PANORAMA | Agricultura

Un estudio revela la importancia de formar al consumidor sobre las características del aceite de oliva

Se ha detectado que existen problemas a la hora de identificar correctamente los distintos tipos de aceites de oliva

Redacción
Miércoles 13 de noviembre de 2013 - 17:28

La Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, a través del Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera de Andalucía (Ifapa), ha realizado un estudio centrado en la capacidad de los consumidores para identificar correctamente los distintos tipos de aceite de oliva, del que se obtiene como conclusión la importancia de formar a la ciudadanía sobre las características de este producto.

En este sentido, los expertos afirman que el desarrollo de actividades formativas dirigidas a compradores de aceite de oliva virgen extra andaluz contribuiría a la mejora de su percepción de la calidad, al tiempo que facilitaría la apertura de nuevos segmentos de mercado y potenciaría la imagen de este producto. Al dotar a los consumidores de los conocimientos necesarios para identificar y distinguir los diferentes tipos de aceite de oliva ofertados en los lineales, se avanzaría en la puesta en valor del aceite de oliva virgen extra de Andalucía como ejemplo de un alimento saludable y de calidad excelente.

Estas conclusiones se extraen del trabajo desarrollado por investigadores del centro Ifapa Camino de Purchil de Granada, titulado 'Valoración y percepción de la calidad del aceite de oliva virgen extra: influencia de la formación de los consumidores', en el contexto de una investigación centrada en la comercialización de aceites de oliva de calidad en Andalucía.

Esta línea de trabajo se enmarca en la labor que el instituto asume en investigación y transferencia como organismo público, así como de formación tanto de olivicultores como de consumidores, apostando por fortalecer y poner en valor los aceites virgen extra de alta gama andaluces.

El trabajo se ha basado en una "cata ciega" de cinco muestras de aceites con diferentes calidades, por parte de un grupo de consumidores con el fin de identificar aquellos clasificados como "virgen extra" según su experiencia y conocimientos, incluyendo aceites existentes en el mercado y otros preparados para la ocasión.

A cada participante se le presentaron cinco copas de cata sin identificación para que procedieran a la valoración de la calidad de cada uno de ellos a través del olfato y el gusto. Tras cada prueba se procedía a la evaluación individual de cada aceite en una escala de uno a diez y la identificación de aquellos categorizados como "virgen extra".

Tras analizar las diferentes respuestas de los participantes antes y después de recibir un curso teórico-práctico sobre las características sensoriales y organolépticas de los aceites de oliva, los investigadores de la Junta de Andalucía han detectado la incorrecta percepción de la calidad por parte de la mayoría de los

consumidores basándose en sus conocimientos iniciales. Asimismo, han observado también la dificultad de los participantes para diferenciar los aceites de las categorías “virgen” y “virgen extra”.

Sin embargo, la formación ofrecida ha permitido que los consumidores perciban más adecuadamente la calidad y clasifiquen más correctamente los aceites según su categoría. Concretamente el 43% de los participantes percibió mejor las cualidades peculiares del aceite de oliva virgen extra y, por tanto, acertó en mayor medida en la clasificación de este tipo de producto “a ciegas”, presentando aún algunos problemas para diferenciar el aceite de oliva “virgen extra” del aceite de oliva “virgen”.

Ante estas conclusiones, los investigadores apoyan el desarrollo de iniciativas de formación en calidad sensorial e identificación de los atributos de valor de los aceites de oliva de forma paralela a la puesta en marcha de otras acciones dirigidas al sector productivo olivarero hasta la fecha como, por ejemplo, modernización de estructuras o la promoción de los productos andaluces.

La Consejería, a través del Ifapa, lleva a cabo actuaciones formativas en distintos sectores de la población tanto a nivel nacional como internacional con actuaciones en colaboración con escuelas de hostelería e instituciones como el Instituto Cervantes, e impartiendo seminarios sobre la calidad del aceite de oliva virgen en países como Brasil, Holanda, Bélgica y Alemania, entre otros.