



TÍTULO

**ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE
ACEITES DE OLIVA EN EL CANAL DE HOSTELERÍA Y
RESTAURACIÓN EN ESPAÑA. EL MODELO UTILIZADO POR
EURO-TOQUES ESPAÑA**

AUTOR

Ana Tudela Cánovas

Esta edición electrónica ha sido realizada en 2017

Directores	M ^a Jesús Hernández Ortiz ; Juan Vilar Hernández
Tutor	Manuel Parras Rosa
Curso	<i>Máster en Administración de Empresas Oleícolas (2016/17)</i>
ISBN	978-84-7993-615-0
©	Ana Tudela Cánovas
©	De esta edición: Universidad Internacional de Andalucía
Fecha documento	2017



Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas

Usted es libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.

Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento.** Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
- **No comercial.** No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
- **Sin obras derivadas.** No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.
- *Al reutilizar o distribuir la obra, tiene que dejar bien claro los términos de la licencia de esta obra.*
- *Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular de los derechos de autor.*
- *Nada en esta licencia menoscaba o restringe los derechos morales del autor.*

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA

“MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS OLEÍCOLAS”



**ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE
ACEITES DE OLIVA EN EL CANAL DE HOSTELERÍA Y
RESTAURACIÓN EN ESPAÑA. EL MODELO UTILIZADO POR
EURO-TOQUES ESPAÑA**

ALUMNA.- Ana Tudela Cánovas

TUTOR.- Manuel Parras Rosa

TRABAJO FIN DE MÁSTER.- AÑO 2017

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA

“MASTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS OLEÍCOLAS”



**ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE
ACEITES DE OLIVA EN EL CANAL DE HOSTELERIA Y
RESTAURACIÓN EN ESPAÑA. EL MODELO UTILIZADO POR
EURO-TOQUES ESPAÑA**

ALUMNA.- Ana Tudela Cánovas

TUTOR.- Manuel Parras Rosa

TRABAJO FIN DE MÁSTER.- Septiembre, 2017

ÍNDICE DE CONTENIDOS:

1.- RESUMEN.	6
2.- EL COMIENZO DE UNA ETAPA.....	8
3.- INTRODUCCIÓN.....	10
4.- EL CONSUMIDOR DEL CANAL HORECA.....	12
4.1. Relaciones del consumidor del canal HORECA con sus proveedores.....	12
4.2. Relaciones del empresario del canal HORECA con sus clientes.....	14
4.3. Consumo del aceite de oliva en el canal HORECA.....	16
5.- LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO HERRAMIENTAS DE NEGOCIO.....	19
6.- COMUNIDAD EUROPEA DE COCINEROS. EURO-TOQUES ESPAÑA. OBJETIVO Y METODOLOGÍA.....	23
7.- ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	27
8.- CONCLUSIONES.....	61
9.- INICIATIVAS PARA LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA.....	65
10.- GLOSARIO.....	73
11.- BIBLIOGRAFÍA.....	91

ÍNDICE DE FIGURAS:

Capítulo 4

Figura 1: Ranking productos más comprados por la restauración independiente.....	12
Figura 2: Proceso de compra de alimentación envasada con proveedores.....	13
Figura 3: Número de proveedores y tiempo utilizado por la restauración independiente.....	14
Figura 4: Web de la empresa GARMENDIA CATERING.....	15
Figura 5: Uso del Aceite de Oliva en el Canal HORECA.....	16
Figura 6: Opinión de consumidor sobre el uso del Aceite de Oliva en el Canal HORECA.....	18

Capítulo 5

Figura 7: Sistema App del Restaurante El Serbal.....	20
Figura 8: Análisis general de tendencias sobre servicios en Restauración.....	21
Figura 9: Página de inicio del Restaurante “Martin Berasategui”.....	22

Capítulo 6

Figura 10: Web de Euro-Toques España.....	25
Figura 11: Olivo Milenario.....	46
Figura 12: Listado de productos y precios Gastrotienda del Restaurante La Cerdanya.....	48
Figura 13: Salón del Restaurante “EL OLIVAR”.....	49
Figura 14: Página de Inicio del Restaurante “EL OLIVAR”.....	49
Figura 15: Reconocimientos obtenidos por el restaurante de “Martín Berasategui”.....	51
Figura 16: Carta del Restaurante “Juanito”.....	57

Capítulo 9

Figura 17: Artículo del Blog de Juan Sanhermelando.....	69
---	----

ÍNDICE DE TABLAS:

Capítulo 7

Tabla 1: Comunidad Autónoma de Aragón.....	27
Tabla 2: Comunidad Autónoma de Asturias.....	28
Tabla 3: Comunidad Autónoma de Canarias.....	29
Tabla 4: Comunidad Autónoma de Cantabria.....	30
Tabla 5: Comunidad Autónoma de Castilla La Mancha.....	32
Tabla 6: Comunidad Autónoma de Castilla León.....	37
Tabla 7: Comunidad Autónoma de Cataluña.....	39
Tabla 8: Ciudad Autónoma de Ceuta.....	39
Tabla 9: Comunidad Autónoma de Extremadura.....	41
Tabla 10: Comunidad Autónoma de Galicia.....	43
Tabla 11: Comunidad Autónoma de las Islas Baleares.....	44
Tabla 12: Comunidad Autónoma de La Rioja.....	45
Tabla 13: Comunidad Autónoma de Madrid.....	47
Tabla 14: Ciudad Autónoma de Melilla.....	47
Tabla 15: Comunidad Autónoma de Murcia.....	50
Tabla 16: Comunidad Autónoma de Navarra.....	51
Tabla 17: Comunidad Autónoma del País Vasco.....	52
Tabla 18: Comunidad Autónoma de Valencia.....	55
Tabla 19: Comunidad Autónoma de Andalucía.....	59

1.- RESUMEN

Análisis del comportamiento del consumidor de aceites de oliva en el canal de Hostelería y Restauración en España. El modelo utilizado por Euro-Toques España

Con este trabajo se pretende determinar el grado en el que existen referencias sobre aceites de oliva en las cartas y menús de los restaurantes y hoteles de España, escogiendo como muestra de estudio la base de datos ofrecida por la Asociación Euro-Toques, teniendo en cuenta que el universo de estudio asciende a casi 800 cocineros. Esta resulta una muestra suficientemente representativa para poder extraer conclusiones sobre los niveles de consumo de los aceites de oliva en las cocinas, la forma utilizada para expresar el uso de los mismos como ingrediente en la elaboración de los platos y el alcance del compromiso en la promoción y difusión de los aceites de oliva vírgenes y vírgenes extras en el canal HORECA.

Como fuente de información se ha utilizado la visita a las páginas web de las empresas, siempre que estos datos fueran facilitados de forma correcta por los asociados y de los que también se han podido extraer ciertas conclusiones.

El análisis conjunto de las variables sometidas a estudio a través de las diecinueve tablas que se corresponden con las diecisiete Comunidades Autónomas y las ciudades de Ceuta y Melilla, revelan que existen elevadas oportunidades de expansión y desarrollo de estrategias de comercialización en la restauración para los productores de aceites de oliva y que no existe una relación directa entre zonas productoras de aceite y el uso en cocina. La identificación de la elaboración de platos en cocina con el consumo del aceite virgen y extra se encuentra muy por debajo de niveles aceptables, teniendo en cuenta la gran cantidad de acciones promocionales y el presupuesto dedicado a las mismas.

PALABRAS CLAVES: Aceites de Oliva, cocina, carta, Euro-Toques, productos, restauración, páginas web, gastronomía, empresas.

ABSTRACT

Analysis of the behavior of the consumer of olive oils in the Canal Hotel and Catering sector in Spain. The model used by Euro-Toques Spain.

With this work is intended to determine the degree to which there are references on olive oils in the charts and menus of restaurants and hotels in Spain, choosing as a sample study the database offered by the association Euro-Toques, Considering that the universe of study amounts to almost 800 cooks. This is a sufficiently representative sample to be able to draw conclusions on the levels of consumption of olive oils in the kitchens, the way used to express the use of them as an ingredient in the elaboration of the dishes and the reach of commitment in the promotion and diffusion of virgin olive oils and extra virgins in the HORECA channel.

As sources of information has been used to visit the websites of companies, provided that these data were provided correctly by the partners and those who have also been able to extract certain conclusions.

The joint analysis of the variables submitted to study through the nineteen tables corresponding to the seventeen Autonomous Communities and the cities of Ceuta and Melilla, reveal that there are high opportunities for expansion and development of Marketing strategies in the restoration for olive oil producers and that there is no direct relationship between areas that produce oils and use in kitchens. The identification of the elaboration of dishes in kitchen with the consumption of the Virgin and extra oil is well below acceptable levels, taking into account the large number of promotional actions and the budget dedicated to them.

KEY WORDS: olive oils, cooking, charts, Euro-touches, products, restoration, Web pages, gastronomy, companies.

2.- EL COMIENZO DE UNA ETAPA

El comienzo de cualquier etapa a lo largo de la vida siempre viene cargado de grandes dosis de incertidumbre que se van transformando en expectativas, de cambios que una espera que se materialicen en nuevos retos, en experiencias positivas y en crecimiento vital. Todos esos ingredientes formaron parte de la decisión y del esfuerzo que siempre supone la realización de iniciar un curso, unos estudios que, impartidos por primera vez por la Universidad Internacional de Andalucía –UNIA-, se ofertaban para cualquiera que quisiera profundizar en el conocimiento de la Administración de las Empresas Oleícolas. Este ha sido el punto de partida de mi decidida disposición a emprender un camino que me ha traído a la presentación de mi Trabajo Fin de Máster y que comenzó en febrero de 2016. Las consecuencias que tendrían para mí la realización de estos estudios han transformado una parte fundamental de mi vida. El aprovechamiento de los distintos módulos impartidos en el Máster no sólo ha servido para adquirir conocimientos, sino que además he logrado reincorporarme al mundo laboral en el sector del aceite de oliva. Un universo que me tiene atrapada desde hace más de quince años y en el que disfruto laboralmente y personalmente con toda la riqueza que contiene el olivar.

Cada uno de los bloques temáticos desarrollados el Máster ha servido para desgranar las diferentes fuentes de apoyo, técnicas y metodología útiles para la mejor administración de una empresa oleícola. El reencuentro con las aulas, trabajos y exámenes después de tanto tiempo ha servido para rejuvenecerme en ocasiones y para tensionarme en otras, quedando, por encima de todo, momentos compartidos con mis compañeros de curso de los que he aprendido diariamente a través de la exposición de sus puntos de vista y con los que me he divertido por encima de todo. Los monólogos, miradas, conversaciones, anécdotas, a lo largo de todos estos meses han traído momentos de risa que aún perduran en mis recuerdos.

