

**Principales resultados del
“Estudio sobre la
implantación de la Norma
que regula la
presentación de los
aceites de oliva en las
salas de restauración”**

Enero de 2017



1.- La Norma



Texto del Real decreto 895/2013 de 15 de noviembre por el que se establecen determinadas medidas de comercialización en el sector de los aceites de oliva y del aceite de orujo de oliva

«En los establecimientos del sector de la hostelería y la restauración y en los servicios de catering, los aceites se pondrán a disposición del consumidor final en envases etiquetados y provistos de un **sistema de apertura que pierda su integridad tras su primera utilización**. Los envases que por su capacidad se puedan **poner a disposición** de los consumidores finales **más de una vez**, dispondrán además de un **sistema de protección que impida su reutilización** una vez **agotado** su contenido original.»

Una medida que el legislador ha puesto en marcha teniendo en cuenta que España, como líder mundial en la producción de aceite de oliva, tiene un firme compromiso con todas aquellas medidas que contribuyan a reforzar la competitividad de este importante sector. El canal HORECA, entendido como el conjunto de establecimientos del sector de la hostelería y la restauración y de los servicios de catering, ha venido contribuyendo a poner en valor y acercar el aceite de oliva español a sus clientes. El «Plan de acción sobre el sector del aceite de oliva» de la Unión Europea establece una serie de medidas encaminadas a mejorar la competitividad del sector oleícola, entre las que se encuentra estimular a los Estados miembros a exigir la utilización de envases que no permitan el relleno en el canal HORECA. Esta medida persigue continuar avanzando en la garantía de la calidad y autenticidad de los aceites de oliva puestos a disposición del consumidor final. Asimismo, tiene como objetivo mejorar la imagen del producto, en particular de las denominaciones de origen protegidas y las indicaciones geográficas protegidas y de las marcas productoras consolidadas en el mercado, e informar mejor al consumidor sobre las características del aceite que se pone a su disposición.

Nota: a lo largo del informe, el término “**no rellenable**” se utilizará para designar a los envases que “por su capacidad se puedan poner a disposición de los consumidores finales más de una vez, y dispongan además de un sistema de protección que impida su reutilización una vez agotado su contenido original”, con el objeto de distinguirlos de los monodosis.



2.- El estudio. Metodología



Encuestas online a consumidores

Realización de la investigación: MADISON, Market Research.

Ámbito geográfico: Nacional.

Unidad informante: población española de 25 a 65 años, consumidores del sector HORECA.

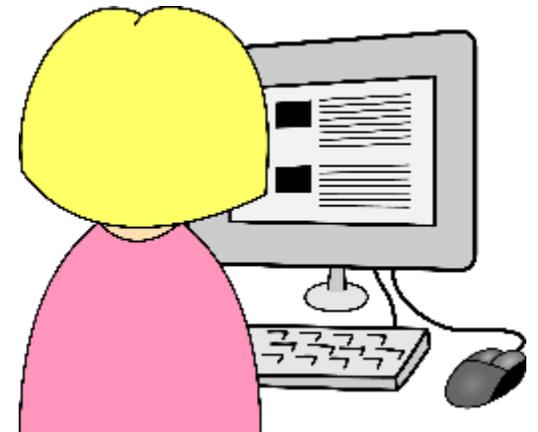
Técnica de investigación: encuesta online sobre panel

Fechas de trabajo de campo: del 23 al 30 de junio de 2016.

Tamaño de la muestra: 1.702 encuestas online.

Diseño muestral: muestreo aleatorio estratificado en función de CC.AA., sexo y edad

Error muestral: +/-2,3% para datos globales y un nivel de confianza del 95,5%, considerando varianza máxima y población infinita.



Distribución muestral. Consumidores

Según sexo

	Nº	Error muestral
Hombre	849	3,4%
Mujer	853	3,4%
Total	1.702	2,4%

Según edad

	Nº	Error muestral
18-35	511	4,3%
36-45	582	4,1%
46 y más	609	4,0%
Total	1.702	2,4%

Según CC.AA.

	Nº	Error muestral
Andalucía	97	10,0%
Aragón	100	9,8%
Asturias	100	9,8%
Baleares	101	9,8%
Canarias	100	9,8%
Cantabria	100	9,8%
Castilla - La Mancha	101	9,8%
Castilla y León	100	9,8%
Cataluña	99	9,8%
C. Valenciana	101	9,8%
Extremadura	101	9,8%
Galicia	99	9,8%
La Rioja	101	9,8%
Madrid	102	9,7%
Murcia	100	9,8%
Navarra	101	9,8%
País Vasco	99	9,8%
Total	1.702	2,4%

Metodología

Encuestas personales a establecimientos hosteleros

Realización de la investigación: MADISON, Market Research.

