



Consumo de aceite de oliva en España

Variables sociales y territoriales

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Profesor de la Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN

En este trabajo se examinan los datos sobre el consumo de aceite de oliva en España atendiendo a las características de los consumidores y estableciendo distintos segmentos de demanda. Se han utilizado datos secundarios procedentes de investigaciones empíricas sobre comportamiento de gasto de los consumidores realizadas para el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. La demanda de aceite de oliva en el hogar varía en función de variables como la condición económica, la presencia de niños, la situación en el mercado laboral, la edad, el número de miembros, el tamaño del municipio de residencia o la tipología del hogar.

PALABRAS CLAVE: aceite de oliva, aceite de oliva ecológico, aceite virgen, aceite virgen extra, consumo, hogares, perfil del consumidor.

Durante el año 2011, los hogares españoles consumieron cerca de 443,1 millones de litros de aceite de oliva y gastaron 1.090 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 9,66 litros de consumo y 23,75 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de oliva no virgen (6,09 litros por persona y año), seguido del aceite de oliva virgen (3,56 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de oliva no virgen concentra el 58,9%, con un total de 14 euros por persona, mientras que el aceite de oliva virgen supone el 41%, con un total de 9,70 euros por persona.

La participación del aceite de oliva ecológico aún resulta reducida en términos per cápita, mientras que, en cifras absolutas se contabiliza un consumo de 1,1 millones de litros y un gasto de 3,7 millones de euros durante el año 2011.

CUADRO 1

Consumo y gasto en aceite de oliva de los hogares, 2011

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (MILLONES LITROS)	PER CÁPITA (LITROS)	TOTAL (MILLONES EUROS)	PER CÁPITA (EUROS)
TOTAL ACEITE DE OLIVA	443,08	9,66	1.090,08	23,75
Oliva ecológico	1,09	0,02	3,74	0,08
Oliva virgen	163,50	3,56	447,78	9,76
Oliva virgen extra	128,91	2,81	363,40	7,92
Resto aceite oliva	279,58	6,09	642,30	14,00

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA DE ACEITE DE OLIVA (2007-2011)

Durante los últimos cinco años, el consumo de aceite de oliva ha aumentado ligeramente –concretamente, 0,2 litros por persona–, aunque el gasto se redujo sensiblemente –cerca de 4,6 euros per cápita–. En el periodo 2007-2011, el gasto y el consumo más elevado se han producido en los años 2008 y 2009, respectivamente (28,6 euros y 9,7 litros por consumidor).

La evolución del consumo per cápita durante el periodo 2007-2011 ha sido diferente para cada variedad de aceite de oliva. Respecto a la demanda de 2007 (índice 100), el consumo de aceite de oliva ecológico se ha multiplicado por 2,5 (índice 247 en el año 2011) a pesar de que durante 2008 y 2009 su demanda se redujo; el aceite de oliva virgen ha experimentado un ascenso moderado (índice 111 en 2011), mientras el aceite virgen extra también mantiene una demanda estable, aunque con una mínima reducción en el año 2011 (índice 99).

Por último, el gráfico 3 resume la participación en el mercado de los diferentes establecimientos que comercializan aceite de oliva y, por tanto, marca cuáles son las preferencias de los hogares a la hora de adquirir este producto. Parece claro que los supermercados son el formato que comercializa mayoritariamente aceite de oliva (alcanzan, por ejemplo, el 52,5% en oliva virgen, el 52,8% en oliva virgen extra y el 62,9% en el resto de aceites de oliva). Para el conjunto de esta familia,