La disposición y el trato ofrecido por las empresas que de un modo u otro tienen relación con el sector oleícola han sido especialmente enriquecedores. Las distintas misiones de las entidades del sector oleícola han sido expuestas, tanto en las visitas que hemos tenido la oportunidad de realizar, como en las diferentes máster class impartidas por los responsables de las empresas y han dado como resultado un magnífico ejemplo de las distintas estrategias seguidas por cada una de ellas. Profesionales que han sabido trasladarnos, con gran acierto, la visión global de su negocio y que, por encima de todo, creen profundamente en la capacidad

de las personas, en el presente y futuro de los productos del olivar. Finalmente, las aportaciones realizadas por expertos que, en algún caso, nada tenían que ver con la empresa oleícola, han servido para reflexionar sobre aspectos aprovechables para aplicar en el mundo del aceite. Sus experiencias y su mejor disposición han supuesto un acicate para el pensamiento y el ánimo.

Quiero finalizar con mi reconocimiento a dos personas con las que me he reencontrado y a las que agradezco especialmente su colaboración. Una de ellas es el tutor académico del Trabajo Fin de Máster, D. Manuel Parras Rosa, al que conozco desde hace tiempo. Experto en marketing y comercialización, con el que se aprende y con el que se disfruta en cada una de las ocasiones en las que hemos coincidido. La otra es el “padrino” de esta primera edición, D. Antonio Gallego Jurado, responsable de que, a día de hoy, siga dedicándome profesionalmente al mundo del aceite de oliva y al que le debo todo mi esfuerzo y mi mejor hacer.

Con todo esto, con la experiencia, con los buenos momentos y con la ansiada posibilidad convertida en realidad de haber obtenido lo mejor del mundo del aceite de oliva, quedo sinceramente agradecida por las oportunidades brindadas y por haberme permitido compartir una parte de mi vida con todos ustedes.



3.- INTRODUCCIÓN

Una buena decisión tomada a la hora de escoger el tema y planteamiento del Trabajo de Fin de Máster influye de manera decisiva en la elaboración, búsqueda de información y conclusiones extraídas del análisis de datos. Aun cuando el tema objeto de estudio era una cuestión que arrojaba resultados previsibles que luego expondré, no acertaba a adivinar el resultado obtenido una vez concluido. El convencimiento, a priori, que mantenía en relación a algunas cuestiones sobre los consumos del aceite de oliva en restaurantes y hoteles, partía de una idea preconcebida sustentada erróneamente en el nivel de crecimiento de programas televisivos y actividades promocionales en los que los cocineros de España hacen uso y publicidad de la utilización de aceites de oliva en la categoría de virgen y virgen extra en las cocinas, como un ingrediente imprescindible en sus platos al que le otorgan una visualización por encima del resto de materias primas con las que elaborar entrantes, carnes, pescados y postres.

Las posibilidades que se abrían desde un planteamiento global me hicieron decantarme por el tema propuesto en completo acuerdo con mi tutor académico. La actualidad y los resultados que se obtuvieran eran cuestiones que contienen un alto nivel de aprovechamiento práctico y que intentaré exponer en las conclusiones del estudio.

Tengo que confesarles que la capacidad para sorprenderme, no siempre positiva, ha ido creciendo a lo largo de los meses transcurridos desde la elección del tema hasta la finalización y presentación del trabajo fin de máster. He intentado proyectar, a través de las palabras, tablas e imágenes, lo que, a continuación, intenta describir una aproximación al panorama de los usos de los aceites de oliva en los fogones de los restaurantes de España. Los resultados presentados no son en modo alguno reflejo de una foto fija, ni se pretendía en ningún momento que lo fuera, ya que al igual que el olivar y los aceites de oliva han experimentado importantes cambios en su recolección, producción, elaboración y comercialización, los usos que se hacen de nuestro oro líquido también han ido acompañados del uso de nuevas tecnologías, modernización y una mayor consolidación del consumo de aceites vírgenes y vírgenes extras.

Han sido innumerables los planteamientos, debates, contrariedades y conclusiones en las que conjuntamente profesores, expertos y alumnado hemos encontrado un denominador común al que buscamos satisfacer desde distintos puntos de vista, desde posicionamientos estratégicos

y empresariales diferentes aplicados con el objetivo final de comprender, estudiar, ofrecer y conseguir tener como cómplice, como nuestro mejor aliado al CONSUMIDOR. Nada más sencillo por lo obvio de la conclusión y nada más complejo que conseguirlo.

A lo largo del tiempo transcurrido entre clases magistrales, prácticas y evaluaciones he podido constatar que las vías utilizadas para obtener el beneplácito del consumidor con el producto, bien o servicio que ponemos a su disposición son tan diversas y múltiples como consumidores puedan existir, y esto resulta harto complicado si no existe una planificación, un estudio previo, una misión, unas conclusiones y una apuesta por el producto a la que debe acompañar un seguimiento de los objetivos planteados para intentar conseguir el éxito de la empresa en la que se han puesto recursos y los propios planteamientos personales.

Entiendo que todos y cada uno de nosotros somos a lo largo de nuestra vida consumidores eternos. Consumimos formación, amistad, amor, bienes, información, experiencias..., y eso es lo que nos hace diferentes a unos de los otros: la distinta capacidad que tenemos individualmente de sentirnos satisfechos o no con lo que consumimos, la diferencia que nos singulariza ante las distintas respuestas que buscamos y que nos hace estar permanentemente escogiendo, haciéndolo en función de distintos planteamientos que se nos presentan a lo largo de nuestra vida.

Cada consumidor mantiene diferentes comportamientos ante un mismo producto. Se reacciona de distinta forma porque se tiene distintas capacidades y actitudes a la hora de enfrentarse a un producto. Como se ha dicho anteriormente, cada consumidor está influenciado por infinidad de variables que lo llevan a tomar una decisión de aceptación o de rechazo ante un producto o bien. Analizar cada una de ellas e intentar ofrecer a cada consumidor lo que busca, lo que le va a llevar a tomar una decisión, una elección, es casi imposible; y desde luego, no se pretende resolver esta cuestión en el presente trabajo. Pero lo que sí es cierto es que podemos analizar distintos aspectos que buscan influir en la decisión del consumidor, y lo que es más importante: fidelizar al consumidor a nuestro producto. Esta es una cuestión imprescindible para el éxito de la empresa, fidelizar a los clientes y crecer a base de esa fidelización. Los clientes satisfechos son los mejores prescriptores.

4.- EL CONSUMIDOR DEL CANAL HORECA

Tan importante es el consumidor final en el canal de la hostelería y restauración al que van dirigidas las acciones que como empresa deben establecer los responsables del negocio para que pueda alcanzar las cifras satisfactorias que le permitan crecer, como las relaciones que se establezcan entre los proveedores de aceite con los encargados de la utilización del producto en sus cocinas.

4.1. Relaciones del consumidor del canal HORECA con sus proveedores

Conocer las pautas de aprovisionamiento de alimentación y bebidas del canal HORECA, teniendo en cuenta la heterogeneidad propia del sector, el análisis de cómo se desarrolla el proceso de aprovisionamiento en este modelo de negocio y cuáles son los factores más importantes e influyentes en las tareas de abastecimiento, son aspectos que influyen en el resultado final de una mayor o menor utilización de los aceites de oliva en la elaboración de la gastronomía en nuestro país.

De los datos recogidos en el estudio realizado por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente –MAPAMA- y que se encuentran en la **Figura 1**, podemos observar cómo el 75% de los establecimientos del canal HORECA compran aceite, un porcentaje que lo sitúa por debajo de las bebidas o los productos de limpieza.

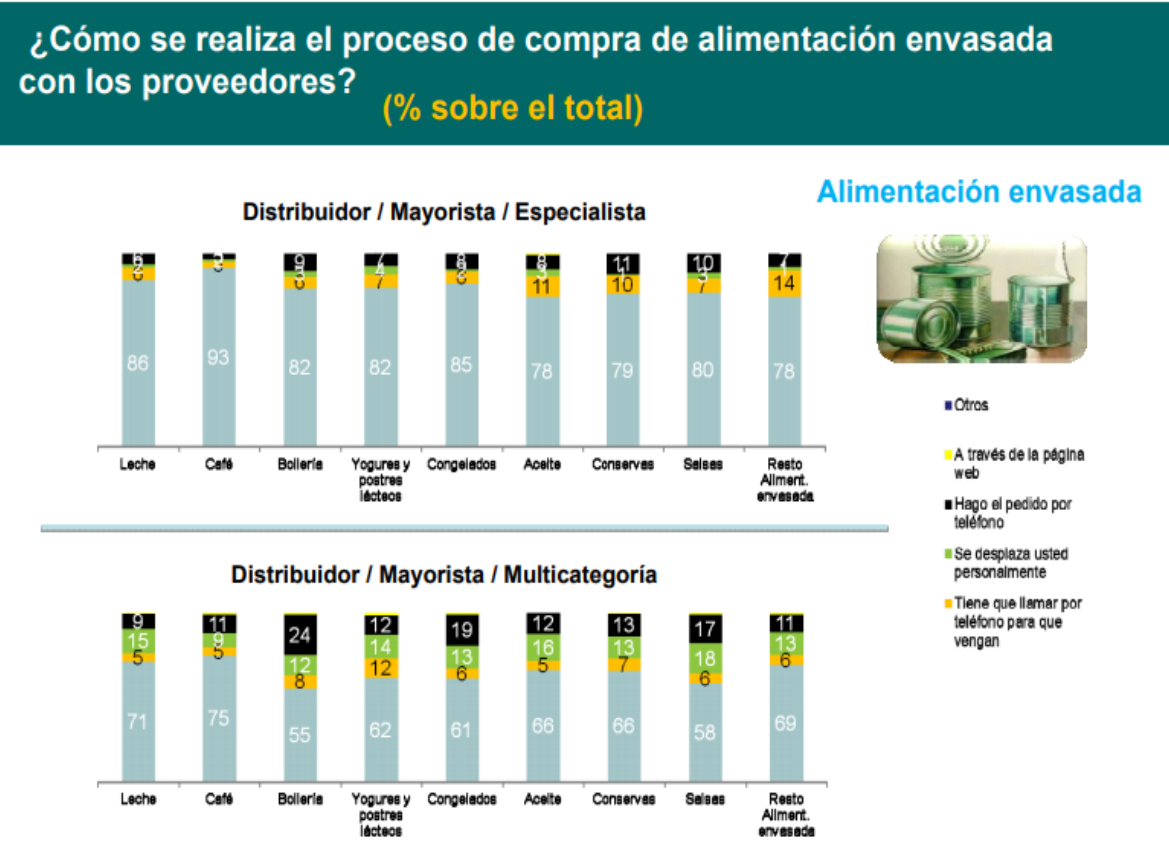
Figura 1.- Ranking productos más comprados por la restauración independiente



Fuente: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Estudio de los “Análisis sobre los hábitos de aprovisionamiento en las actividades de restauración, 2013”.

