las tiendas de barrio”, el 8%, o “tiendas especializadas”, que no llega al 2%.**

► **En el caso de los factores que influyen en la elección final de compra del aceite de oliva, “la calidad” y “el precio” han sido los principales factores situados por los encuestados en los dos primeros puestos de la escala. Les siguen correlativamente “la marca”, “la procedencia y la variedad de la aceituna”, y en los últimos puestos de la escala “si es D.O.”, “si es ecológico” y “otros”. Teniendo en cuenta que “la calidad” como factor final de compra no es cuestionada sobre todo en nuestra región, destaca “el precio” como el siguiente factor de importancia a la hora de adquirir aceite de oliva. Es decir, se busca lo económico dentro de la calidad que se espera de nuestros aceites.**

ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura



CONCLUSIONES GENERALES

► Más de la mitad de los encuestados adquieren el aceite de oliva “sin D.O.”, un 51%. El 17% opta por “ns/nc”, no sabe o no contesta, seguramente por su desconocimiento sobre las D.O. El dato que más destaca es que un 32% dice adquirirlo “con D.O.”, sin embargo, de éstos, la mitad no conocen o responden de forma incorrecta cuando se les pregunta por el nombre de alguna Denominación de Origen de aceite de Extremadura.

► En cuanto al atributo que más valoran, si miramos la tabla de contingencia y el gráfico, observamos que “la salud” y “el sabor” son los atributos más valorados, seguidos muy de cerca por “la calidad”. Sobre todo destaca la opción “la salud” en los encuestados de “entre 55 y 75 años” con un 46,8%, que pone de manifiesto la asociación del consumo de aceite de oliva con aspectos saludables de nuestra dieta. Los encuestados de mediana edad “entre 35 y 55 años” valoran “el sabor” por encima del resto de atributos.

► Preguntados sobre la cantidad de aceite que consumen por hogar al año, observamos que la etiqueta de valor que más se señala es “entre 20 y 30 litros”, por lo que se puede deducir que la media por hogar se puede establecer en unos 25 litros/año aproximadamente. Por otra parte, si analizamos el consumo según el número de miembros del hogar, observamos que a medida que aumenta éste, aumenta la cantidad consumida por año.

► Es importante destacar que el 75% de los encuestados manifiestan que “han oído hablar de las D.O. del aceite de oliva”, mientras que casi el 22% afirma no haber “oído hablar de las D.O.” y el 2,7% no sabe o no contesta. Sin embargo, y aunque es notable el porcentaje que afirma conocer las D.O., preguntados por el nombre de alguna D.O. de aceite de oliva en Extremadura, el 55% de los encuestados responden que “no saben o no contestan”, y un 12% responde pero lo hace de forma incorrecta. El 20% afirma conocer la D.O. Aceite Monterrubio, y el 13% la D.O. Gata-Hurdes.

ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura



CONCLUSIONES GENERALES

► **En cuanto a las categorías comerciales de los aceites de oliva, el 48% manifiestan no tener conocimiento de las distintas categorías, sin embargo, cuando se les pide que las ordenen de mayor a menor según la calidad, casi el 70% lo hace correctamente, lo que hace pensar que se desconoce el concepto de “categoría comercial” pero sí conocen su denominación según la calidad.**

A la hora de ordenarlas en una tabla de mayor a menor calidad, el porcentaje que sitúa el “aceite oliva virgen extra” correctamente en primer lugar, es muy alto. Igualmente ocurre con el segundo lugar que dan correctamente al “aceite de oliva virgen”. Sin embargo se produce mayor confusión con el tercer y cuarto puesto, “aceite de oliva” y “aceite de oliva refinado”.

► **Más de la mitad de los encuestados, el 51,6% dan “mucho importancia” a los etiquetados del envasado del aceite de oliva. El 30% da “ni mucha ni poca” y el 10% “poca importancia”. Tan sólo el 4,2% da “ninguna importancia”. Por otra parte, el 40% encuentra los etiquetados “necesarios” y destaca que sólo un 18% los encuentra “completos”. Del resto, el 17% los encuentra “confusos” y un 13% “creíbles”.**

► **En cuanto a la opinión sobre la medida de la UE, que obliga a los bares y restaurantes a ofrecer el aceite de oliva en formato mono dosis o en botellas no rellenables, es de destacar el porcentaje que opina que es “Positiva”, un 75%. Les resulta “indiferente” al 13,6% y “negativa” al 9,6%.**

ENCUESTA COMPRA Y CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA:

una visión general del perfil del consumidor de Aceite de Oliva en Extremadura