



ANÁLISIS DE  
RESULTADOS  
ESTUDIO DE  
MERCADO

COOPERATIVA  
EDUCATIVA  
OLEODESIGN

### *Introducción.*

El aceite de oliva virgen extra (AOVE) es un producto muy apreciado en muchas cocinas y hogares, no solo por su sabor, sino también por los beneficios que aporta a la salud. En los últimos años, cada vez más personas buscan productos de mayor calidad, lo que ha cambiado la forma en que compran y ha abierto nuevas posibilidades para el mercado.

Además, el AOVE ha pasado a ser un alimento de uso diario y también un regalo con significado en épocas especiales como la Navidad, sobre todo cuando se busca regalar algo auténtico y relacionado con la tierra.

Por otro lado, el crecimiento de las compras por internet ha transformado cómo la gente elige este tipo de productos, permitiendo comparar más fácilmente y acceder a una oferta más amplia desde casa.

Este estudio busca entender mejor qué piensa, qué espera y cómo actúa el consumidor frente a un producto tan valioso y tradicional, que está viviendo una transformación en la manera de comprarse y venderse.

### *- Metodología.*

Vamos a hacer una encuesta a partir de hoy, con la idea de conseguir al menos 100 respuestas en los próximos días. Queremos que esta muestra sea amplia y refleje la opinión real de los usuarios de la cooperativa de aceite de Jaén.

Para lograrlo, hemos preparado un cuestionario sencillo y fácil de entender, que repartiremos por internet, para que pueda participar todo el que quiera.

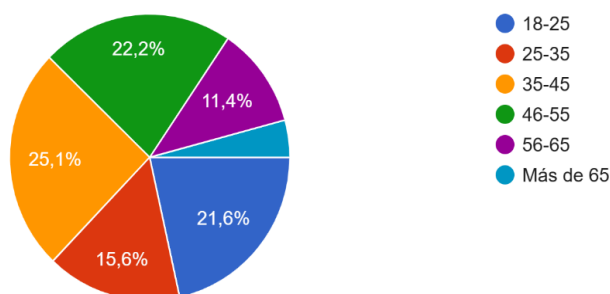
Con esta encuesta, recogeremos información directa y actual sobre cómo ve la gente la calidad del servicio, la gestión de la cooperativa y su satisfacción general. Estos datos son claves para entender mejor las necesidades del sector del aceite en Jaén y elaborar un estudio útil y fiable.