En la **Figura 2**, se muestran las herramientas que se utilizan desde la restauración para la realización de la compra de los productos necesarios. En el aceite el canal más utilizado requiere del trato personal y esto supone poder contar con personal cualificado para realizar las labores comerciales. De la profesionalidad, del respeto y mantenimiento de los intereses del cliente y del trato recibido, depende que el producto que queremos vender tenga una aceptación satisfactoria y se consiga fidelizar al cliente a nuestro producto.

Figura 2.- Proceso de compra de alimentación envasada con proveedores



Fuente: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Estudio de los “Análisis sobre los hábitos de aprovisionamiento en las actividades de restauración, 2013”

Por otro lado, además de lo expuesto anteriormente, existen distintos factores que son tenidos en cuenta por responsable del negocio a la hora de establecer y mantener una relación con un proveedor. Comodidad, precios, calidad y servicio son motivos clave para la restauración. Si estos parámetros son estables, la relación será duradera. En la **Figura 3** se expone, a modo de ejemplo, los índices de tiempo dedicado por los profesionales de la restauración en su relación con los proveedores y la cantidad media de proveedores con los que mantienen algún tipo de

relación. Podemos observar que prefieren huir de la excesiva dependencia y exclusividad en sus relaciones con los proveedores. Una estrategia empresarial que les supone mayor tiempo invertido, aunque una disminución de riesgo de suministro si se presenta algún inconveniente que les llevaría a quedarse desabastecidos de mercancía.

Figura 3.- Número de proveedores y tiempo utilizado por la restauración independiente



Fuente: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Estudio de los “Análisis sobre los hábitos de aprovisionamiento en las actividades de restauración, 2013”

4.2. Relaciones del empresario del canal HORECA con sus clientes

Existen determinados condicionantes que son tenidos en cuenta en el momento de establecer relaciones comerciales con los clientes. Uno de ellos, extremadamente importante para conseguir su fidelidad, es el servicio que el restaurador le ofrece. El uso de una estrategia competitiva orientada al cliente ya no puede limitarse a entregarle un producto de calidad, sin tardanzas y con precio adecuado; además, debe proporcionársele un adecuado servicio. La importancia que va adquiriendo el objetivo de mejora del servicio al cliente se justifica por diversas razones, entre ellas las siguientes: el servicio puede ser uno de los medios para lograr una ventaja competitiva sostenible a través de la diferenciación, un mejor servicio aumenta el valor añadido del producto y el servicio es un determinante muy importante para la

percepción de la calidad por parte del cliente. La creciente demanda de un alto nivel de servicio por parte de los clientes hace que, cada vez, con más frecuencia, aquel se convierta en un requisito para competir más que en una ventaja competitiva.

Son muchas las actividades que se pueden desplegar para ofrecer el mejor servicio y que pueden desarrollarse en la empresa, tales como las encaminadas a satisfacer las exigencias y necesidades del cliente. Pueden estar relacionadas con el diseño del producto o servicio. Se ofrece al cliente la posibilidad de solicitar un producto que desea pero que no se encuentra contemplado entre los ofrecidos en ese momento. Son varios los ejemplos que pueden encontrarse en los que se les da la oportunidad al cliente de pedir un plato que no está en carta pero, que si le apetece, será preparado, o las ocasiones en las que los servicios de bodas ofrecidos por hoteles también ofrecen la posibilidad de preparar una boda a gusto de los contrayentes con la orientación de los profesionales. Los servicios se adaptan al cliente, no se presenta un menú cerrado o unas características de celebración determinadas. El cliente es el que tiene el poder absoluto de decisión sobre lo que desea obtener al pagar el producto y/o servicio.

Figura 4. Web de la empresa GARMENDIA CATERING



Fuente: www.garmendiacatering.com

El empresario de la restauración, como cualquier otro negocio, busca la diferenciación como clave de éxito frente al resto. Así, necesita el reconocimiento de su posicionamiento frente a sus competidores y clientela. Entre los atributos que confieren un valor intangible a la empresa, podemos destacar los siguientes:

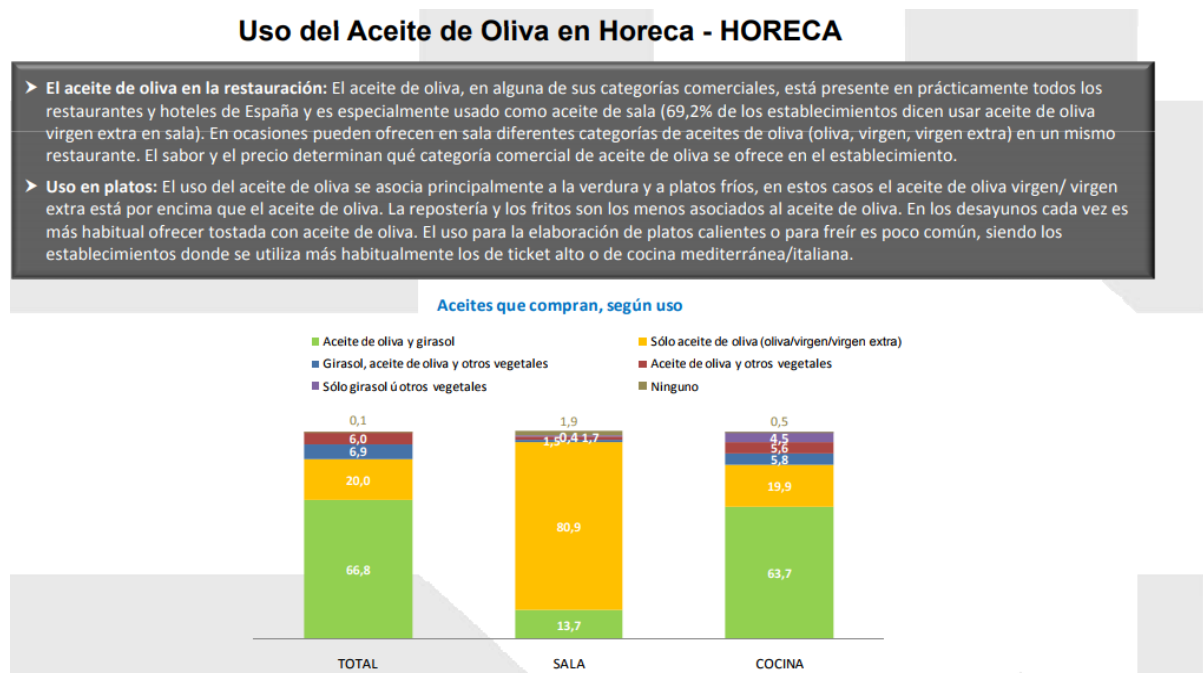
- ✓ **Fiabilidad:** tener el producto adecuado, siempre disponible y competitivo.
- ✓ **Exclusividad:** Tener productos exclusivos temporalmente (por ejemplo ser los primeros en tener una novedad) o permanentemente.
- ✓ **Liderazgo:** La fuerza de sus marcas.
- ✓ **Calidad:** Un problema de calidad en el punto de venta afecta a toda la marca.
- ✓ **Precio:** Lo más importante después de la calidad es el precio del producto.

Si logramos mantener estas cualidades de forma permanente y sin mermas, el éxito está casi garantizado.

4.3. Consumo de aceite de oliva en el canal HORECA

A los efectos que interesan a este estudio, los datos fundamentales del uso del aceite de oliva son los siguientes:

Figura 5.- Uso del Aceite de Oliva en el Canal HORECA



Fuente: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. “Estudio Sobre Hábitos de Uso y Consumo de Aceites de Oliva en el Canal HORECA En España” (2010)

Los datos ofrecidos, tanto por el MAPAMA como por la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, avalan el aumento considerable de consumo del aceite de oliva virgen y virgen extra. Este incremento sin duda, está ligado a la mejora de la calidad, a la consolidación y cualificación de los mercados más próximos, a la estrategia de promoción y venta por parte de las almazaras y a la estrategia de la gran distribución de apostar por estos tipos de aceites e incluirlos, tanto en sus gamas de marca propia como en los lineales de productos de la tierra e incluso en los lineales generales.

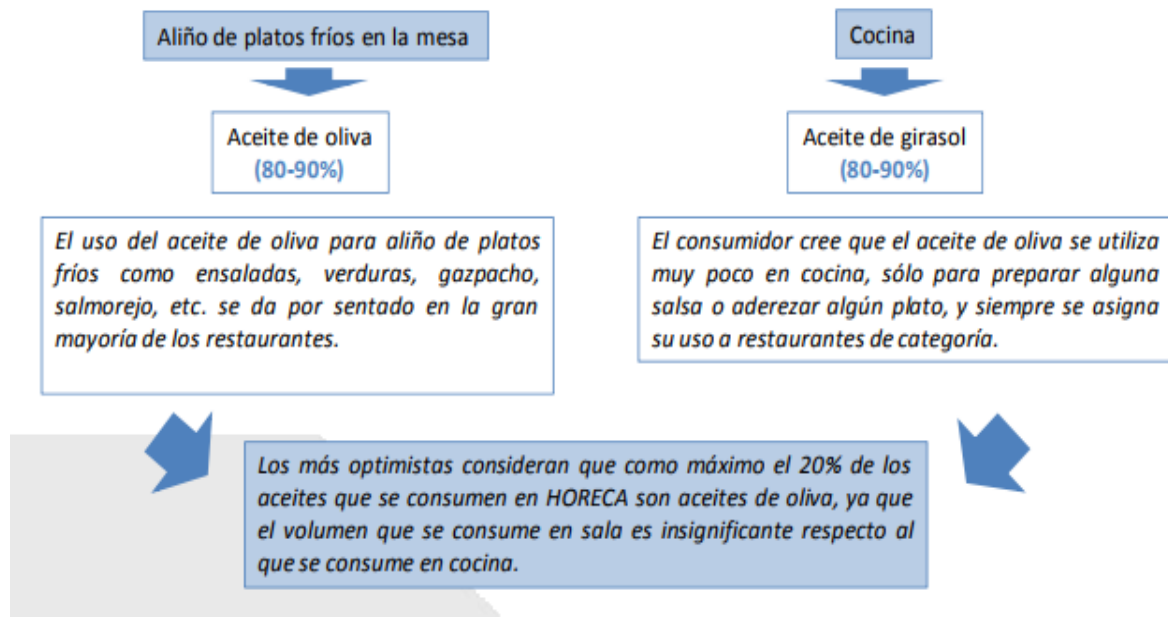
Por otra parte, el aceite de oliva sigue siendo el de mayor consumo en el canal HORECA, tipo de aceite de oliva en el que el consumidor suele identificar la calidad con la marca. Sigue habiendo índices cuantitativos importantes en relación al desconocimiento de las distintas categorías de aceites por parte de los consumidores, incluso en las áreas productoras.

