

Los aceites de oliva, producto insustituible en las mesas de los restaurantes españoles

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español ha presentado hoy los resultados del estudio sobre “Usos y Consumo de los Aceites de Oliva en el canal Horeca en España”

12 de marzo de 2010. Definir las motivaciones que hay detrás de la decisión de comprar un aceite de oliva en lugar de otro aceite vegetal, cuáles son las tipologías de aceites de oliva preferidas por el consumidor/comprador y qué tipos de envases son los más apreciados son algunos de los objetivos del Estudio sobre Usos y Consumo de Aceites de Oliva en el Canal Horeca en España que ha realizado la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, en colaboración con el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) y que hoy se ha presentado en Madrid.

En el acto ha intervenido la directora general de Industrias Agroalimentarias del MARM, Isabel Bombal, y por parte de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, Rafael Sánchez de Puerta y Teresa Pérez Millán. Entre los asistentes se contó con la presencia del subdirector general de Estructura de la Cadena Alimentaria del MARM, José Miguel Herrero, y de representantes de asociaciones de consumidores, restauradores y otros representantes relacionados con el canal Horeca.

Del estudio se desprende que el 80,9% de los establecimientos declara ofrecer en sala exclusivamente aceites de oliva y, respecto a la forma de utilización, la mayoría lo asocian a verduras y platos fríos. En estos casos, la opción más habitual es el aceite de oliva virgen y virgen extra, mientras que para la elaboración de fritos los restaurantes usan más otros aceites vegetales.

En la mayoría de los casos (89,1%), el aceite está siempre a disposición del cliente, si bien en los restaurantes de carta hay una mayor tendencia a darlo bajo demanda. La mayoría de los establecimientos compran el aceite en garrafas de 5 litros y los restaurantes lo presentan en sala en aceitera y sin marca. Sin embargo, el 43% de los hoteles ofrece formatos mono-dosis en botellita, de cristal o plástico, frente al 30,8% de los restaurantes. El uso de la botella de marca irrellenable es más habitual en establecimientos de mayor nivel.

Falta información sobre los aceites de oliva en la restauración

Sólo el 16,7% de los restaurantes y el 24,6% de los hoteles ha participado alguna vez de un evento sobre aceites de oliva. En general, hay poca información y lo que más les llega es a través de material promocional y revistas especializadas. Los distribuidores creen que es fundamental ofrecer, tanto a restauradores como a consumidores, información sobre las ventajas nutricionales y culinarias de los aceites de oliva, resaltando los aspectos que les diferencian de otros aceites vegetales.

La mayoría de los consumidores, por su parte, piensa que es capaz de diferenciar un aceite de oliva de otro vegetal, pero sólo un 28,3% se muestra totalmente seguro a la hora de diferenciar entre un aceite de oliva y un aceite de oliva virgen.

Por otro lado, el 66,8% de los **consumidores** prefieren los envases etiquetados, en los distintos formatos. Admiten que les gusta encontrar el aceite de oliva en la mesa cuando comen fuera de casa, aunque admiten que da más sensación de higiene pedirlo al camarero. Consideran, no obstante, que el formato más apropiado es la mono-dosis en botellitas de cristal. Los consumidores asocian el aceite de oliva a las mesas de los restaurantes mientras presuponen que en la cocina se utilizan otros aceites vegetales. Sin embargo, valoran que se utilice el aceite de oliva para cocinar; de hecho, lo verían como motivo de elección de restaurante, especialmente el consumidor de mayor edad, y la mayoría de los consumidores estaría dispuesta a pagar por ello algo más.

Respecto al consumo en los centros escolares, existe una creciente preocupación en los colegios por la alimentación, aunque de momento las Asociaciones de Madres y Padres de Alumnos no participan apenas en la confección de los menús y no hay exigencias al respecto. El 71,6% de los padres no sabe qué aceite se usa en el colegio, a pesar de que a todos les parece importante usar un aceite de oliva.

El estudio sobre “Hábitos de Uso y Consumo de Aceites de Oliva en el Canal Horeca en España” ha analizado la oferta de aceites de oliva en España, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo, mediante un intenso trabajo de campo en las principales ciudades. En concreto, se han llevado a cabo entrevistas en profundidad a responsables de compra de restaurantes, hoteles, empresas de catering, colegios y hospitales. El estudio también ha abordado un análisis de la demanda con 1.200 entrevistas y reuniones de grupo con consumidores.

La Interprofesional del Aceite de Oliva español ha desarrollado este estudio con el objetivo de que sus resultados puedan servir para detectar oportunidades de negocio para las industrias del sector, impulsar el consumo a través de este canal, adaptar la oferta a la demanda real y emprender estrategias promocionales y comerciales acordes a las necesidades objetivas.