## - Evaluación de resultados

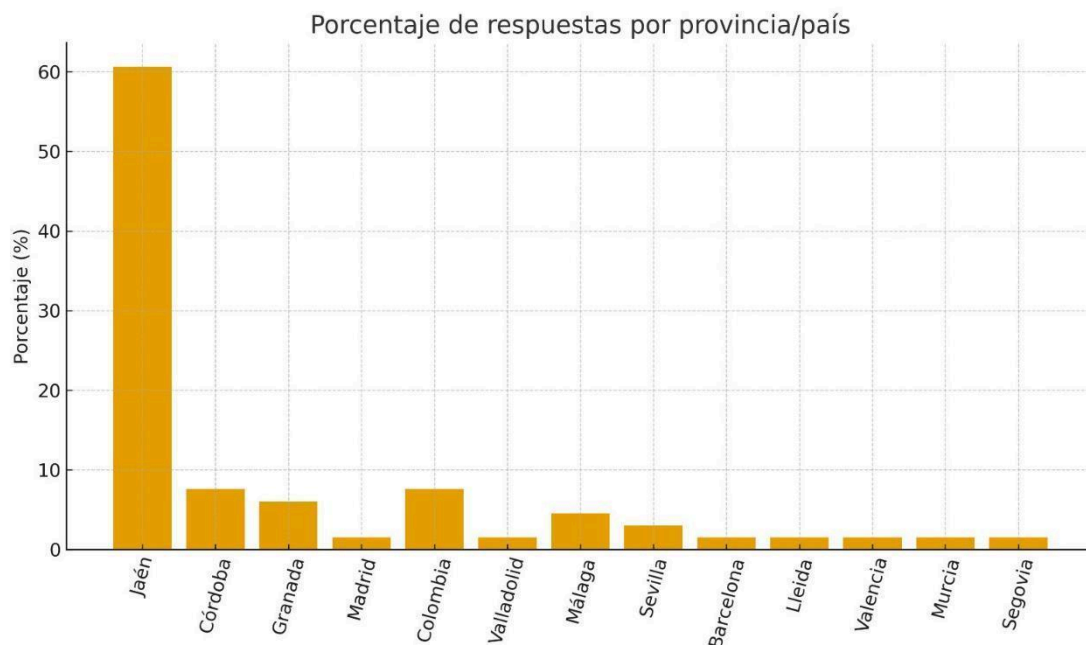
### → DATOS BÁSICOS DEL CONSUMIDOR

Edad

167 respuestas



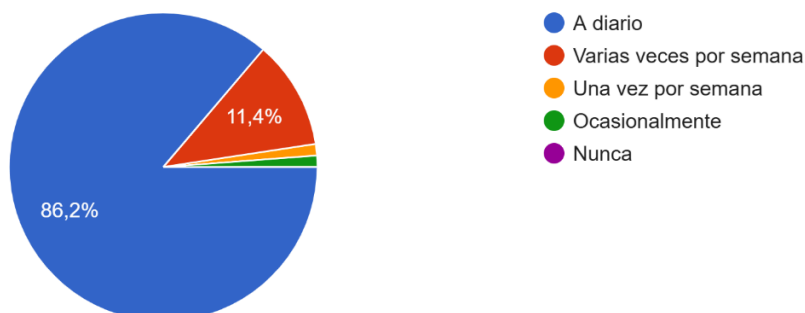
La gráfica muestra que la mayoría de personas que respondieron a la encuesta tienen entre 35 y 45 años. También hay bastante gente entre 46 y 55 años, y entre 18 y 25 años, así que han participado tanto jóvenes como adultos. En cambio, hay menos respuestas de personas entre 25-35 años, 56-65 años y sobre todo de los mayores de 65 años.



La gráfica muestra que la mayoría de personas que han respondido a la encuesta son de Jaén. Después aparecen provincias como Córdoba y Granada, y países como Colombia, aunque con un número de respuestas mucho menor. El resto de provincias solo aportan unas pocas participaciones.

¿Con qué frecuencia consumes Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE)?

167 respuestas

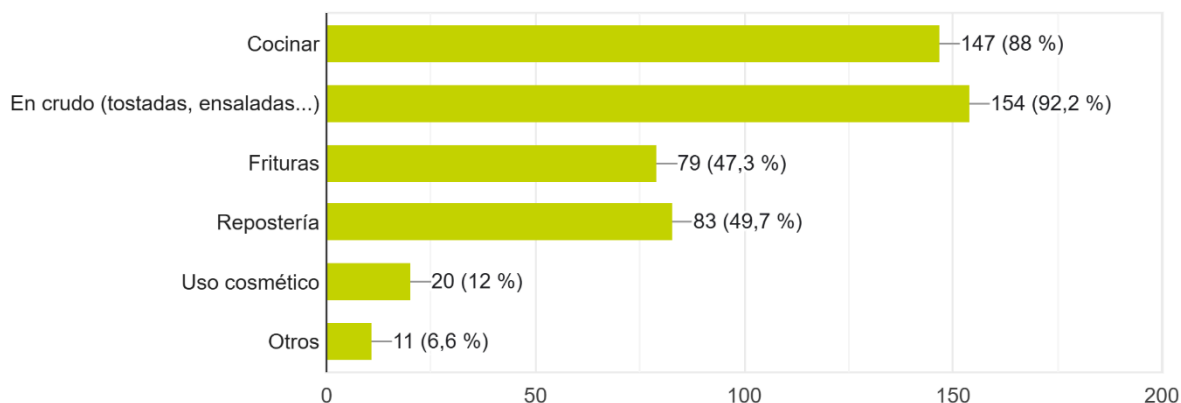


La gráfica deja muy claro que la mayoría de personas usa Aceite de Oliva Virgen Extra todos los días. Un grupo bastante más pequeño lo usa varias veces por semana, y a partir de ahí las demás opciones, apenas tienen peso.

### → HÁBITOS DE USO DEL AOVE

¿Para qué utilizas principalmente el AOVE?

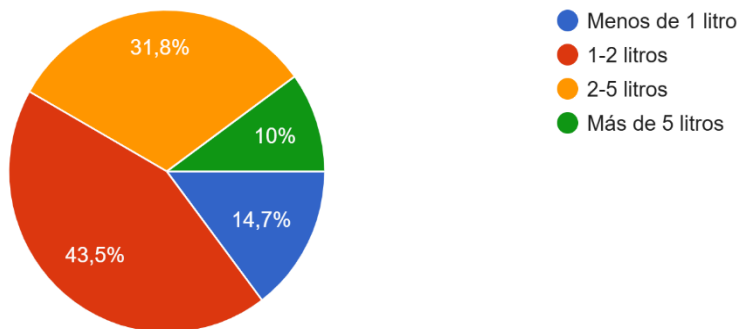
167 respuestas



La encuesta deja claro que la gente usa el aceite de oliva virgen extra principalmente para comerlo en crudo y para cocinar. También lo emplean para freír y en dulces, pero la mitad de las personas lo hace, así que no es tan común. Muy pocos lo usan para cosas que no sean comer, como en cremas o cosméticos.