Ámbito geográfico: Nacional.

Unidad informante: establecimientos de hostelería y restauración, siendo la persona a encuestar los propietarios o gerentes.

Técnica de investigación: Encuesta personal asistida con Ordenador (CAPI).

Fechas de trabajo de campo: del 30 de junio al 11 de julio de 2016.

Tamaño de la muestra: 1.739 encuestas personales.

Diseño muestral: muestreo aleatorio estratificado en función de CC.AA. Y tipo de establecimiento. También se ha tenido en cuenta si se trata o no de una zona turística y el importe medio.

Error muestral: +/-2,4% para datos globales y un nivel de confianza del 95,5%, considerando varianza máxima y población infinita.

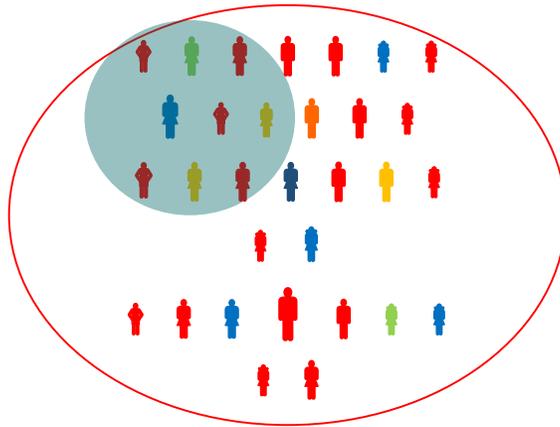


Metodología

Distribución muestral. Establecimientos hosteleros

Según tipo de establecimiento

	Nº	Error muestral
Café-bar	867	3,3%
Restaurante	872	3,3%
Total	1.739	2,4%



Según CC.AA.

	Nº	Error muestral
Andalucía	103	9,7%
Aragón	100	9,8%
Asturias	112	9,3%
Baleares	103	9,7%
Canarias	101	9,8%
Cantabria	103	9,7%
Castilla - La Mancha	103	9,7%
Castilla y León	104	9,6%
Cataluña	95	10,1%
C. Valenciana	100	9,8%
Extremadura	100	9,8%
Galicia	109	9,4%
La Rioja	100	9,8%
Madrid	102	9,7%
Murcia	102	9,7%
Navarra	101	9,8%
País Vasco	101	9,8%
Total	1.739	2,4%

Metodología

La distribución presenta **diferencias estructurales respecto a la población real**. Esto es así porque la afijación de la muestra por estratos se realizó de manera no proporcional, con el objeto de asegurar la representatividad de determinados estratos. Así, por ejemplo, la distribución fijada por CC.AA. no correspondía con la real en el universo.

Por tanto, fue necesario aplicar un **factor de ponderación que permitiese guardar la proporcionalidad** de cada uno de los estratos de la muestra respecto de la población real objeto de estudio. Es decir, el factor de ponderación cambia los pesos de los distintos estratos muestrales para que éstos se ajusten a los poblacionales.

El factor de ponderación se ha construido a partir de:

Consumidores: la distribución del universo por CC.AA., Nivel formativo y edad.

Establecimientos hosteleros: CC.AA. y actividad.