GRÁFICO 1

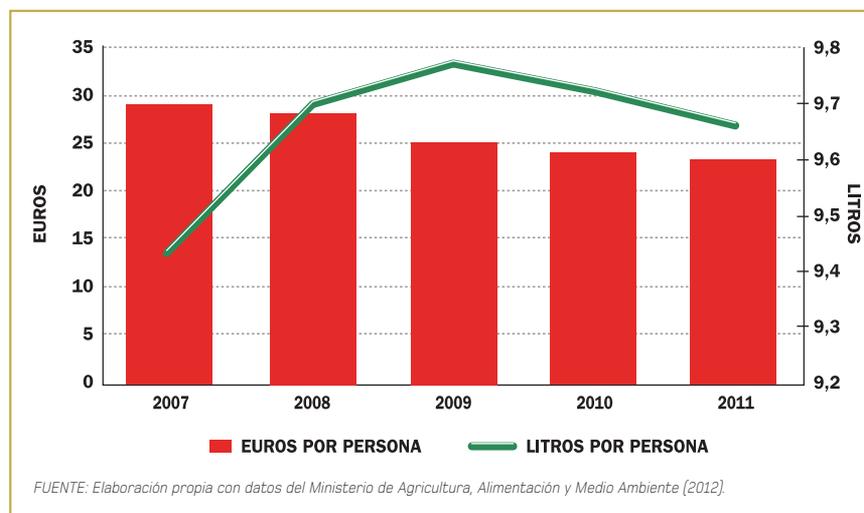
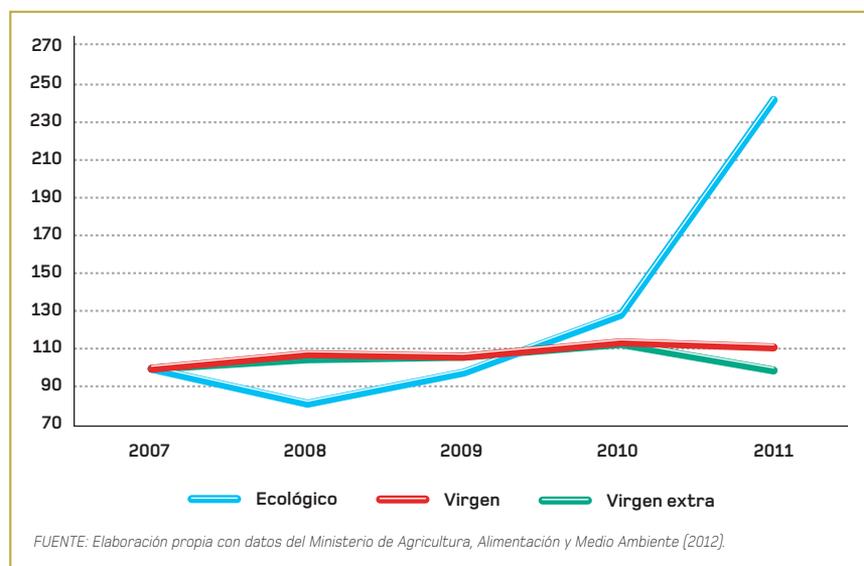
Evolución del consumo y del gasto en aceite de oliva, 2007-2011

GRÁFICO 2

Evolución del consumo por tipos de aceite de oliva (2007=100), 2007-2011

los hipermercados cuentan con una cuota del 27,6% y el comercio especializado está cerca del 2,3%.

El gráfico 3 también refleja, por un lado, la elevada participación de los hipermercados en la comercialización de aceite de oliva ecológico y, por otro lado, la significatividad que para este producto tienen las cooperativas que cuentan con una cuota reseñable.

VARIABLES SOCIALES Y DEMOGRÁFICAS

Los datos anteriores sirven para cuantificar la demanda en el hogar del aceite de oliva en España. No obstante, el consumo de este producto presenta notables particularidades conforme a las características de los hogares. Entre los factores que repercuten, aumentando o minorando, el consumo de aceite de oliva pueden citarse la condición económica, la presencia de niños, la situación en el mercado laboral, la edad, el número de miembros de la unidad familiar, el tamaño del municipio de residencia, la tipología de hogar o la comunidad autónoma. A continuación se reflejan distintas comparaciones para establecer las principales divergencias con el consumo medio en función de todas estas variables.