Como se confirmará más adelante por los datos extraídos del estudio empírico llevado a cabo, es mayoritaria la opción de los usos de aceites de calidad que identifica variedades y orígenes. Este proceso tiene un cierto alcance en canales específicos de alta calidad y es importante en los mercados más cercanos al establecimiento.

Según los datos extraídos del “Estudio sobre hábitos de uso y consumo de aceites de oliva en el canal HORECA en España” (Interprofesional del Aceite de Oliva y MAPAMA) y como puede observarse en la **Figura 6**, el consumidor piensa que el consumo de los aceites de oliva en Restauración ha aumentado en los últimos años. Esto se debe a la preocupación, cada vez mayor, por mantener una alimentación sana.

Para finalizar, el consumidor asocia el aceite de oliva a las mesas de los restaurantes y no en cocina donde presupone el uso preponderante del aceite de girasol. A pesar de ello ve como muy relevante el uso del aceite de oliva para la cocina y de hecho lo vería como motivo de elección de restaurante, especialmente el consumidor de mayor edad. Este hecho también conllevaría la disposición del consumidor a pagar más por la utilización de los aceites de oliva en cocina.

Figura 6.- Opinión de consumidor sobre el uso del Aceite de Oliva en el Canal HORECA



Fuente: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. “Estudio Sobre Hábitos de Uso y Consumo de Aceites de Oliva en el Canal HORECA En España” (2010)

5.- LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO HERRAMIENTAS DE NEGOCIO

Las webs de las empresas ofrecen el principal y más completo escaparate de una empresa o negocio ya que, actualmente, Internet es una herramienta utilizada en todo el mundo; de hecho, como se comprobará en el análisis de las distintas webs, encontraremos la utilización de redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram o Youtube para desplegar y globalizar los contenidos de la propia empresa. La oportunidad de crecimiento exponencial de los recursos, publicidad y ofertas del producto, bien o servicio, a través de Internet es una cuestión que queda totalmente contrastada como argumento publicitario. Publicidad constante, 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año.

La globalidad y acceso universal es otra de las características de la utilización de esta herramienta. Supone para el negocio la visibilidad de los productos y servicios disponibles para cualquier usuario o potencial cliente, a cualquier hora del día y desde cualquier parte del mundo.

Disponer de un sitio web, supone un abaratamiento de costes de publicidad y promoción de la propia empresa o del producto que se quiere exponer. Además, no solo promociona la propia empresa, también puede ofrecer información adicional de otros productos o servicios a través de los enlaces y ventanas disponibles en la página de la empresa que sirven de publicidad para otros negocios. Es un instrumento muy útil para establecer sinergias y colaboración con otros ámbitos de negocio, formar relaciones comerciales con otras empresas a nivel local, nacional o mundial.

Tener presencia en Internet refuerza y actualiza la imagen corporativa de su empresa. Permite dar a conocer a sus potenciales clientes que su empresa está siempre a la vanguardia en tecnología e información. Además, permite a los visitantes de su sitio web dotarse de una idea más completa de los servicios y productos que su empresa ofrece, y poder fácilmente referirlos a otras personas. Esta última ventaja conlleva un cuidado especial de la actualización y gestión de la web, porque si no se hace bien, correctamente, todo lo que son ventajas se convertirán inmediatamente en desventajas para la propia empresa y se visualizará una imagen totalmente opuesta a lo que se pretende publicitar cuyos efectos negativos para el negocio serán difíciles de paliar.

Por otro lado, supone un gran ahorro de tiempo a la hora de explicar de forma detallada todos los servicios ofrecidos por la propia empresa. Los clientes pueden conocer los productos y servicios antes de personarse en la empresa para solicitar el producto o servicio. Se crea una imagen perfecta de lo que se ofrece y así el cliente tiene todos los instrumentos a su alcance para poder elegir.

Otro sistema utilizado por algunos restaurantes es el uso de aplicaciones para móviles, como así lo hace el Restaurante El Serbal en Cantabria, en el que se ofrecen ventajas y promociones para los clientes.

Figura 7.- Sistema App del Restaurante El Serbal



Fuente: www.elserbal.com

Del “Análisis cualitativo de las Tendencias de la Restauración en 2012 en base a la percepción de los operadores del sector “(MAGRAMA, 2012) queda acreditado que las reservas por Internet es un hecho. A pesar de su desarrollo, aún queda mucho camino por recorrer tal y como se comprobará de los resultados ofrecidos en el capítulo siguiente. Llevarse la comida o servicio a domicilio son otras de las consecuencias derivadas de la sensibilidad al precio y de la escasez de tiempo que se percibe entre los clientes.

Figura 8.- Análisis general de tendencias sobre servicios en Restauración



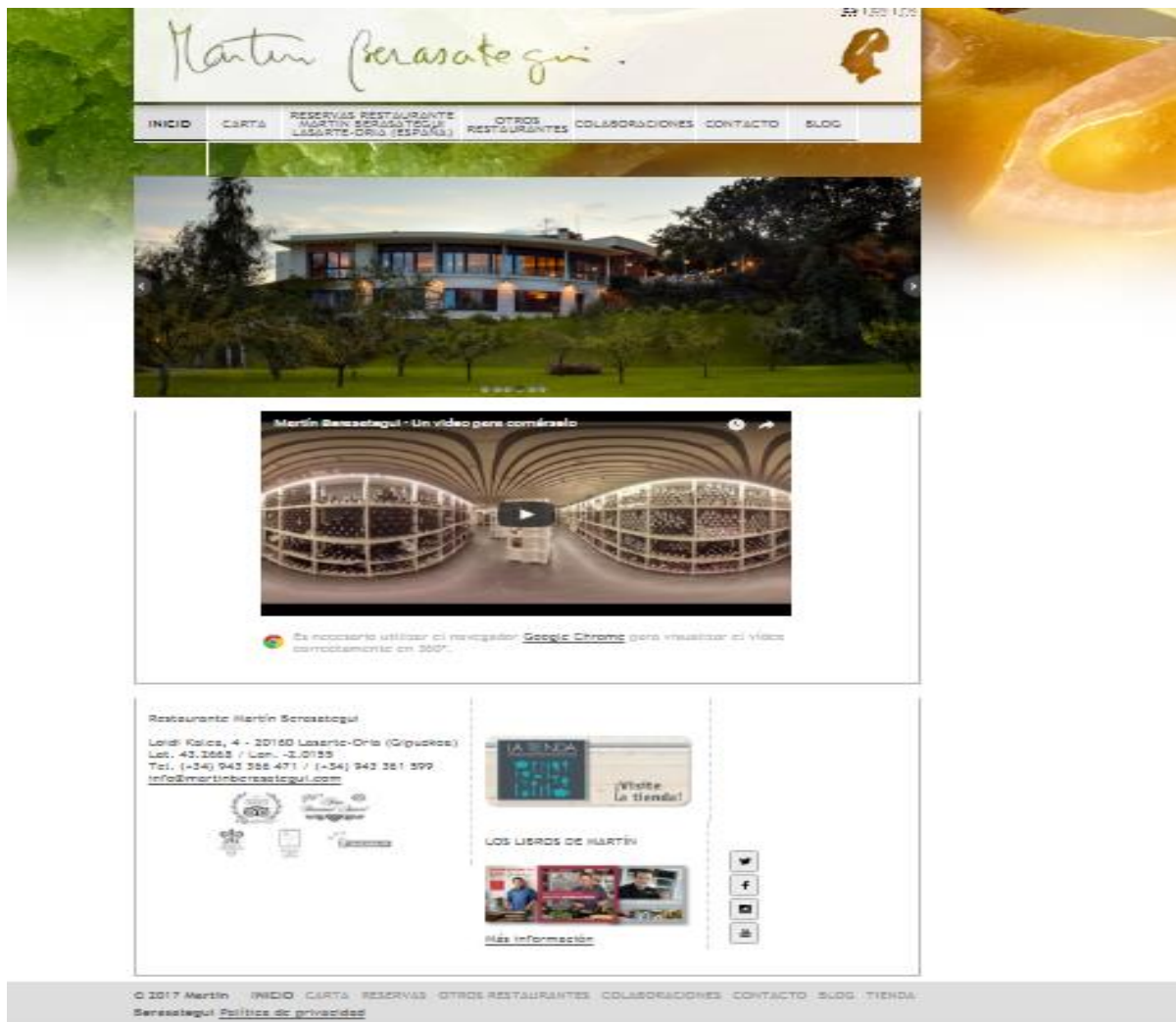
Fuente: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. "Análisis cualitativo de las Tendencias de la Restauración en 2012 en base a la percepción de los operadores del sector".

Como veremos en algunos ejemplos del estudio realizado, la imagen, contenidos y la facilidad de acceder a la información proyectada repercuten directamente en la decisión del consumidor. Es fundamental el tratamiento de la imagen de la empresa hacia el exterior. De la profesionalidad de la web corporativa depende, en gran medida, el éxito de la empresa.

El primer acceso al restaurante tendrá lugar a través de las redes sociales y de Internet. Ello exigirá un marketing algo sofisticado de imágenes y vídeos que llamen la atención de los potenciales consumidores: a la calidad de los alimentos (lo esencial) deberá unirse la ambientación. Debe coexistir una coherencia entre lo que se come y dónde se come. Esto no quiere decir que todos los locales tengan que estar a la última y precisar altos costes de implantación sino que si se come una comida de cuchara y tradicional, de calidad y natural, el local tiene que estar acorde. Se requiere esfuerzo y dedicación. El efecto multiplicador que consigue la opinión de un cliente en las redes sociales hace que lo bueno sea más bueno y lo malo sea peor.

Un ejemplo de web cuidada y con una imagen estudiada, que trabaja el marketing y cuyo posicionamiento en el mercado lo sitúa como el mejor chef de España es el restaurante de MARTIN BERASATEGUI.