$$\left(\frac{N_i}{N_t} \right) / \left(\frac{n_i}{n_t} \right)$$

Factor de ponderación

N_i = número de personas que hay en cada estrato

N_t = número de personas que hay en la población de referencia

n_i = número de personas que hay en cada estrato de la muestra

n_t = número total de personas que componen la muestra

2.- Principales resultados



Conocimiento de la Norma

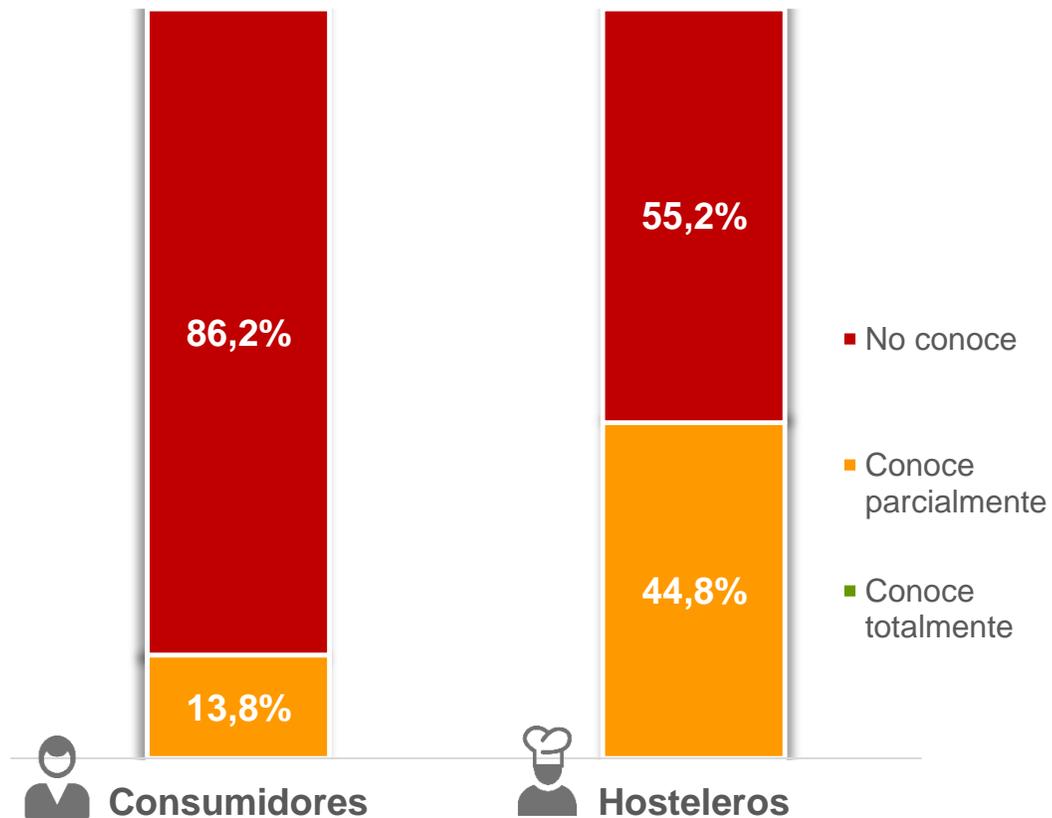


Conocimiento de la Norma

La mayoría de los encuestados no conocen la existencia de la Norma y otros solo lo conocen parcialmente.

¿En qué medida se conoce el CONTENIDO de la Norma?

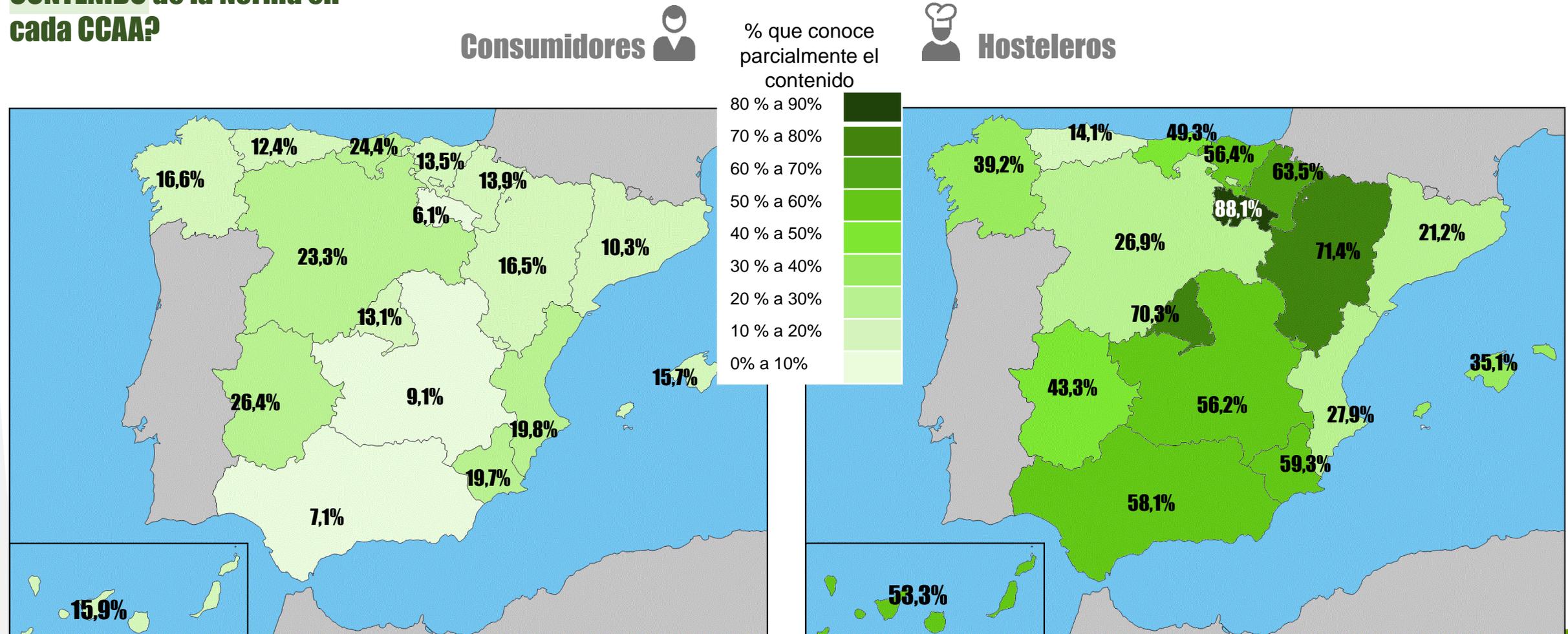
El contenido de la Norma es desconocido para la mayoría de consumidores y también para la mayoría de hosteleros. Entre estos últimos un 44,8% conoce el contenido de la norma parcialmente.