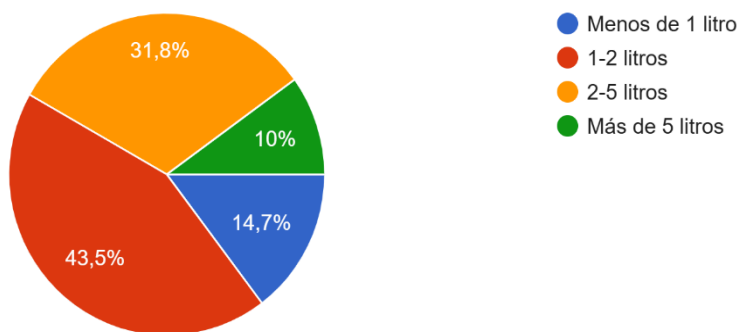
¿Qué cantidad aproximada consumes al mes?

170 respuestas



¿Qué cantidad aproximada consumes al mes?

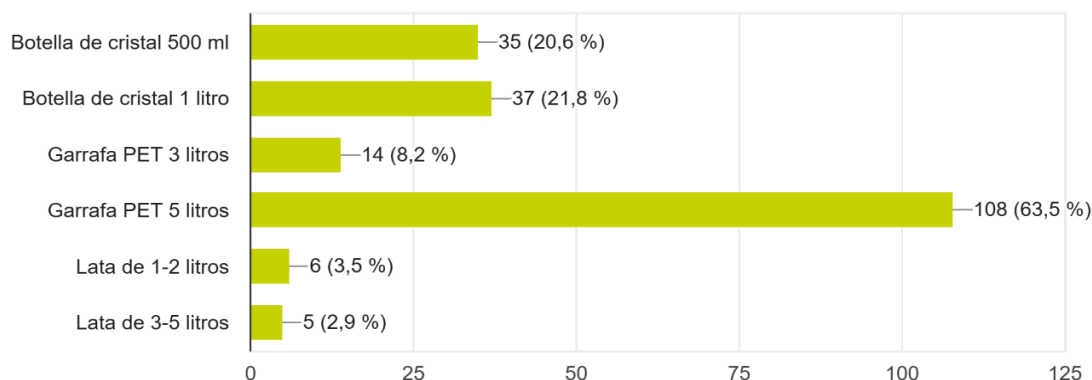
170 respuestas



Los resultados muestran que la mayoría de las personas consumen una cantidad de aceite de oliva virgen extra al mes entre 1 y 2 litros. Casi una tercera parte usa menos de un litro. Solo un pequeño grupo consume cantidades altas, de más de 2 litros mensuales.

## ¿Qué formato prefieres habitualmente?

170 respuestas



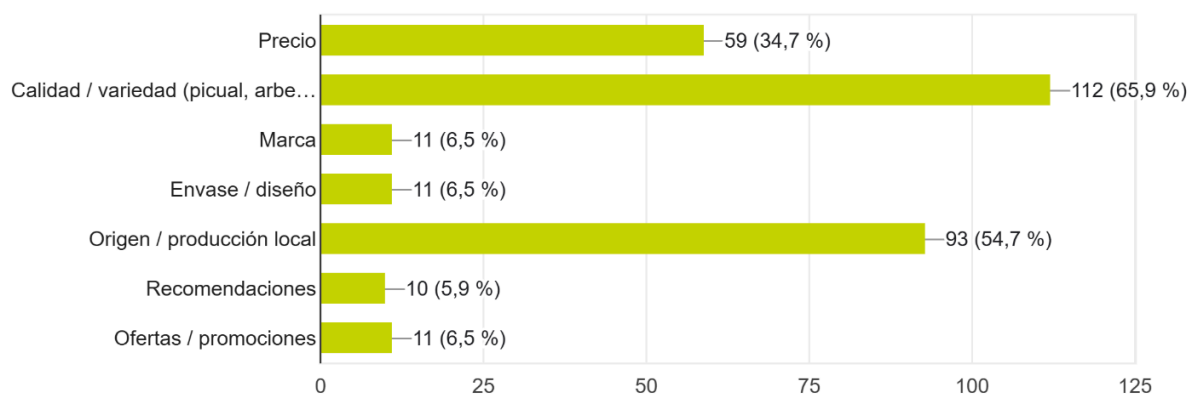
La encuesta sobre el formato preferido para comprar aceite de oliva muestra que las personas se dividen principalmente en dos grupos:

- El grupo mayoritario (más del 60%) prefiere la garrafa grande de plástico de 5 litros.
- El otro grupo importante (alrededor del 20% para cada uno) elige botellas de cristal, ya sea de medio litro o de litro.

Los demás formatos, como latas o garrafas más pequeñas, tienen menos preferencia entre los encuestados.