Figura 9.- Página de inicio del Restaurante “Martín Berasategui”



Fuente: www.martinberasategui.com

En el sentido de lo que se viene exponiendo y para finalizar con este apartado, nos hacemos eco de un término muy reciente, gastrofísica, acuñado por Charles Spence, que resulta de la fusión de la gastronomía y de la psicofísica. Parte de la premisa de que “comemos con los ojos, con la nariz, los oídos, la memoria o la imaginación, porque el gusto es una de las experiencias más multisensoriales: entran en juego un sinfín de elementos más allá del plato”.

6.- COMUNIDAD EUROPEA DE COCINEROS. EURO-TOQUES ESPAÑA. OBJETIVO Y METODOLOGÍA

El objetivo del Trabajo Fin de Máster ha consistido en comprobar, a través de las publicaciones de cartas y menús en las webs corporativas de los establecimientos de hostelería y restauración, si las mismas contenían referencias a la utilización de los aceites de oliva en algunos de sus tipos. Para ello, nos hemos apoyado en la base de datos de EURO-TOQUES, una organización internacional de cocineros que integra a más de 3.500 cocineros de 18 países. La fundaron Pierre Romeyer, Paul Bocuse, Juan Mari Arzak y Pedro Subijana, entre otros ilustres cocineros, el 18 de noviembre de 1986, en Bruselas, a instancias del entonces presidente de la Comisión Europea, Jacques Delors.

La elección de la base de datos ofrecida por Euro-Toques España para estudiar los usos de los aceites de oliva en las cocinas de los Hoteles y Restaurantes de España era una opción justificada en base a que aglutina en torno a 800 cocineras y cocineros asociados a esta comunidad, lo que representa un número suficiente para poder presentar una imagen global de la utilización de los aceites de oliva. Está presidida por Pedro Subijana y cuenta con delegados autonómicos y provinciales.

Así mismo, resultaba extremadamente útil la distribución de los socios por provincias y las reseñas a las webs corporativas que han servido para visualizar el uso de las nuevas tecnologías en la restauración.

Hemos de precisar que, además, de las comprobaciones oportunas sobre la presencia de cartas o menús, también se ha hecho una lectura completa de las ventanas y enlaces, en caso de que se ofrecieran datos en el directorio de socios de Euro-Toques sobre direcciones webs de las empresas socias.

Por otra parte, los objetivos y principios establecidos por esta comunidad de cocineros, responden a los valores, atributos y propiedades de los aceites de oliva vírgenes y extras, siendo a priori una buena herramienta para poder interpretar las referencias a los usos y la promoción de este producto esencial en la gastronomía española.

Para poder inscribirse como socio de Euro-Toques se deben cumplir permanentemente una serie de principios, entre los que se destacan los siguientes:

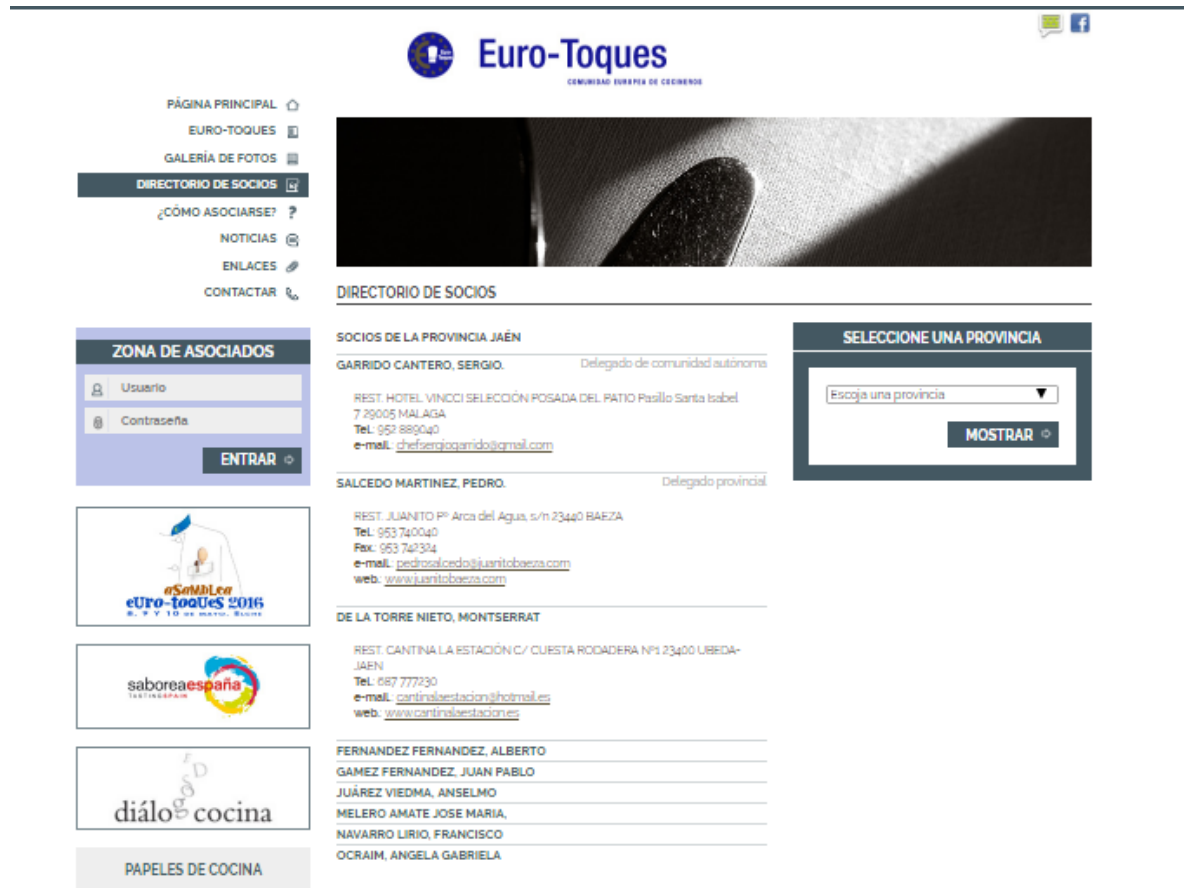
- ✓ La defensa del patrimonio culinario.
- ✓ Proteger la calidad y el sabor de los alimentos.
- ✓ Promover el buen hacer en relación a la alimentación.
- ✓ Proteger el patrimonio culinario en su diversidad y en sus orígenes.
- ✓ Defender una alimentación sana en los productos alimentarios y la calidad de los mismos.
- ✓ Exigir una información correcta para dar a los consumidores una información clara que les permita hacer su elección con buenos criterios.
- ✓ Los productos utilizados en las cocinas deben ser frescos y se transformaran en el restaurante.
- ✓ Los productos utilizados son de temporada con el fin de respetar los ciclos naturales y garantizar su gusto auténtico. Esto influye en los datos obtenidos del estudio, ya que el período de realización de las consultas se ha realizado en primavera y verano de 2017, por lo que la disposición de los platos en las cartas experimentarán modificaciones en función de los productos de temporada, existiendo la posibilidad de que los datos ofrecidos sufran variaciones. En cualquier caso, no se pretende establecer una foto fija y exacta sobre los usos de los aceites de oliva en el canal HORECA, siendo suficiente establecer parámetros globales que den cuenta de la situación actual.
- ✓ Los cocineros Euro-Toques deben contemplar las diversidades de sabores, la variedad de ingredientes y presentar al consumidor una alimentación sana, así como una aportación nutricional equilibrada.
- ✓ El cocinero deberá mantener una total independencia frente a sus proveedores.
- ✓ La transparencia de la cadena es necesaria para garantizar la seguridad de los productos.
- ✓ Los cocineros deben compaginar tradición y modernidad.

Como se ha reseñado anteriormente, el estudio de esta base de datos se ha realizado en el año 2017, por tanto, los datos que aparecen reflejados en el mismo podrían variar en función de la propia adhesión de más socios o la pérdida de la condición por las circunstancias contempladas en los Estatutos de la propia sociedad.

La consulta del directorio de socios se hace a través de la página de inicio en la web www.euro-toques.es

El proceso de metodológico del estudio se inicia con la selección de la provincia. Una vez que seleccionamos la provincia, nos encontramos con los datos del Delegado de la Comunidad Autónoma, Delegado Provincial y la relación de los cocineros socios, cuyo contenido desplegable contiene diversa información entre la que se encuentra el nombre de la empresa a la que pertenece, datos de contacto y web de la empresa.

Figura 10.- Web de Euro-Toques España



Fuente: www.euro-toques.es

La información ofrecida por los socios de Euro-Toques, se ha agrupado por Comunidades Autónomas. Como se ha expuesto en los objetivos perseguidos por la comunidad de cocineros, se debe proteger el patrimonio culinario y este presenta diversas coincidencias en función de los gustos de los consumidores y de los productos de los que disponer en función del territorio y temporada.

La ordenación de las Comunidades Autónomas se ha realizado bajo al criterio de orden alfabético, con la excepción de Andalucía y la especial referencia a la provincia de Jaén que

se ha dejado para el final de la exposición. Su presentación es ordenada mediante tablas numeradas que se corresponden con las 17 Comunidades Autónomas y la ciudad de Ceuta. En la ciudad de Melilla no se encuentran datos de ningún cocinero asociado en el momento del estudio.

Como cuestión previa hay que señalar que, durante la visualización y recorrido por las cartas y menús de los cocineros de Euro-Toques, hemos podido encontrar múltiples referencias a platos que incluían en su elaboración determinados condimentos, que, aunque van acompañados del término aceite no pueden ser considerados como éstos, ni están sujetos a la normativas específicas para los aceites de oliva.

La consulta de las cartas y menús exponen un uso del aceite como condimento muy extendido por las cocinas españolas. De algunos de ellos hemos hecho referencia en el glosario contenido en el estudio. De este modo, podemos encontrar como condimentos más usados los siguientes: aceite de trufa negra, aceite de sésamo, aceite de soja, aceite de almendras, aceite de oliva de ajo fresco, aceite de pimentón, aceite de vainilla, aceite de rúcula, aceite de remolacha, aceite de perejil, aceite de piñones, aceite de mostaza, aceite de tomillo, aceite de cebollino, aceite de menta y aceite de miel.

7.- ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

ARAGÓN.-

Pertenecen a esta Comunidad 23 cocineros asociados. De ellos, hay 6 que no señalan información sobre la empresa en la que trabajan. Un total de 17 negocios de los que se ofrece el nombre y datos de contacto.