Condición económica

Con carácter general, los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado de aceite de oliva, mientras que los hogares de clase baja tienen la demanda más reducida (cuadro 2). De forma particular pueden destacarse los siguientes aspectos:

- Los hogares de clase alta tienen una demanda superior a la media en todos los tipos de aceite que, por ejemplo, es más significativa en aceite de oliva virgen (26,6% sobre la media) y aceite virgen extra (33,7% sobre la media).
- Los hogares de clase media cuentan con una demanda bastante pareja al

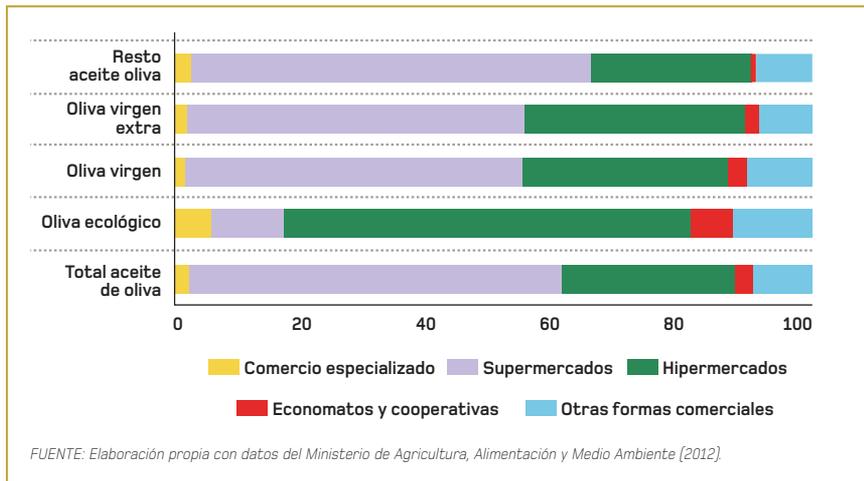


Sabores armónicos, colores intensos, aromas y contrastes, tactos crujientes, sorpresa, belleza, aventura y libertad... Así es la ensalada con tu toque personal: ensalada Virgen. Ponle toda tu imaginación y un buen chorro de aceite de oliva virgen extra Mueloliva. Acertarás siempre.



GRÁFICO 3

Cuota de mercado en la distribución de aceite de oliva en España, 2011. Porcentaje



consumidor medio español, aunque destaca la menor participación de otros aceites de oliva. Su consumo es más elevado, por ejemplo, en aceite de oliva ecológico (12,9% sobre la media).

- Los hogares de clase media baja cuentan con un consumo por debajo de la media en casi todos los tipos de aceite, con la única excepción de otros aceites de oliva.
- En los hogares de clase baja se aprecia un menor consumo relativo en casi todos los tipos de aceite de oliva (especialmente en oliva virgen extra con un -15%).



Presencia de niños en el hogar

En un primer momento puede apuntarse que los hogares sin niños consumen más cantidad de aceite de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años (cuadro 3). De forma particular se observan los siguientes aspectos con respecto a esta variable:

- Los hogares sin niños tienen un consumo superior a la media en todos los tipos de aceite de oliva de aproximadamente un 30% (en el caso del aceite de oliva ecológico es ligeramente inferior, 13,5%).
- Los hogares con niños no cuentan con desviaciones positivas en el consumo de casi ningún tipo de aceite de oliva. Cuando los niños son menores de seis años aparece una demanda

CUADRO 2

Consumo per cápita de aceite de oliva según la condición económica. Litros

	CONSUMO MEDIO	CONDICIÓN ECONÓMICA			
		ALTA Y MEDIA ALTA	MEDIA	MEDIA BAJA	BAJA
TOTAL ACEITE DE OLIVA	9,66	10,65	9,55	9,23	9,18
Oliva ecológico	0,02	0,03	0,03	0,01	0,03
Oliva virgen	3,56	4,51	3,61	3,08	3,21
Oliva virgen extra	2,81	3,76	2,86	2,42	2,39
Resto aceite oliva	6,09	6,14	5,94	6,15	5,97