## ¿Qué factores influyen más en tu decisión de compra?

170 respuestas



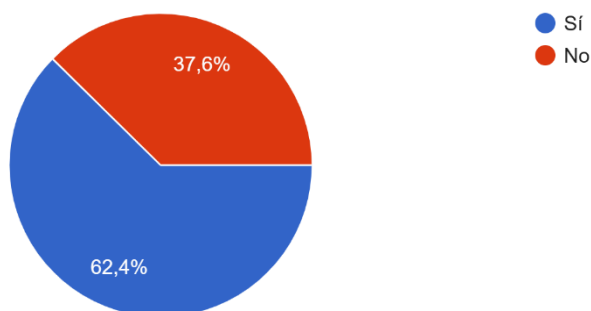
Los resultados dejan muy claro por qué la gente elige un aceite de oliva virgen extra u otro. Lo que más importa, con diferencia, es:

- La calidad y el tipo de aceite (por ejemplo, si es picual, arbequina...).
- Que sea de origen local o de un lugar concreto.
- El precio, aunque importa, no es lo más decisivo, y otros factores como la marca, el diseño de la botella, las ofertas o las recomendaciones influyen muy poco.

→ EL AOVE COMO REGALO DE NAVIDAD

¿Has regalado alguna vez AOVE en Navidad?

170 respuestas

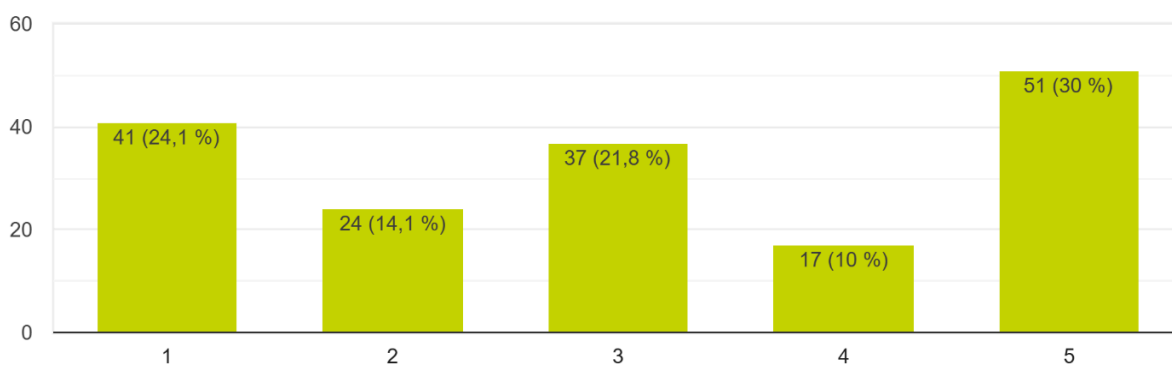


La encuesta revela que el aceite de oliva virgen extra, ya es un regalo navideño para la mayoría de los que respondieron. Más de 6 de cada 10 personas, dijeron que sí lo han regalado en estas fechas.

Sin embargo, todavía hay un grupo importante (casi 4 de cada 10) que no lo ha hecho.

Probabilidad de regalar AOVE esta Navidad

170 respuestas

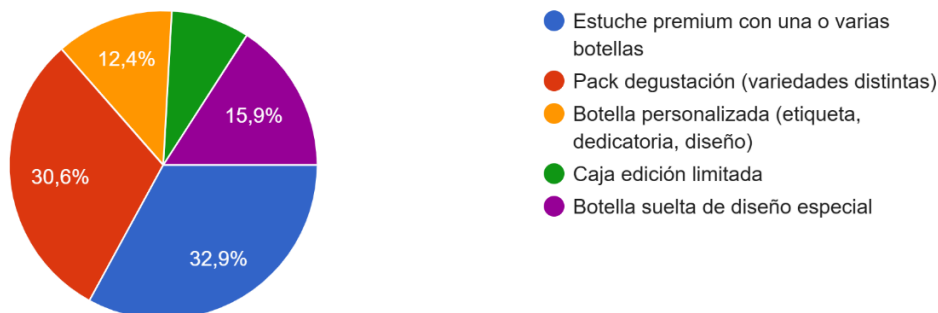


Los resultados sobre la intención de regalar AOVE estas Navidades reflejan que por un lado, más de la mitad de las personas encuestadas (un 54,1%) tienen muchas ganas de regalarlo, y un grupo importante (3 de cada 10) lo tiene totalmente decidido.

Por otro lado, casi 1 de cada 4 personas (24,1%) no tiene pensado regalarlo, y otro 21,8% está en duda.