De las 17 empresas objeto de este trabajo, 11 disponen de web, aunque 3 redirigen a direcciones incorrectas; por tanto, sólo se expondrá el análisis de las webs de 8 restaurantes entre los que destacamos los siguientes:

BOLDOVA GROS, DAVID.- Presencia en la Guía Repsol y Guía Michelin. Presenta una elaboración de Tartar de atún rojo con crema de yogurt, pepino, albahaca y helado de aceituna “empeltre”. Participa en diferentes programas de televisión y radio.

CUADRADO CAPITÁN, TOMÁS.- Entre las “Tapas Frías”, encontramos “anchoas del Cantábrico (0) en aceite”. Además, puede consultarse en el enlace “Recetas” una gran variedad de platos en los que se incluye el aceite de oliva como ingrediente.

LOZANO ESTEBAN, ALBERTO.- Es un hotel que ofrece actividades diversas como paseos en canoa, ciclo turismo o fin de semana enológico, En el Restaurante se puede hacer una “Degustación de aceites” que ofrecen como aperitivo.

Tabla 1.- Comunidad Autónoma de Aragón

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
GARCIA PRIETO, MANEL	REST. AURA RIVER HALL	www.aurarestaurante.com	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE HUESCA				
	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
BARCELO GRESA, JOSE MANUEL	REST. LA COCINA DE JOSE FERNANDEZ	www.cocinajosefernandez.com	NO	NO
CAMIN CASTRO, JOAQUIN	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
ORGANERO RAMOS, ANTONIO	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE ZARAGOZA				
	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
BOLDOVA GROS, DAVID. Delegado provincial	REST. NOVODABO	www.novodabo.com	SI	NO
LOPEZ DIAZ, HUGO. Delegado provincial	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
TAZUECO LEARDE, JOSE. Delegado provincial	REST. SABOYA 21	no dispone de web	NO	NO
ACIRON ANDRES, JOSE IGNACIO	REST. LA BASTILLA	www.lbastilla.com	NO	NO
BALDRICH GARIJO, DAVID	REST. LA SENDA	no dispone de web	NO	NO
BAZTAN MARTINEZ, FELIX	REST. COLETTE	no dispone de web	NO	NO
CASTRO CABREJAS, DAVID	REST. RUEJO HOTEL CIEN BALCONES	www.hotelcienbalcones.com	NO	NO
CONDE ARRIETA, ANGEL	REST. EL CHALET	www.ekhaletrestaurante.es	SI	NO
CUADRADO CAPITAN, TOMAS	XIXON SPANISH RESTAURANT MIAMI	www.xixonspanishrestaurant.com	SI	SI
ESCARTIN SESE, JOSE ANTONIO	REST. CASA ESCARTIN	no dispone de web	NO	NO
LOZANO ESTEBAN, ALBERTO	REST. RIO PIEDRA	www.restauranteriopiedra.com	SI	SI
MARTIN MARTINEZ, JOSE CARLOS	HOTEL EL PATIO	www.hotelespatio.es	SI	NO
MORENO GAYA, FELIX	REST. LA KUPELA	no dispone de web	NO	NO
NAVARRO MARTINEZ, JORGE	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
POBO RABADAN, RAUL	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
ROSELL ESCOSA, JOAN	LA ENCANTARIA	WWW.LAENCANTARIA.BLOGSPOT.COM	NO	NO
SANCHEZ VIZCAINO, VICTOR MANUEL	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
VERA MORALES, FRANCHESKO	RESTAUBAR GAMBERRO	www.restaubargamberro.com	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE TERUEL				
	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ESTOPIÑAN NAVARRO, LUIS IGNACIO	REST. EL MILAGRO	no dispone de web	NO	NO

ASTURIAS.-

Pertenecen a esta Comunidad 18 cocineros. De ellos, 12 disponen de web, aunque 3 tienen una dirección web incorrecta.

MARTÍNEZ IGLESIAS, JOSÉ MANUEL.- Cocinero en un Hotel Gastronómico, con un restaurante con su propia web www.canonigos.com en el que el entorno es el ingrediente especial con el que acompañan sus platos. Ofrecen menú gratuito para los pequeños de la familia. Un segmento de clientes al que van dirigidos servicios como visitas guiadas por la cocina y un libro de recetas de regalo.

PELEGRÍN TORRERO, JORGE.- Utiliza el aceite de Arbequina para la elaboración de su cocina. Los ejemplos de los platos los podemos encontrar en las “Entradas” Cecina de León aliñada con aceite de Arbequina y toque de pimienta negra. Entre los “Menús Degustación a Diario”, podemos encontrar la Ensalada de pepino y tomate de nuestra huerta con lechuga Asturiana y aceite de Arbequina. Tienen un enlace a “Tienda Gourmet” desde el que se puede hacer pedidos y te llevan a casa los productos solicitados que en el momento de la consulta se encontraba “en construcción”.

Tabla 2.- Comunidad Autónoma de Asturias

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
MARTINEZ ABASCAL, LUIS ALBERTO	REST. CASA FERMIN	www.casafermin.com	SI	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE ASTURIAS		WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
MORAN QUIROS, PEDRO. Delegado provincial	REST. CASA GERARDO	www.restaurantecasagerardo.com	NO	NO
ALVAREZ PEREZ, VICTOR RAMON. Delegado provincial	REST. BELLAVISTA	www.grupogavia.com	SI	NO
ALVAREZ ALMEIDA, SILVERIO	REST. LATORES	www.restaurantelatores.com	SI	NO
ANTON RIESTRA, JAVIER	REST. CASA CONRADO	www.casaconrado.com	NO	NO
BALBONA DE LA FUENTE, PABLO	CATERING BALBONA PASTELEROS	no dispone de web	NO	NO
BUSTA OTERO, RAFAEL EUTIMIO	HOTEL REST. EUTIMIO	www.casaeutimio.com	SI	NO
BUSTA ROSALES, MARÍA	HOTEL REST. EUTIMIO	www.casaeutimio.com	SI	NO
CAMACHO ALVAREZ, JOSE LUIS	REST. EL CANDIL	www.ekandilgijon.es	NO	NO
FERNANDEZ ALONSO, ALEJANDRO	REST. LLANTARES DE MAR	no dispone de web	NO	NO
FLEISCHER HERNANDEZ, VIVIANA	REST. EL CENCERRO	www.tabernaekcencerro.es	SI	NO
LOMBAS FERNANDEZ, ANTONIO	REST. EL GUI SANTERO	no dispone de web	NO	NO
LOYA, ISAAC	REST. REAL BALNEARIO	www.realbaleario.com	SI	NO
MARTINEZ IGLESIAS, JOSE MANUEL	REST. HOTEL LA CEPADA	www.hotelacepada.com	SI	NO
MARTINEZ VALLEDOR, SERGIO	REST. ARCIN	no dispone de web	NO	NO
MORAN SUAREZ, MARCOS	REST. CASA GERARDO	www.restaurantecasagerardo.com	NO	NO
PELEGRIN TORRERO, JORGE	LA VIZCAINA CASA DE COMIDAS TIENDA ESTANCO	www.lavizcaina.es	SI	SI
RON LINDE, JOSE	REST. BLANCO	www.restauranteblanco.com	NO	NO

CANARIAS.-

No hay ninguna referencia sobre aceite de oliva en los 11 restaurantes para los que cocinan los 20 chefs asociados. Se debe tener en cuenta que son 3 las web consultadas y en las que tampoco encontramos referencias a las cartas o menús que presenten los platos para la degustación de los clientes.

Sin embargo, los datos facilitados en la web del Gobierno de Canarias, en una noticia del 10 de abril de 2017, revelan la existencia en la Comunidad de 300 hectáreas dedicadas al cultivo del olivar, con una producción de entre 2 y 3 millones de kilos de aceituna y unos 200.000 litros de aceite extraído de las 18 almazaras (9 en Gran Canaria, 5 en Fuerteventura y 4 en Tenerife. En el texto de esa noticia, se publican los aceites galardonados en el Concurso Oficial de Aceite de Oliva Virgen Extra Agrocanarias 2017, que organiza la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Aguas del Gobierno de Canarias, a través de Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA).

En palabras del Consejero de Agricultura, se pretende destacar la calidad del aceite que se produce en Canarias, cuyo objetivo es la evaluación de la calidad del aceite que se elabora en las Islas y promover su conocimiento entre los consumidores.

Una tarea que aún tiene que desarrollarse según los datos de la tabla siguiente.

Tabla 3.- Comunidad Autónoma de Canarias

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ALONSO BELLO, M ^a ISABEL	Hotel Escuela	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE LAS PALMAS	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ABBANE, MOMO	GRUPO OASIS FUERTEVENTURA	no dispone de web	NO	NO
BELCHÍ MUJICA, ABRAHAM	REST. THE FUSSION	www.somriecocinando.com	NO	NO
BERNAL GARRIDO, ROBERTO	REST. THE FUSSION	www.somriecocinando.com	NO	NO
CARREÑO RAVELO, SERGIO	REST. HOTEL GLORIA PALACE	www.gloriapalaceth.com	NO	NO
HAWACH ROIG, GUSTAVO	REST. THE FUSSION	www.somriecocinando.com	NO	NO
LEON ROMERO, LUIS	REST. ARENA	no dispone de web	NO	NO
MARRERO ORTEGA, JUAN MARIA	REST. AMBASSADOR	no dispone de web	NO	NO
SANTANA VEGA, KEVIN	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
SEGURA GONZALEZ, ARMANDO	REST. HOTEL GLORIA PALACE	www.gloriapalaceth.com	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE SANTA CRUZ DE TENERIFE	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
HERNANDEZ CASTILLO, PEDRO JOSE. Delegado provincial	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
CAMBIAGGIO, NATALIA YANINA	REST. HOTEL ARENAS DEL MAR	no dispone de web	NO	NO
FIACRE, PIERRE	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
FREIRÍA FIDALGO, NÉSTOR	HOTEL JARDÍN TECINA	www.jardin-tecina.com	NO	NO
GAMONAL DIAZ, CARLOS	REST. MESON EL DRAGO	www.carlitosmesoneldrago.com	NO	NO
GAMONAL JIMENEZ, CARLOS	REST. MESON EL DRAGO	www.carlitosmesoneldrago.com	NO	NO
GIL PORRAS, JUAN CARLOS	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
PASTOR PASTOR, PABLO	TALLER DE COCINA VILLA DE ADEJE	www.tallerdecocina.com	NO	NO
SCHINGARO, LEONARDO	REST. HOTEL BOTANICO	no dispone de web	NO	NO
SILGUERO SANCHEZ, JUAN MANUEL	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO

CANTABRIA.-

Existe 1 carta con referencias al aceite de oliva, de las 6 que se publican en las 10 webs de los 18 restaurantes para los que cocinan 20 cocineros asociados a Euro-Toques.