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

CUADRO 3

Consumo per cápita de aceite de oliva según la conformación del hogar. Litros

	CONSUMO MEDIO	PRESENCIA DE NIÑOS EN EL HOGAR		
		SIN NIÑOS	NIÑOS < 6 AÑOS	NIÑOS 6 A 15 AÑOS
TOTAL ACEITE DE OLIVA	9,66	12,66	4,90	7,14
Oliva ecológico	0,02	0,03	0,03	0,01
Oliva virgen	3,56	4,66	1,81	2,66
Oliva virgen extra	2,81	3,69	1,50	1,97
Resto aceite oliva	6,09	8,01	3,08	4,47

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

menor a la media más significativa en aceite de oliva virgen y en otros tipos de aceite de oliva.

Situación en el mercado de trabajo

Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceite de oliva es superior (cuadro 4); destaca que en todos los tipos de aceite de oliva este colectivo cuenta con una desviación positiva con respecto a la media y sobrepasa la demanda de aceite de oliva virgen (19% sobre la media). Por el contrario, cuando el encargado de comprar está trabajando, el consumo de aceite de oliva resulta sistemáticamente más reducido.

Edad

En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceite de oliva es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza

CUADRO 4

Consumo per cápita de aceite de oliva según la situación en el mercado laboral. Litros

	CONSUMO MEDIO	SITUACIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO	
		ACTIVA	NO ACTIVA
TOTAL ACEITE DE OLIVA	9,66	7,60	11,47
Oliva ecológico	0,02	0,02	0,02
Oliva virgen	3,56	2,79	4,24
Oliva virgen extra	2,81	2,26	3,30
Resto aceite oliva	6,09	4,81	7,22

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).



Casas de Hualdo
aceite de oliva virgen extra

EMBOTELLADO EN LA PROPIEDAD
PRODUCTO DE ESPAÑA

www.CasasDeHualdo.com

FINCA HUALDO
Camino de la Barca s/n
45533 El Cierpo de Tajo
TOLIDO - ESPAÑA
Tél. +34 628171841

avce@casasdehualdo.com
export@casasdehualdo.com
ventas@casasdehualdo.com

ARBEQUINA
ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

PIÑA
ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

CHENICARRA
ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

MANZANILLA
ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

CUADRO 5

Consumo per cápita de aceite de oliva según la edad. Litros

	CONSUMO MEDIO	EDAD			
		< 35 AÑOS	35 A 49 AÑOS	50 A 64 AÑOS	> 65 AÑOS
TOTAL ACEITE DE OLIVA	9,66	5,02	6,91	11,68	16,30
Oliva ecológico	0,02	0,01	0,02	0,04	0,02
Oliva virgen	3,56	1,72	2,50	4,40	6,11
Oliva virgen extra	2,81	1,39	2,03	3,53	4,61
Resto aceite oliva	6,09	3,30	4,41	7,28	10,19

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

CUADRO 6

Consumo per cápita de aceite de oliva según tamaño del hogar. Litros

	CONSUMO MEDIO	TAMAÑO DEL HOGAR				
		1 PERSONA	2 PERSONAS	3 PERSONAS	4 PERSONAS	5 Y MÁS PERSONAS
TOTAL ACEITE DE OLIVA	9,66	16,21	13,15	8,88	7,46	6,95
Oliva ecológico	0,02	0,03	0,03	0,02	0,02	0,02
Oliva virgen	3,56	5,78	5,04	3,37	2,59	2,57
Oliva virgen extra	2,81	4,61	4,04	2,70	2,09	1,74
Resto aceite oliva	6,09	10,44	8,11	5,51	4,87	4,38

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).



una persona que tiene menos de 35 años (cuadro 5). De forma particular aparecen las siguientes peculiaridades en el consumo de aceite de oliva en función de la edad:

- Los menores de 35 años cuentan con desviaciones negativas en la demanda de todos los tipos de aceite de oliva. Las divergencias son especialmente significativas en aceite de oliva virgen (-51,7%) y aceite de oliva virgen extra (50,5%).
- Los mayores de 65 años consumen una cantidad notablemente superior (cerca de un 70% más que la media) en aceite de oliva. La demanda es significativamente superior a la media en otros aceites de oliva (71,3%).