Conocimiento de la Norma

Entre los hosteleros, se observa un mayor **CONOCIMIENTO DEL CONTENIDO** de la Norma en La Rioja, seguidos de Aragón y Madrid.

¿En qué medida se conoce el **CONTENIDO** de la Norma en cada CCAA?



Cumplimiento de la Norma



Cumplimiento de la Norma

¿En qué medida se cumple la Norma, según la experiencia de los encuestados?



55,3% de los

consumidores señalan que **les han servido el aceite de oliva en un envase ajustado a la Norma** en todas las últimas comidas realizadas en un establecimiento del sector de la hostelería y restauración.



80,3% de los

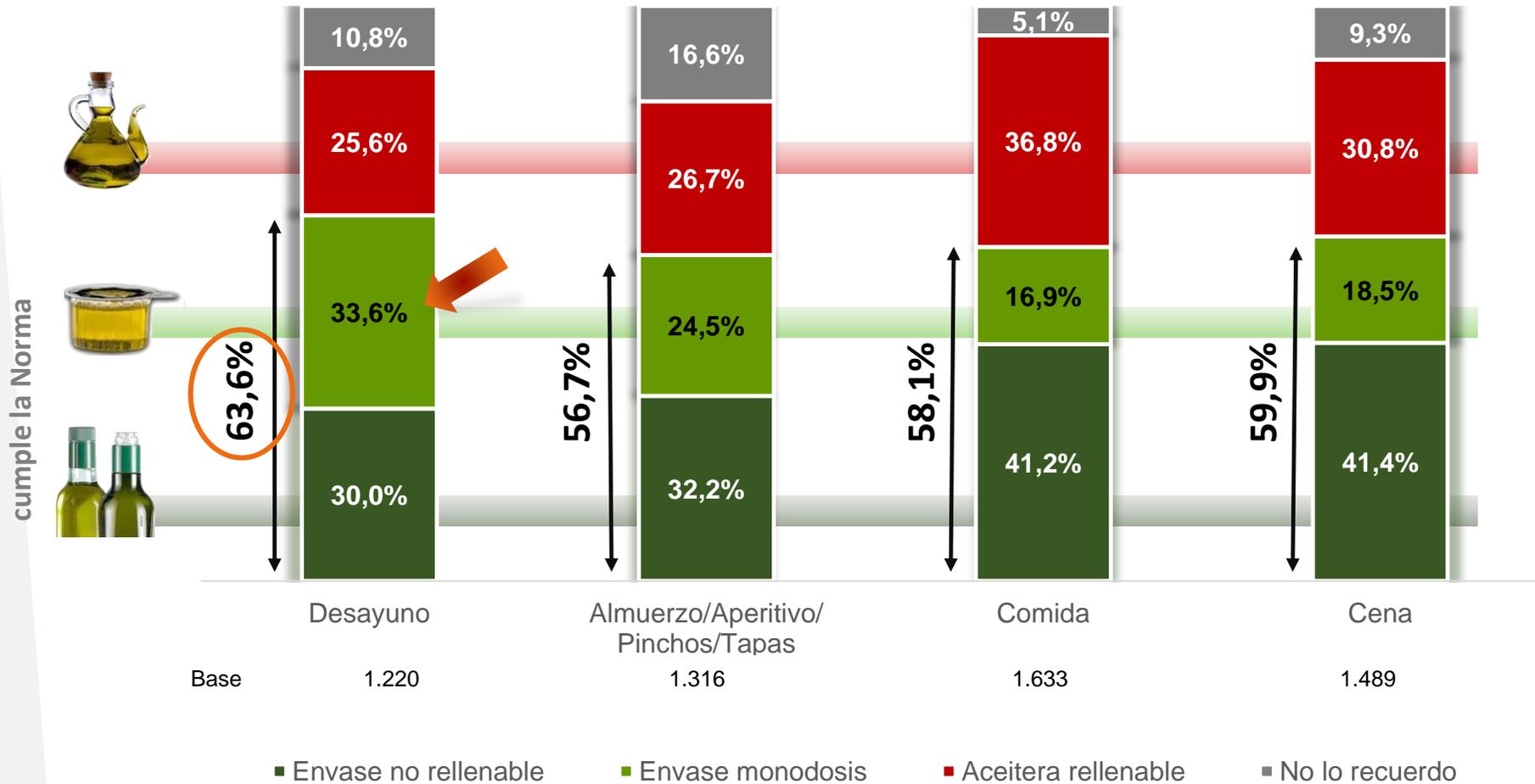
hosteleros muestra al encuestador el envase en el que **pone el aceite de oliva a disposición de los clientes y se trata de un envase que se ajusta a la Norma.**