## ¿Qué formato te atrae más para un regalo de AOVE?

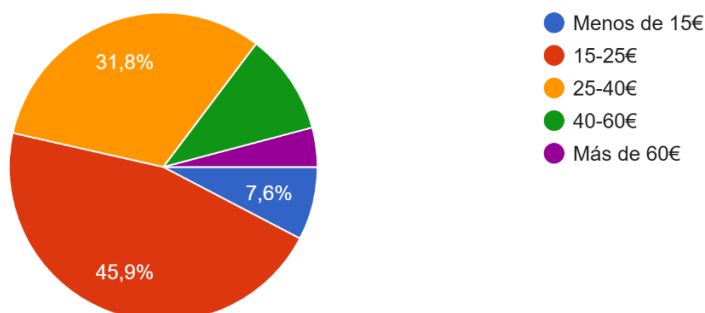
170 respuestas



La encuesta deja claro cómo le gusta a la gente regalar aceite de oliva virgen extra. Lo más popular es regalar varias variedades para probar (pack degustación) o una botella personalizada. También gustan los estuches premium que dan sensación de ser un regalo cuidado. En cambio, una botella suelta de diseño especial o una caja de edición limitada, interesan mucho menos.

## ¿Cuánto estarías dispuesto/a a gastar en un regalo de AOVE?

170 respuestas



La encuesta deja muy claro cuánto está dispuesta a pagar la gente por regalar aceite de oliva virgen extra:

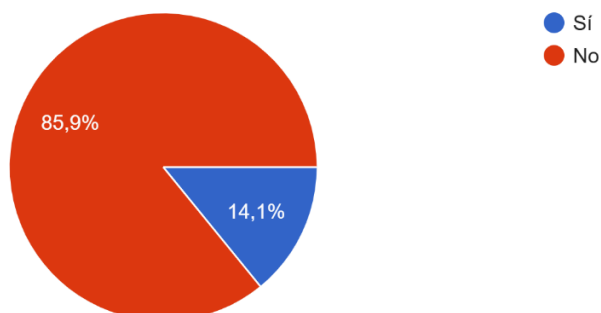
- El precio que más gente ve como adecuado está entre 15 y 25 euros. Casi la mitad de los encuestados elegiría algo en ese rango.
- Si sumamos a quienes gastarían menos de 15 euros, resulta que más de la mitad de las personas pagarían hasta 25 euros como máximo por este regalo.
- Muy poca gente estaría dispuesta a pagar más de 40 euros, y nadie (según la encuesta) más de 60 euros.



→ **COMPRA DE ACEITE ONLINE**

¿Has comprado alguna vez AOVE por Internet?

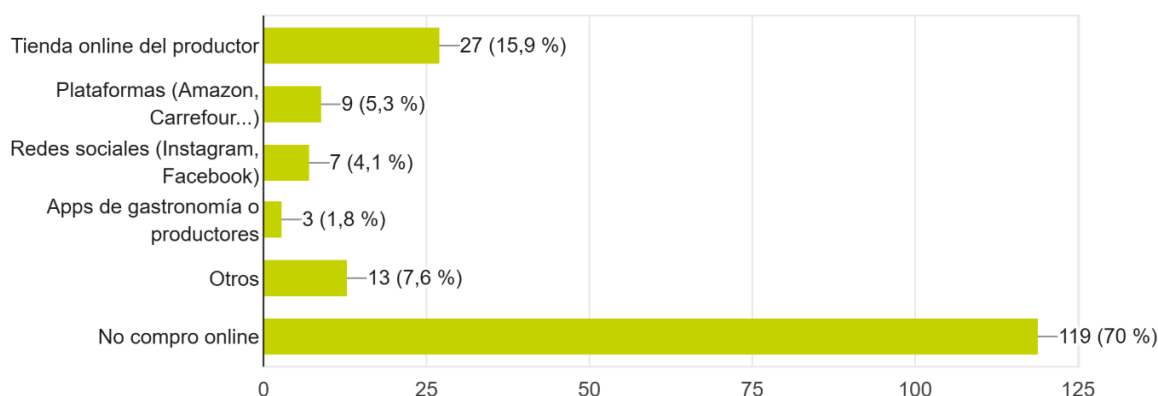
170 respuestas



La encuesta sobre la compra online de AOVE muestra una realidad muy clara: la gran mayoría de la gente aún no ha comprado aceite de oliva por internet. casi 9 de cada 10 personas (86%) respondieron que nunca lo han comprado online y solo una pequeña parte (14%) sí lo ha probado.

Si has comprado online, ¿qué vía utilizas normalmente?