LÓPEZ MARTÍNEZ, ALFONSO.- En los “Entrantes Fríos”, nos presenta Ración de Anchoas de Laredo con destellos de aceite de oliva, Tronzones de tomate de la Colina con emulsión de aceite y vinagre y como plato de “Pescado” Cogote de merluza acompañado con aceite templado.

En la web del restaurante Plaza, se nos invita a leer su blog en el que aparecen noticias publicadas en diferentes medios de comunicación en las que abundan las valoraciones excelentes sobre la cocina del restaurante. Mantiene presencia en Facebook y en TripAdvisor desde dónde se pueden leer las opiniones de los clientes. Es una manera de hacerle llegar al futuro cliente las experiencias de otros que han consumido ya el producto con valoraciones entre excelentes y muy bueno.

TERRADILLOS GIL, ROBERTO.- Chef del restaurante El Serbal cuenta con una Estrella Michelin. Destaca de su cocina la utilización de los grandes productos de Cantabria para desarrollar platos creativos que no olvidan, sin embargo, los sabores de siempre. Panes artesanos, selección de quesos internacionales o sus carros de cafés e infusiones.

Tabla 4.- Comunidad Autónoma de Cantabria

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
SOLANA PEREZ, IGNACIO	RESTAURANTE SOLANA	www.restaurantesolana.com	SI	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE CANTABRIA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ABASCAL SAINZ, RUBEN	REST. LOS BREZOS	no dispone de web	NO	NO
BASTARD COMAS, SERGIO	LA CASONA DEL JUDIO	www.lacasonadeljudio.com	SI	NO
BASURTO GOMEZ, NACHO	BASURTO RESTAURACION, S.L.	www.nachobasurto.com	SI	NO
CALLEJA ORALLO, OSCAR	REST. ANNUA	www.annuagastro.com	NO	NO
LOPEZ MARTINEZ, ALFONSO	RESTAURANTE PLAZA	www.elrestaurantepiazza.com	SI	SI
MARAÑÓN VIADERO, JAVIER	REST. TABERNA CUCABRERA	no dispone de web	NO	NO
OBREGON POLIDURA, MIGUEL ANGEL	REST. RCMS	no dispone de web	NO	NO
PALACIO SANTAMARIA, JESUS	REST. EL PALACIO	no dispone de web	NO	NO
PEREZ GUTIERREZ, DAVID	REST. RONQUILLO	no dispone de web	NO	NO
PEREZ SAIZ, ENRIQUE ALBERTO	REST. HOTEL CHIQUI	www.hotelchiqui.com	NO	NO
QUIROS SÁNCHEZ, FRANCISCO JAVIER	REST. CAÑADÍO	www.restaurantecanadio.com	NO	NO
RABAGO ZUBIZARRETA, JOSE	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
RUIZ DOS SANTOS, GUILLERMO	EL OJO DEL ÁBREGO	www.elojodelabrego.com	NO	NO
SAA FERNANDEZ, IVAN	REST. LE BISTRO DE BONIFAZ 5	no dispone de web	NO	NO
SAN MARTIN TELO, ANDER	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
SANCHEZ SAINZ, JESUS	REST. EL CENADOR DE AMOS	www.cenadordeamos.com	SI	NO
TERRADILLOS GIL, ROBERTO	REST. EL SERBAL	www.elserbal.com	SI	NO
TRESGALLO ALDAZABAL, CRISTINA	REST. VILLA DE SANTILLANA	www.villasantillana.com	NO	NO
TRESGALLO HERRERA, JESUS	REST. FERBUS	no dispone de web	NO	NO

CASTILLA LA MANCHA.-

En esta Comunidad podemos encontrar múltiples referencias al aceite de oliva en las cocinas de los restaurantes. Es cierto que es una de las Comunidades dónde el aceite de oliva tiene una presencia mayor que en las otros territorios analizados anteriormente, por eso, no es de extrañar que haya una mayor influencia de la cultura del aceite de oliva y consecuentemente más compromiso con exponerlo a los clientes.

Así mismo, existe mayor número de asociados a Euro-Toques cuyo valor principal es la utilización de materias primas para sus platos que son propios del lugar, siendo el aceite de oliva un ingrediente muy valorado en la gastronomía de Castilla la Mancha.

Podemos encontrar 76 chefs que ofrecen lo mejor para 54 restaurantes. De ellos, 36 publican su dirección web, aunque hay 8 erróneas. 18 negocios presentan sus cartas o menús pudiendo encontrar 5 en los que existen distintas referencias al aceite de oliva.

GARCÍA FERNÁNDEZ, JESÚS M.- En el banner de la izquierda de la web, se puede acceder a un enlace sobre “Recetas y Consejos”. Una manera de acercar la cocina al público en general, como es la participación del chef en el programa de cocina con las mejores recetas y consejos de cocina ofrecidos por el restaurante, emitido en Vision 6 TV. Dentro de la “carta de barra”, destaca la ensalada fría de tomate, atún aceituna, cebolla fresca y **AOVE ecológico OLV.**

En esta ocasión es la primera vez que se utiliza por el cocinero en la carta una mención a una marca de aceite de oliva producido en la Almazara Agropecuaria Ecológica Sierra de Alcaraz. Destacando la marca del aceite utilizado se imprime valor al plato, aceite premiado por Biofach, una de las ferias ecológicas más importantes.

GUTIÉRREZ GARCÍA, TERESA.- Tradición, innovación y sabor sirven para describir el restaurante “Azafrán”. Se encuentran dos referencias a la elaboración de platos con aceite de oliva: pan de cerveza y aceite de oliva, elaborado en azafrán y queso de pastor curado 6 meses en aceite de oliva virgen.

TORNERO GARCÍA, ENCARNACIÓN.- La chef del restaurante Mesón de Pincelín utiliza para elaborar dos de sus platos el aceite de oliva virgen extra, así es ingrediente del pan de cristal con tomate rallado y aceite de oliva virgen extra y de las flores de alcachofa con aceite

de oliva virgen extra y sal en escamas. Ambos se encuentran dentro de los menús que ofrecen a todo aquel que quiera acercarse a su barra.

HUERTAS MUÑOZ, JAVIER.-. Se presenta una carta con variadas referencias al aceite, aunque utilizado como condimento. Destacamos los que hacen referencia al aceite de oliva, así se presenta el “queso manchego curado ó en aceite” y un plato que incluye marca de aceite en su descripción como es la “ensalada de perdiz en escabeche con ralladura de tomate y gotas de **aceite de oliva “Épiro”**”.

MEDINA RUBIO, JOSÉ ANTONIO.- Un hotel que ofrece además del servicio de alojamiento un entorno único para visitar y disfrutar. Acertada la idea de publicar distintas rutas turísticas que promocionan el entorno en el que se sitúa el hotel. De esta forma, con la promoción de estas rutas se está procurando que las pernoctaciones sean más duraderas. Si queremos elegir un plato de la carta de su restaurante y que describa en su elaboración el uso del aceite de oliva, deberemos pedir la cecina de León, aceite de oliva virgen extra y lascas de manchego.

Tabla 5.- Comunidad Autónoma de Castilla La Mancha

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
MUÑOZ MARTIN, ADOLFO	REST. ADOLFO	www.adolfofotoledo.com	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE GUADALAJARA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
PEREZ MARTINEZ, ENRIQUE. Delegado provincial	HOSTAL RESTAURANTE EL DONCEL	www.eldoncel.com	SI	NO
DE LUCAS HERNANDEZ, MARIO	RESTAURANTE LINO	www.restaurantelino.com	NO	NO
GARCIA DE LA ROSA VERA, ANA	REST. EL BODEGÓN DE SANCHO	no dispone de web	NO	NO
LOZANO LA PEÑA, JESUS	REST. DIEGO'S	no dispone de web	NO	NO
MIELGO PARRILLA, ANGEL	REST. EL DONCEL	www.eldoncel.com	SI	NO
ROJO FERNANDEZ, JOSE ANTONIO	REST. ASADOR EL TOLMO	www.asadoretolmo.com	SI	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE CUENCA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
CASTILLEJO MORENO, ADOLFO. Delegado provincial	REST. SAN NICOLAS	www.restaurantesannicolas.net	SI	NO
GIL GIL, DOLORES	REST. LA MURALLA	www.hostallamuralla.com	NO	NO
GIMENO HUERTA, MARIA CARMEN	HOTEL MOYA	no dispone de web	NO	NO
LÓPEZ BARCHIN, M ^l LUISA	REST. EL SECRETO	www.elsecretocuena.com	SI	NO
MARTINEZ BLANCO, MIGUEL	REST. PARADOR DE TURISMO DE CUENCA	www.parador.es	SI	NO
MARTINEZ LOPEZ, MARI PAZ	REST. MARLO	www.cateringmarlo.es	SI	NO
MOLINA MAGRO, SERGIO	REST. ESSENTIA	www.essentiarestaurant.com	SI	NO
SERRANO CONFORTI, ADRIAN	REST. BIEN PORTEÑO	www.bienporteno.es	NO	NO
SUSINOS RODRIGUEZ, JORGE	REST. ESSENTIA	www.essentiarestaurant.com	SI	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE ALBACETE	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
CERRO FLORES, ANTONIO ENRIQUE. Delegado provincial	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
ALMANSÁ GARCÍA, ENCARNA	REST. MOLINA	no dispone de web	NO	NO
ARES ESPILEZ, RAUL	REST. HOTEL ALBAMANJON	www.albamanjon.net	SI	NO
CUERDA GONZALEZ, ANTONIO	REST. HNOS CUERDA	no dispone de web	NO	NO
ESPARCIA ONSURBE, PEDRO	REST. ASADOR CONCEPCION	no dispone de web	NO	NO
FERNANDEZ FRANCISCO, ALEJANDRO	EL CORTE INGLES	www.elcorteingles.es	NO	NO
GARCIA ALBUGER, FRANCISCO JAVIER	REST. BAR LA HERRADURA	no dispone de web	NO	NO
GARCIA FERNANDEZ, JESUS M.	REST. GARABATO	www.restaurantegarabato.com	SI	SI
GOMEZ SANCHEZ, ROSA M ^l	REST. LA TAPERIA DE JOSE MARIA	www.kitaperiadejosemaria.com	SI	NO
GUTIERREZ GARCIA, TERESA	REST. AZAFRAN	www.azafranvillarrobledo.com	SI	SI
HERREROS HERAS, RAFAEL	REST. EL SECRETO DE JAVEGA	www.elsecretodejavega.com	NO	NO
MARTINEZ BLEDA, ANTONIO	REST. FRONTERA	www.restaurantefrontera.com	SI	NO
MARTINEZ LOPEZ, PEDRO	REST. MARLO	www.cateringmarlo.es	SI	NO
MORENO CEBRIAN, DAVID	REST. GARABATO	www.restaurantegarabato.com	SI	SI