Cumplimiento de la Norma



Consumidores

¿En qué medida se cumple la Norma, según la experiencia de los consumidores en el último consumo en HORECA?



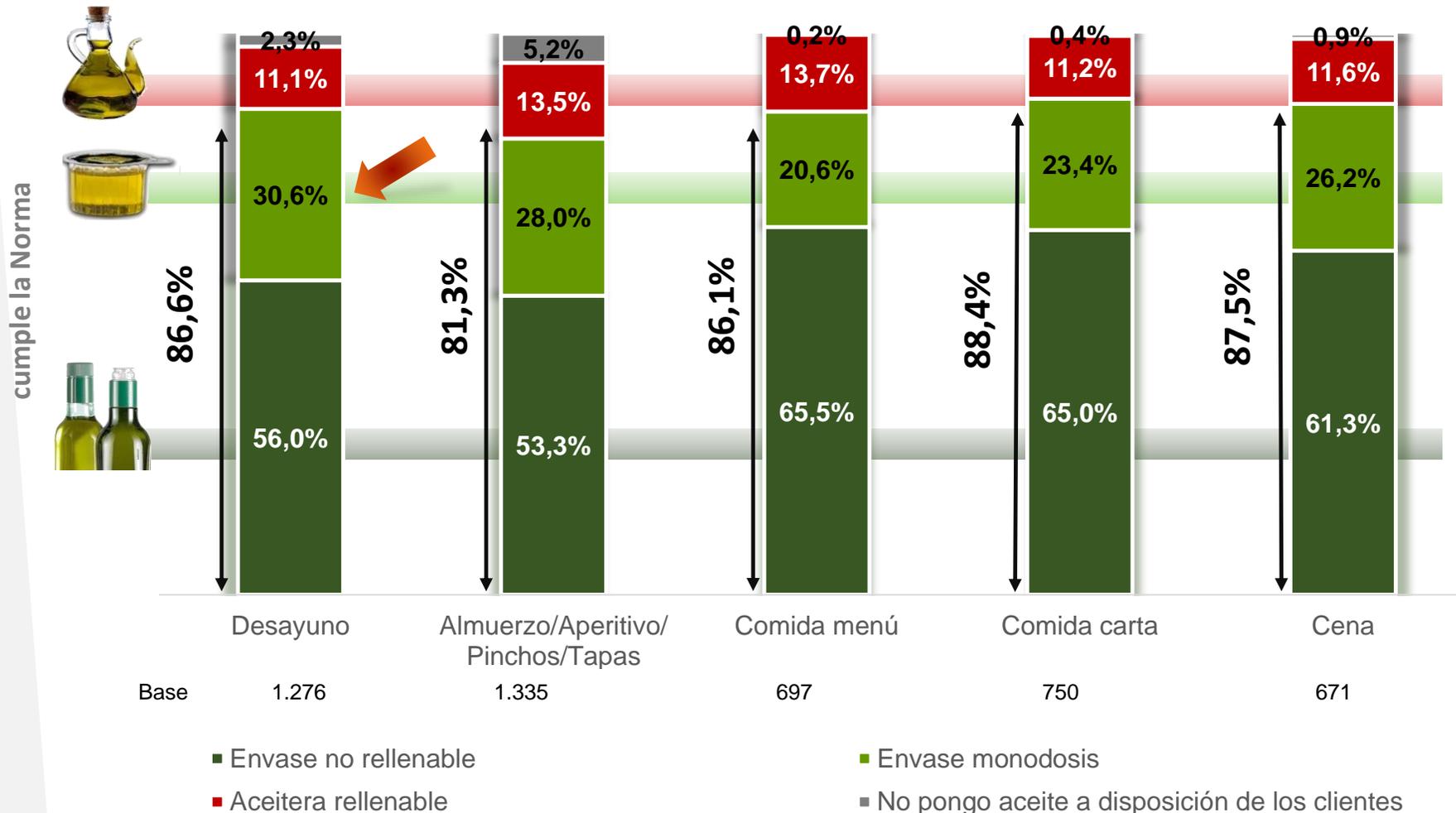
Por la experiencia de los consumidores, la Norma se cumple con más frecuencia en los desayunos, que es el momento de consumo en el que más se utilizan monodosis.