170 respuestas



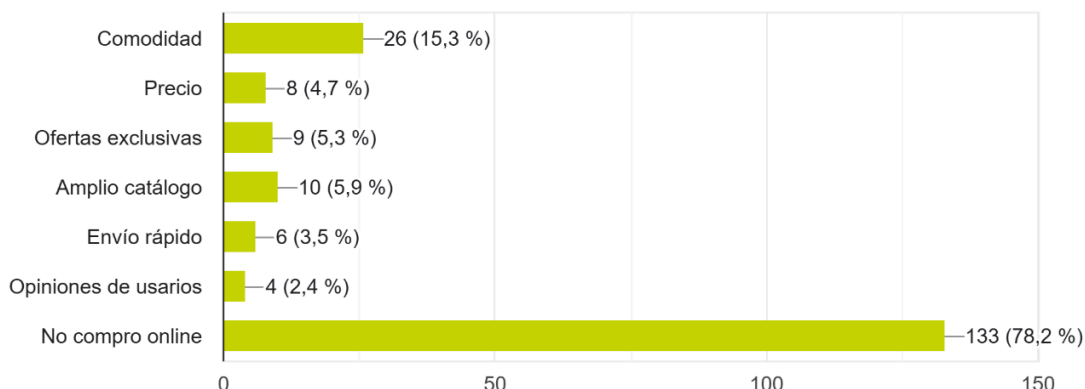
Entre las pocas personas que sí compran aceite de oliva por internet, hay una forma de hacerlo que destaca:

- La mayoría prefiere comprar en la página web del productor o la almazara..
- Otras opciones, como comprar en Amazon, en redes sociales o en apps, se usan muy poco.

El dato más importante, sin embargo, es que la inmensa mayoría (el 86%) no usa ninguna de estas vías porque no compra AOVE online.

## ¿Qué te anima a comprar AOVE online?

170 respuestas



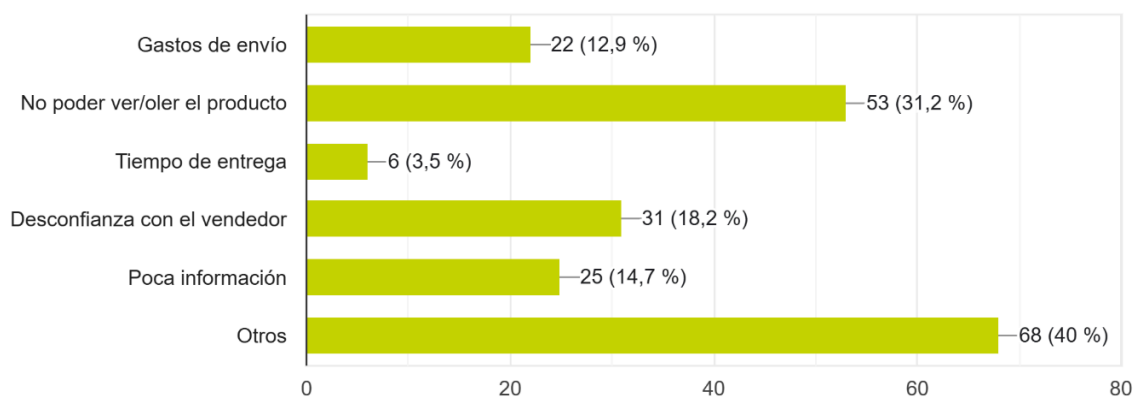
Los resultados muestran que casi 8 de cada 10 personas (78%) respondieron "No compro online", lo que indica que ni siquiera se lo plantean como opción.

Entre quienes sí compran online, el motivo principal es la comodidad (poder recibirlo en casa).

Otros factores como el precio, las ofertas, la variedad o las opiniones de otros usuarios apenas influyen en la decisión de comprar por internet.

## ¿Qué frena tu compra online de AOVE?

170 respuestas



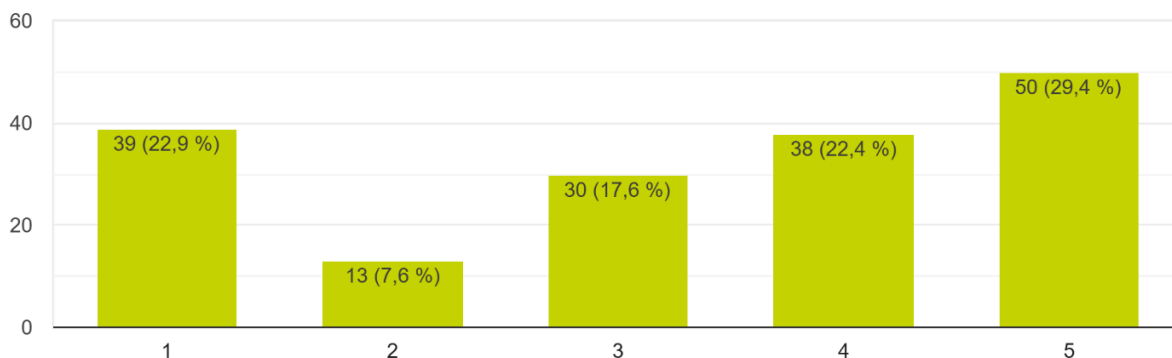
La encuesta deja claro lo que frena a la gente para comprar aceite de oliva por internet:

- La razón principal (más del 31%) es que no encuentran suficiente información sobre el producto en la web.
- El segundo motivo importante (18%) es no poder ver ni oler el aceite antes de comprarlo, algo que sí se puede hacer en una tienda física.
- Otros frenos como los gastos de envío o la desconfianza en el vendedor también importan, pero menos.