Número de miembros del hogar

Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceite de oliva, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta

CUADRO 7

Consumo per cápita de aceite de oliva según el hábitat de residencia. Litros

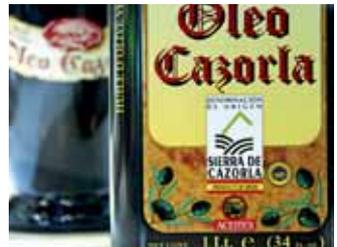
	CONSUMO MEDIO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO				
		< 2.000 HABITANTES	2.000 A 10.000 HABITANTES	10.001 A 100.000 HABITANTES	100.001 A 500.000 HABITANTES	> 500.000 HABITANTES
TOTAL ACEITE DE OLIVA	9,66	9,44	8,41	9,20	10,80	10,60
Oliva ecológico	0,02	0,05	0,01	0,03	0,02	0,02
Oliva virgen	3,56	2,98	2,85	3,39	4,01	4,41
Oliva virgen extra	2,81	2,22	2,21	2,63	3,23	3,58
Resto aceite oliva	6,09	6,46	5,56	5,81	6,79	6,19

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

CUADRO 8

Consumo per cápita de aceite de oliva según el hábitat de residencia. Litros

	CONSUMO MEDIO	LUGAR DE RESIDENCIA	
		ÁREAS NO METROPOLITANAS	ÁREAS METROPOLITANAS
TOTAL ACEITE DE OLIVA	9,66	9,52	10,00
Oliva ecológico	0,02	0,03	0,01
Oliva virgen	3,56	3,42	3,92
Oliva virgen extra	2,81	2,67	3,16
Resto aceite oliva	6,09	6,09	6,08



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).



el número de miembros del núcleo familiar (cuadro 6). En este caso se observan las siguientes peculiaridades:

- Los hogares de una persona no cuentan con ninguna demanda inferior a la media, mientras que, por el contrario, consumen un 64,2% más de aceite de oliva virgen extra y un 71,3% más de otros aceites de oliva.
- Los hogares de tres personas son el punto de inflexión para establecer los

consumos por encima y por debajo de la media. En este caso hay un consumo superior a los niveles medios tan sólo en el aceite de oliva ecológico. En el resto de tipos de aceite las desviaciones son negativas (por ejemplo, -9,6% en otros aceites de oliva).

- Los hogares con cinco o más personas cuentan con desviaciones negativas en todos los tipos de aceite (son

significativas, por ejemplo, en aceite virgen extra).

Tamaño del municipio de residencia

Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de entre 100.001 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de aceite de oliva, mientras que los menores con-

El Concurso del Aceite Virgen Extra Romanico Esencia cumple 15 años dentro del marco de la Seu Vella de Lleida

El ya reconocido concurso Romanico Esencia ha llegado este año a su XV edición en premiar al mejor aceite de oliva virgen extra de arbequinas.

Esta edición contó con la participación de veintinueve nueve muestras y empresas productoras de aceite de oliva arbequina virgen extra, que se presentaron al único concurso de estas características en todo el estado Español. Las muestras participantes provienen de Lleida, Ta-



rragona, Córdoba, La Rioja, Cuenca, Murcia y Zaragoza.

La cata a ciegas fue presidida y realizada por el Panel de cata Oficial de Aceites Vírgenes de Catalunya bajo la supervisión de notario.

El lote ganador procedente de la cooperativa de Bellaguarda consiste en la compra del lote de aceite por parte de Agrolés / GrupActel, con un 25% por encima del precio de mercado. El aceite se envasará con la marca Romanico Esencia y se distribuirá en las mejores tiendas gourmet.

Durante el acto también se hizo entrega del Premio Románico d'Or 2012 otorgado al chef Paco Roncero director y jefe de cocina del Casino de Madrid y un accésit para el complejo del Restaurante Masia Salat de les Borges Blanques (Lleida).