Cumplimiento de la Norma



Hosteleros

¿En qué medida se cumple la Norma, según los envases que pone a disposición en cada comida?



La mayoría de los hosteleros encuestados utilizan envases que se adecúan a la Norma, siendo las botellas con tapón irrellenable el formato más habitual.

Utilizan las monodosis sobre todo en los desayunos.

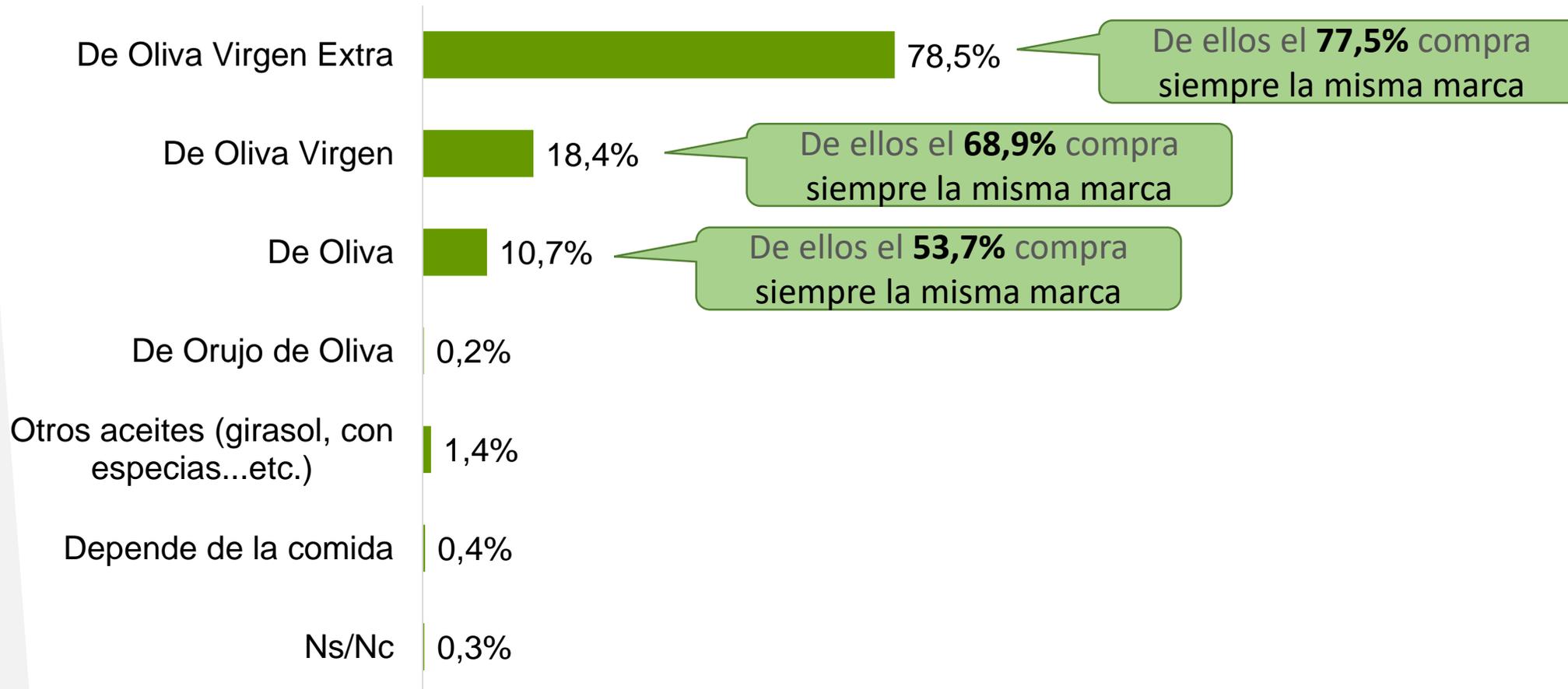
Cumplimiento de la Norma



La mayoría de los hosteleros declara que pone a disposición de los clientes aceite de oliva virgen extra.

Los que utilizan aceite de oliva virgen extra son más fieles a la misma marca.