Además, un 40% eligió "otros", lo que incluye a quienes no se plantean comprarlo online, como hemos visto antes.

## Importancia del diseño del envase al comprar online

170 respuestas



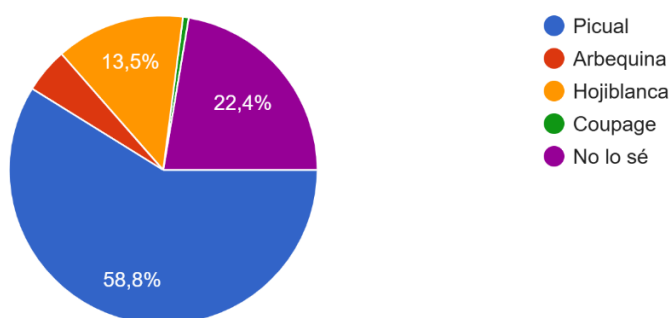
La gente no se pone de acuerdo sobre lo importante que es que la botella sea bonita al comprar aceite de oliva por internet, pero en general sí le dan importancia:

- Hay un grupo al que le importa mucho (un 29,4%) y otros dos a quien le importa muy poco (25,2%).
- Si sumamos a quienes le dan una importancia media o alta, resulta que casi para tres cuartas partes de las personas (74,8%), el diseño sí es algo a tener en cuenta cuando compran online.

## → PREFERENCIAS Y VALORACIÓN GENERAL

### ¿Qué variedad consumes más frecuentemente?

170 respuestas



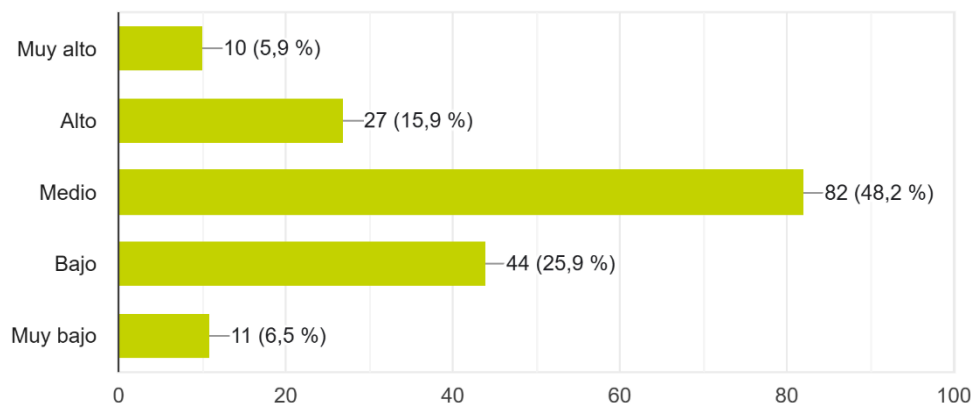
La encuesta sobre la variedad de aceite que más se consume deja un resultado muy claro:

- La variedad Picual es la favorita. Casi 6 de cada 10 personas (59%) la consumen más a menudo.
- En segundo lugar, pero bastante por detrás, está la variedad Arbequina (22%), que también tiene un público fiel.

- Otras variedades como la Hojiblanca o las mezclas (coupage) se consumen mucho menos, y muy poca gente (solo un 5%) dice no saber qué tipo toma.

¿Qué nivel de conocimiento tienes sobre AOVE?

170 respuestas

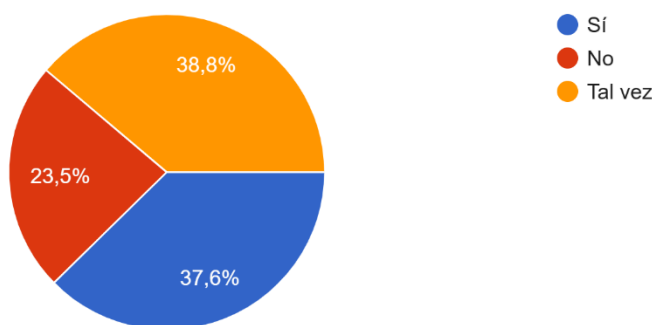


Los resultados sobre el conocimiento del aceite de oliva virgen extra muestran una percepción bastante realista y humilde por parte de los consumidores:

- La mayoría de las personas (48,2%) cree tener un conocimiento medio, saben lo básico, pero, no se consideran expertos.
- Un grupo importante (32,4%) admite tener un conocimiento bajo o muy bajo, casi 1 de cada 3 personas siente que le falta información.
- Solo una minoría (21,8%) se considera con un conocimiento alto o muy alto.