Además se presentó la edición especial XV Aniversario del Aceite Romanico Esencia, con un pack mucho más elegante pero con la misma ilustración colorista del artista Philip Stanton.

ROMANICO ESENCIA



Ha nacido el nuevo ROMANICO ESENCIA,
un aceite por encima de los mejores, un matiz que lo hace único y
que sin embargo es su esencia.

ROMANICO ESENCIA, ELEGIDO EL MEJOR
ACEITE VIRGEN EXTRA DE ACEITUNAS ARBEQUINAS DEL PAÍS.

PRODUCCIÓN LIMITADA.

AGROLES



PATRONOS de
Fundación
Dieta Mediterránea
www.fdi-med.org

VERGE DE MONTSERRAT, 29 · 25400 LES BORGES BLANQUES · LES GARRIGUES · LLEIDA
TEL. OFICINA COMERCIAL +34 973 700 801 · www.agroles.com

CUADRO 9

Consumo per cápita de aceite de oliva según la tipología de hogar. Litros

	CONSUMO MEDIO	TIPO DE HOGAR							
		JÓVENES INDEPENDIENTES	PAREJAS JÓVENES SIN HIJOS	PAREJAS CON HIJOS PEQUEÑOS	PAREJAS CON HIJOS MAYORES	HOGARES MONOPARENTALES	PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS	ADULTOS INDEPENDIENTES	RETIRADOS
TOTAL ACEITE DE OLIVA	9,66	11,07	6,71	4,90	10,69	7,95	14,72	14,78	17,22
Oliva ecológico	0,02	0,01	0,01	0,03	0,03	0,01	0,03	0,03	0,03
Oliva virgen	3,56	3,51	2,65	1,81	3,86	2,85	5,47	5,66	6,29
Oliva virgen extra	2,81	2,81	2,11	1,50	2,99	2,24	4,36	4,56	5,02
Resto aceite oliva	6,09	7,56	4,06	3,08	6,83	5,10	9,26	9,12	10,93

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

CUADRO 10

Consumo per cápita de aceite de oliva por comunidades autónomas. Litros

	ESPAÑA	CATALUÑA	ARAGÓN	BALEARES	C. VALENCIANA	MURCIA	ANDALUCÍA	MADRID
TOTAL ACEITE DE OLIVA	9,66	9,93	10,45	10,44	6,73	7,55	9,22	9,90
Oliva ecológico	0,02	0,01	0,01	0,03	0,00	0,01	0,02	0,01
Oliva virgen	3,56	3,14	3,07	3,00	2,26	2,78	4,81	4,18
Oliva virgen extra	2,81	2,53	2,30	2,14	1,75	2,15	3,56	3,37
Resto aceite oliva	6,09	6,79	7,38	7,44	4,47	4,77	4,42	5,72

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

sumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes (cuadro 7). En referencia a esta variable resulta posible extraer los siguientes aspectos:

- Los municipios más pequeños (con menos de 2.000 habitantes) tienen un patrón de consumo que difiere de los valores medios. Por ejemplo, existe una demanda notablemente superior de aceite de oliva ecológico mientras que se atiende a un consumo sensiblemente menor en aceite de oliva virgen extra.
- En los municipios medios (de 2.000 a 10.000 habitantes y de 10.001 a 100.000 habitantes) la casuística sobre demanda de aceite de oliva coincide y, en todos los escenarios, se observan desviaciones negativas, aunque de distinta cuantía.
- Por último, en los grandes municipios (por encima del medio millón de habitantes) casi todos los aceites de oliva cuentan con una demanda con des-

viables positivas respecto a la media (la única excepción se observa en el aceite de oliva ecológico).

Por otra parte, atendiendo también al hábitat de residencia, se advierte cómo la demanda de aceite de oliva es más elevada en las áreas metropolitanas que en las zonas no metropolitanas (cuadro 8). Concretamente, para el primer caso destaca el consumo por encima de la media en aceite de oliva virgen extra. Las áreas no metropolitanas tienen un consumo más elevado en aceite de oliva ecológico.