Tipo de aceite que pone a disposición de los clientes



Opinión sobre la Norma

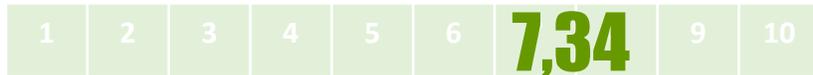


Opinión sobre la Norma

¿Grado de acuerdo con la Norma?

Ambos colectivos respaldan la aplicación de la Norma. No obstante, son los consumidores los que se declaran más de acuerdo con ella

Consumidores



¿Grado de satisfacción con la Norma?



Hosteleros



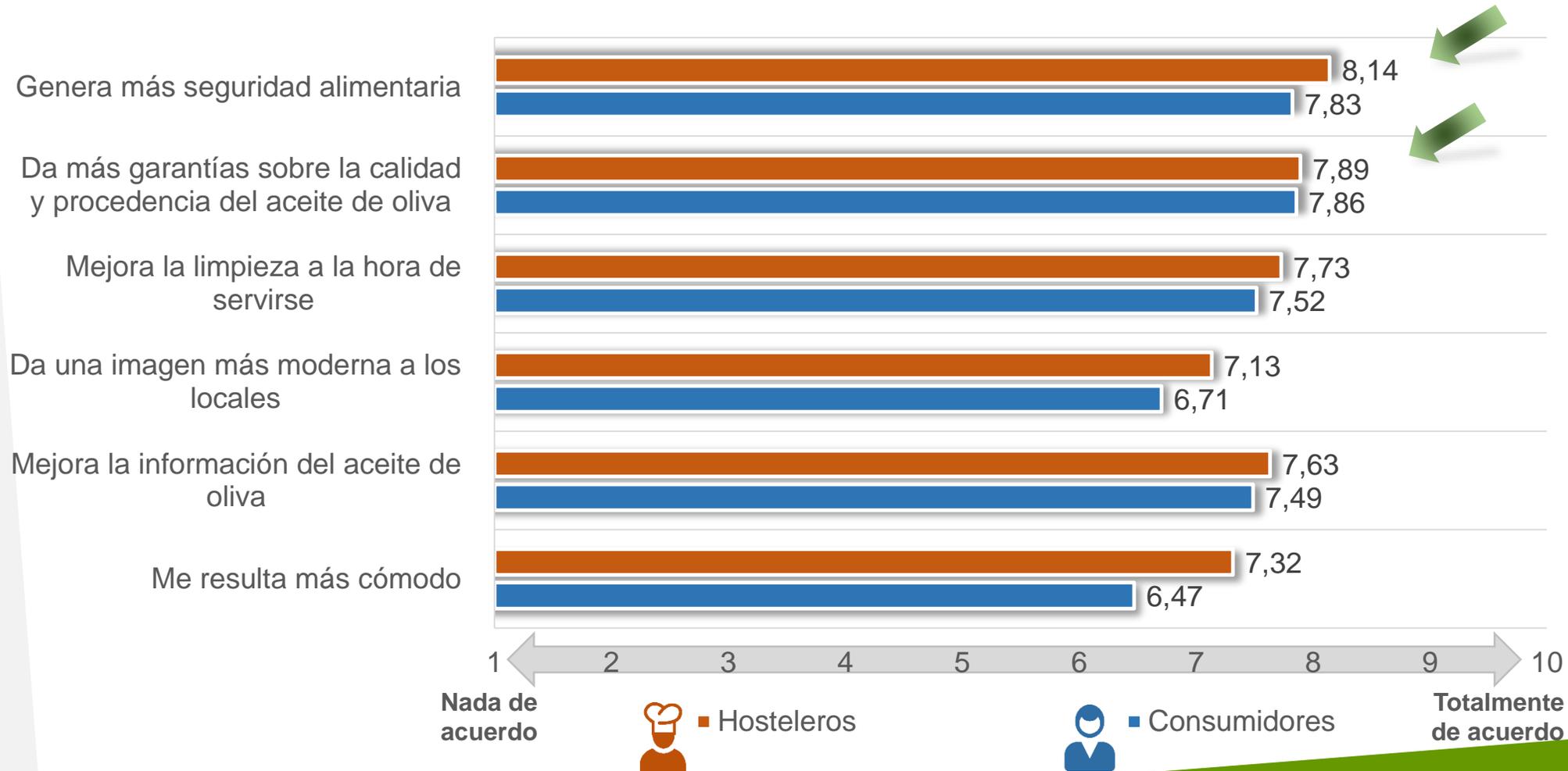
Opinión sobre la Norma

¿Qué efectos sobre el sector hostelero se atribuyen a la Norma?:

+ **beneficios**

Entre los beneficios que la Norma tiene sobre el sector hostelero, los encuestados se muestran de acuerdo con que genera más seguridad alimentaria y da más garantías sobre la calidad y procedencia del aceite de oliva.

