Los consumidores suspenden en las catas de aceite de oliva



Noticias
Esta es la principal conclusión de un estudio realizado sobre la capacidad de los consumidores para identificar correctamente los distintos tipos de aceite de oliva

Una cata a ciegas de distintas categorías de aceite de oliva ha confirmado que la mayoría de los consumidores tienen dificultades para distinguir la calidad de la distintas categorías del aceite, así como para diferenciar el virgen y el virgen extra.

Esta es la principal conclusión de un estudio realizado por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, a través del Instituto de Investigación y Formación Agraria y Pesquera de Andalucía (Ifapa), sobre la **capacidad de los consumidores para identificar correctamente los distintos tipos de aceite de oliva.**

Por ello, los expertos concluyen que las **actividades formativas dirigidas a compradores de aceite de oliva virgen extra contribuirían a mejorar su percepción de la calidad,** facilitaría la apertura de nuevos segmentos de mercado y potenciaría la imagen de este producto. Al dotar a los consumidores de los conocimientos para identificar y distinguir los diferentes tipos de aceite de oliva ofertados en los lineales, se avanzaría en la puesta en valor de este producto como ejemplo de un alimento saludable y de calidad excelente.

El trabajo, **"Valoración y percepción de la calidad del aceite de oliva virgen extra",** lo ha llevado a cabo el centro Ifapa Camino de Purchil de Granada, y forma parte de una investigación centrada en la comercialización de aceites de oliva de calidad en Andalucía, según ha informado la Consejería de Agricultura en un comunicado. Ha consistido en una "cata ciega" de cinco muestras de aceites con diferentes calidades por parte de un grupo de consumidores con el fin de identificar los 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 valorara la calidad de cada uno a través del olfato y el gusto, en una escala de uno a diez y la identificación de los catalogados como virgen extra. Tras recibir un curso teórico-práctico sobre las características sensoriales y organolépticas de los aceites de oliva, los investigadores 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.

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, aunque con algunos problemas para diferenciar el aceite de oliva virgen extra del aceite de oliva virgen.

Ante estos resultados, 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 olivarero.

La Consejería, a través del Ifapa, lleva a cabo actuaciones formativas en distintos sectores de la población, tanto 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.

Redacción