Tipología de hogar

Por tipología de hogares se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares en el caso de adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos, parejas con hijos mayores y jóvenes independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos peque-

ños, parejas jóvenes sin hijos y hogares monoparentales (cuadro 9). Otros aspectos que también se pueden destacar en cuanto a la demanda de aceite de oliva en referencia a la tipología de hogar son los siguientes:

- Para los jóvenes independientes la principal desviación positiva en la demanda de aceite de oliva se asocia a otros aceites de oliva, mientras que el menor consumo respecto a la media se observa en aceite de oliva ecológico.
- Para las parejas jóvenes sin hijos todas las desviaciones son negativas en la demanda de aceite de oliva (destaca el -50,6% en el aceite de oliva ecológico).
- Para las parejas con hijos pequeños sólo aparece una desviación positiva en la demanda de aceite de oliva ecológico (32,9%) respecto a la media.
- Para las parejas con hijos mayores las principales desviaciones positivas en la demanda de aceite de oliva se asocian a aceite de oliva ecológico



CASTILLA-LA MANCHA	EXTREMADURA	CASTILLA Y LEÓN	GALICIA	ASTURIAS	CANTABRIA	PAÍS VASCO	LA RIOJA	NAVARRA	CANARIAS
7,35	9,99	12,54	12,15	11,86	13,79	10,51	10,03	8,74	9,68
0,03	0,41	0,01	0,03	0,00	0,07	0,03	0,00	0,01	0,01
2,65	4,49	4,55	2,80	3,94	4,57	4,14	4,65	3,40	1,73
2,04	3,63	3,65	2,41	3,23	3,49	3,49	3,84	2,87	1,47
4,69	5,49	7,99	9,35	7,93	9,22	6,37	5,38	5,34	7,95

(41,3%) y otros aceites de oliva (12,2%).

- Para los hogares monoparentales todas las desviaciones respecto a la media tienen signo negativo.
- Para las parejas adultas sin hijos las principales desviaciones positivas en la demanda de aceite de oliva se asocian a aceite de oliva virgen y aceite de oliva virgen extra.
- Para los adultos independientes las principales desviaciones positivas en la demanda de aceite de oliva están en aceite de oliva virgen y aceite de oliva virgen extra.
- Por último, para los retirados las principales desviaciones positivas en la demanda de aceite de oliva se observan en otros aceites de oliva.

Comunidad autónoma

Finalmente, por comunidades autónomas y términos per cápita, Cantabria

(13,8 litros) y Castilla y León (12,5 litros) cuentan con los mayores consumos de aceite de oliva, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a la Comunidad Valenciana

(6,7 litros) y Castilla-La Mancha (7,4 litros). La casuística en este caso es bastante heterogénea como muestra el cuadro 10 y bien puede ser objeto de un nuevo estudio. ■

BIBLIOGRAFÍA

- LANGREGO, A. (2002): “Los mercados internacionales del aceite de oliva”, *Distribución y Consumo*, nº 66, p 99-101.
- LANGREGO, A. (2010): “El aceite de oliva en la historia reciente de España”, *Distribución y Consumo*, nº 114, p 66-85.
- MAGRAMA (2012): *La Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid. www.magrama.es
- MAGRAMA (varios años): *La Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid. www.magrama.es
- MARTÍN, V.J. (2004): “Consumo de aceites”, *Distribución y Consumo*, nº 78, p 23-540.
- MARTÍN, V.J. (2008): “1987-2007: dos décadas del Panel de Consumo Alimentario, evolución de los hábitos de compra y consumo en España”, *Distribución y Consumo*, nº 100, p 208-240.
- MARTÍN, V.J. (2011): “Consumo de aceite de oliva en España”, *Distribución y Consumo*, nº 120, p 117-121.
- MERCASA (2012): *Alimentación en España 2012. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid. www.mercasa.es
- MERCASA (varios años): *Alimentación en España. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid. www.mercasa.es
- RUIZ, B. (2008): “Las denominaciones de origen protegidas y el aceite de oliva en España”, *Distribución y Consumo*, nº 102, p 57-68%.