Los hosteleros se muestran más de acuerdo que los consumidores con todos los beneficios planteados.



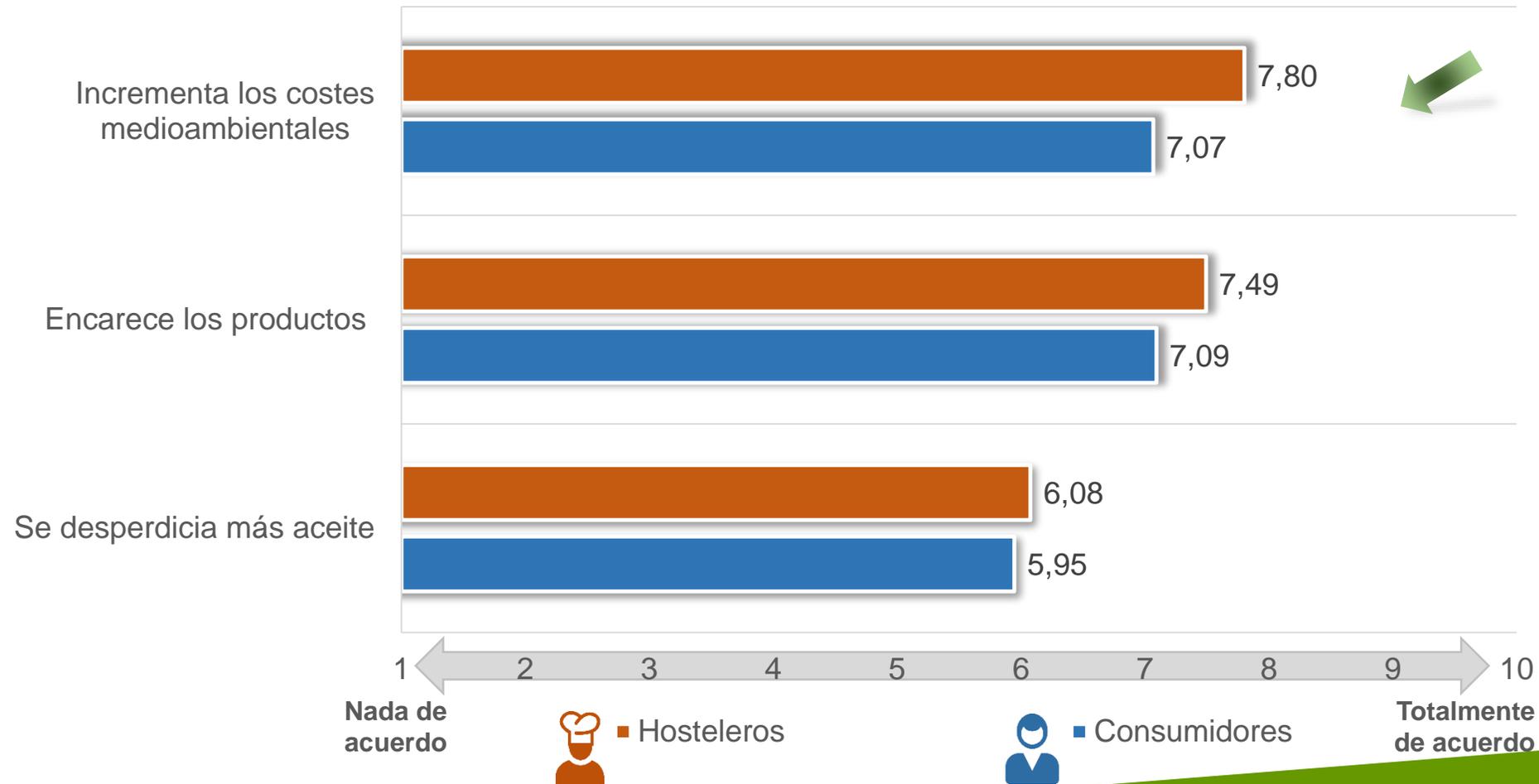
Opinión sobre la Norma

¿Qué efectos sobre el sector hostelero se atribuyen a la Norma?:

- aspectos negativos

Entre los aspectos negativos que genera la Norma, los encuestados consideran que incrementa los costes medioambientales.

Los hosteleros también se muestran más de acuerdo en su conjunto que los consumidores con todos los aspectos negativos planteados.



@madisonmk_mr

WWW.MADISONMK.COM