¿Te gustaría recibir información o asistir a catas de AOVE?

170 respuestas



La encuesta muestra que a la gran mayoría de las personas les interesa saber más sobre el aceite de oliva virgen extra, casi 4 de cada 10 (38,8%) contestaron que sí. Otro 37,6% dijo "tal vez", estando abiertos a la idea si se les presenta una buena oportunidad y solo alrededor de 1 de cada 4 (23,5%) dijo que no le interesa.

## **- Conclusiones.**

Basándonos en la información de la encuesta, concluimos que los consumidores tienen cinco demandas principales con sus hábitos y valores:

### **1. Calidad e identidad local por encima de todo.**

Los compradores buscan un producto de alta calidad y con origen local. El tipo de aceituna (Picual o Arbequina) es un factor importante. El precio, aunque se tiene en cuenta, no es prioritario. Demandan transparencia y autenticidad.

### **2. Formato y presentación adaptados a su uso real.**

Existen dos perfiles de compra claros:

- Consumo habitual (económico): prefieren garrafas grandes (5L PET) para el uso diario.
- Consumo selectivo y regalo (calidad premium): prefieren botellas de cristal (0.5L o 1L) o packs especiales (degustación o personalizados). Prefieren opciones que se adapten a sus necesidades: ahorro para el día a día y delicada presentación para ocasiones especiales.

### **3. El AOVE como regalo: experiencia, no solo producto.**

El aceite es un regalo navideño consolidado, pero piden que el formato aporte un valor extra. Los packs de degustación y las botellas personalizadas son los más atractivos.

El rango de precio considerado ideal está entre 15€ y 25€. Quieren un regalo con sentido, experiencia y un toque personal, no una simple botella.

### **4. Más y mejor información para comprar con confianza (especialmente online).**

Existe una gran oportunidad en la venta online, pero la principal barrera es la falta de información suficiente en la web (origen, tipo de aceituna o características), y la imposibilidad de ver y oler el producto. Reclaman contenidos claros que les den la misma seguridad que tendrían en una tienda física. Prefieren comprar en la web del productor, lo que refuerza la necesidad de confianza y cercanía.

### **5. Educación y experiencia para consolidar su conocimiento.**

La mayoría se describe con un conocimiento medio o bajo y muestra un alto interés en aprender más. Demandan formación y experiencias (catas, talleres e información) que les ayuden a apreciar mejor las variedades, usos y cualidades del AOVE, lo que a su vez puede fidelizarlos y animarlos a explorar gamas más altas.

## **- Recomendaciones para el producto.**

Con base en los resultados de la encuesta, aquí presentamos recomendaciones estratégicas concretas para mejorar la comercialización, la comunicación y la experiencia del cliente con el AOVE:

### **1. Sobre el producto y su presentación**

- Diferenciar claramente las variedades en el etiquetado, destacando la Picual (como principal) y la Arbequina, con información clara sobre su sabor y usos recomendados.
- Crear "Packs Experiencia": lo más demandado. Por ejemplo:
  - "Descubre Jaén": pack con 3 botellitas de Picual, Arbequina y Coupage.
  - "AOVE del Buen Chef": pack con AOVE para cocinar + uno para en crudo, con recetas incluidas.

### **2. Sobre la venta online**

- Reforzar la tienda online propia. Asegúrate de que sea fácil de usar, segura y con información de cada producto: fotos de alta calidad, origen, tipo de aceituna, fecha de cosecha, notas de cata y sugerencias de uso.
- Incluir "contenido de confianza". Añade vídeos cortos del proceso de producción, testimonios de clientes o explicaciones del maestro almazarero.
- Gestionar los gastos de envío. Ofrece envío gratuito a partir de un cierto importe o promociones para incentivar ese primer pedido.
- Usar la web para educar. Crear una sección de "Guía del AOVE" con artículos sobre variedades, cómo conservarlo y usos en cocina.

### **3. Sobre la comunicación y el marketing**

- Enfocarnos en los pilares clave: el precio debe comunicarse como una inversión en salud y sabor.
- Generar comunidad local organizando catas presenciales, talleres de cocina con AOVE o visitas a la almazara. Es la mejor forma de fidelizar, educar y convertir a los indecisos en compradores seguros.

### **4. Sobre la fidelización y conocimiento del cliente**

- Crear un programa de suscripción: "Club del AOVE" para envíos periódicos de una selección de variedades. Se relaciona con el consumo moderado pero habitual.
- Recopilar y escuchar usando estos datos como base.
- Realizar encuestas más pequeñas y específicas periódicamente para seguir las tendencias.
- Formar a nuestro equipo asegurándonos de que quien atienda en la cooperativa o responda consultas online, pueda transmitir con conocimiento, la información sobre calidad, origen y variedades