Continuación Tabla 5.-

MORENO ESCUDERO, JOSE JAVIER	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
ORTEGA LEHTOLA, CESAREO	REST. POSADA REAL	www.salonesposadareal.com	NO	NO
PARRA MONTEAGUDO, DAVID	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
RAYOS, JUAN ANTONIO	LA HERENCIA CELEBRACIONES	www.liberenciacelebraciones.com	NO	NO
RIVAS NOLE, DARIO XAVIER	GARABATO GOURMET	no dispone de web	NO	NO
TORNERO GARCIA, ENCARNACION	REST. MESON DE PINCELIN	www.pincelin.com	SI	SI
ZAMORA MARTINEZ, ADRIAN	REST. LA FONDA DE ADRIANA	www.lafondadeadriana.com	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE CIUDAD REAL	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
SANCHEZ-CAMACHO INFANTE, RUBEN. Delegado provincial	REST. EL BODEGON	www.mesonbodegon.com	NO	NO
ÁLVAREZ FERNANDEZ, JENNIFER	ESCUELA DE HOSTELERIA EFA LA SERNA	efalaserna.com	NO	NO
AMADOR VALLEJO, MARIA	ESCUELA DE HOSTELERIA EFA LA SERNA	efalaserna.com	NO	NO
ARROYO COLLADO, ROCIO	no dispone de información	www.rocioarroyo.com	NO	NO
CABAÑAS ARROYO, SHEILA	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
DE ARBIZU HUERTAS, FERNANDO	REST. EL CAPRICHIO DE LOS TORRES	no dispone de web	NO	NO
DÍAZ SALAZAR MARTÍN SERRANO, SARA	ESCUELA DE HOSTELERIA EFA LA SERNA	efalaserna.com	NO	NO
DONAIRE MARTIN, JAVIER	REST. MIRADOR DE LA MANCHA	www.elmiradordealamanca.com	NO	NO
GARCIA HUERTAS, ADRIAN	DUPLEX GASTROBAR	no dispone de web	NO	NO
GARCIA-MAROTO POZUELO, ELSA	REST. GASTRO CANELA FINA	no dispone de web	NO	NO
GOMEZ RICO ESCRIBANO, ISMAEL	REST. SALONES LADY GEMA	no dispone de web	NO	NO
HUERTAS MUÑOZ, JAVIER	MOTEL SANTA CRUZ	www.motelesantacruz.com	SI	SI
LOPEZ ERNST, ERNESTO	ESCUELA DE HOSTELERIA EFA LA SERNA	efalaserna.com	NO	NO
LOPEZ LOPEZ, MARIA	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
MACIAS MADUEÑO, LAURA	TALLER GASTRONOMICO MIAMI GASTRO	no dispone de web	NO	NO
MALAGON BAUTISTA, Mª DOLORES	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
MARTÍN DE BERNARDO POZA, DAVID DOMINGO	REST. ENCINAR DE HALDUDO	www.turismoencinar.com	NO	NO
MARTINEZ ROS, JUAN CARLOS	REST. PURA CEPA	no dispone de web	NO	NO
MEDINA RUBIO, JOSE ANTONIO	HOTEL RURAL COTO DE QUEVEDO	www.hotelcotodequevedo.com	SI	SI
MORENO LARA, DAVID	REST. HACIENDA ALBAE	www.haciendaalbae.com	NO	NO
NUÑEZ MOLINA, Mª NIEVES	REST. CAMPING LOS ARENALES	no dispone de web	NO	NO
OLIVER UCEDA, JOSE LUIS	REST. HOSTAL GUADIANA	no dispone de web	NO	NO
OLMEDO MORALES, JAVIER	REST. ORBE KITCHEN BAR	no dispone de web	NO	NO
RICÓ RAMÍREZ, GEMMA	ESCUELA DE HOSTELERIA EFA LA SERNA	efalaserna.com	NO	NO
ROCA SANCHEZ, ANDRÉS	ESCUELA DE HOSTELERIA EFA LA SERNA	efalaserna.com	NO	NO
RUIZ RIVAS, VALENTIN	REST. PASTELERIA VALENTIN	no dispone de web	NO	NO
TAJUELO MONREAL, Mª ISABEL	ESCUELA DE HOSTELERIA EFA LA SERNA	efalaserna.com	NO	NO
TORRES GARCIA GALANA, FRANCISCO JULIAN	REST. SALONES LADY GEMA	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE TOLEDO	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
RODRIGUEZ REY, JOSE. Delegado provincial	REST. ELBOHIO	www.elbohio.com	NO	NO
CAMAÑO SOBRINO DAVID.	RTE. ADOLFO	www.grupoadolfo.com	NO	NO
CHOZAS MARTIN, JOSE JAVIER	ESCUELA DE HOSTELERIA DE TOLEDO	www.ehtoledo.com	NO	NO
MATEOS JIMÉNEZ, ISMAEL	ESCUELA DE HOSTELERÍA TOLEDO	www.ehtoledo.com	NO	NO
MUÑOZ GARCIA, ADOLFO	VIÑEDOS CIGARRAL	www.grupoadolfo.com	NO	NO
MUÑOZ GARCIA, VERONICA	REST. ADOLFO	www.adolfotoledo.com	NO	NO
PALENCIA GARCIA, TOMAS	ASADOR PALENCIA	www.asadorpalenciadelara.es	NO	NO
PINTADO MOTA, JOSE ANTONIO	REST. GRANERO	www.restaurante-granero.eltenedor.rest	NO	NO
TORRES SANTOS, CARLOS	REST. LOS JARDINES DE PALACIO	www.torresgrupo.com	SI	NO
TORRES SANTOS, JOSE ANGEL	REST. SALONES JARDINES DE PALACIO	www.torresgrupo.com	SI	NO
TORRES ZARAGOZA, JOSÉ	REST. LOS JARDINES DE PALACIO	www.torresgrupo.com	SI	NO

CASTILLA LEÓN:

Es otra Comunidad con una gran influencia de Euro-Toques. Son numerosos los socios que son miembros, alcanzando casi el centenar de profesionales que trabajan en las cocinas de los 84 hoteles, restaurantes y pastelerías. De sus 46 cartas, 27 contienen referencias al aceite de oliva y son publicadas a través de sus 62 páginas webs.

Estos son algunos ejemplos de chefs que usan este ingrediente para construir sus platos.

PRIETO SERRANO, JESÚS.- Encontramos diversidad a la hora de mencionar las elaboraciones de los platos elaborados por este chef. Cecina de Astorga con foie, polen de

abeja y aceite de oliva o los Garbanzos de pico pardal con pulpo aliñado con pimentón de la vera y aceite picual y el Bacalao plancha con oro líquido (aceite de oliva virgen). En la descripción de este último plato resulta especialmente curiosa la utilización de los paréntesis para hacer mención al aceite de oliva virgen como oro líquido. Además, usa el aceite para la elaboración de un plato que no pertenece a la categoría de entrantes como es habitual en el resto de menús elaborados.

La web del Restaurante Serrano ofrece múltiples actividades, jornadas gastronómicas, talleres de cocina o bonos regalo. Informan sobre las distintas master class en las que ha participado, así como las apariciones en programas de televisión, prensa y premios recibidos por distintas instituciones.

ÁLVAREZ LÓPEZ, PATXI.- Otra de las formas en las que se puede presentar el aceite de oliva virgen extra cuyo formato de caviar es utilizado por este cocinero para elaborar el “Menú de Atún Rojo” en el que podemos encontrar el Salmorejo de cerezas de las Caderechas, dados de atún marinados en kimchi, guacamole, sorbete de cerezas y caviar de AOVE picual. Cuidan la participación del restaurante en labores sociales, como el “Programa de Restaurantes contra el hambre”, sumándose a una iniciativa para donar parte de la recaudación que obtengan por la consumición de los menús de degustación servidos en el restaurante.

DE MIGUEL BARTOLOMÉ, PABLO.- Esta posada con servicio de spa, ofrece a los clientes una carta en la que encontramos la utilización del aceite como condimento, aunque si encontramos algún plato elaborado con “aceite de oliva de la casa” y la Crema de guisante de la huerta, aceite de oliva y parmesano.

SAINZ DÍAZ, ELADIO.- Este restaurante ofrece un servicio delicatessen con página web propia <http://delicatessenojeda.com/es/22-aceite> en la que aparece una ventana para aceites y aliños en el que podemos encontrar diferentes elaboraciones de Castillo de Canena (Jaén) como son el “Aceite de oliva virgen extra Duquesa de Medinaceli”, el “Aceite de oliva virgen extra BIO” o el “Aceite Terceros de Castillo de Canena” al humo de roble.

TEMIÑO ANDRES, RICARDO.- Un chef que utiliza el aceite de oliva para presentar un helado de aceite de oliva que combina para elaborar un postre de brownie de chocolate con sopa de crema inglesa.

GARCÍA MARINA, OSCAR J.- Óscar García, cocinero que ostenta una estrella Michelin, es el encargado de presentar novedades en su carta, anunciar la realización de jornadas y en destacar que sus platos recogen exclusivamente materias primas, como el aceite de oliva elaborado para el propio Restaurante Baluarte o los productos de un huerto ecológico propio. El restaurante dirigido por este cocinero también se encuentra presente en la Guía Repsol en cuyo enlace web <https://www.guiarepsol.com/es/gastronomia/restaurantes> podemos encontrar la información sobre las 8 variedades de aceite de oliva y la existencia de carta de aceites.

SANABRIA GUTIÉRREZ, JESÚS.- Introduce el aceite de oliva en el gran número de menús concertados que ofrece este restaurante, además de dos cartas de sabores tradicionales de Castilla León. Es un buen ejemplo de presencia de aceite de oliva virgen extra con marca incluida. Así, los platos que presenta son los siguientes: Cecina de León al aceite de **Pago de Valdecuevas**, Lomos de sardina ahumada sobre carne de tomate y **aceite de Valladolid**, la Cecina de Astorga con aceite de AOVE y los Lomos de sardina ahumada sobre carne de tomate y **AOVE de Medina de Rioseco**. Tiene un apartado de recetas donde figuran como ingredientes el aceite de oliva, el aceite para freír y el aceite de Valladolid.

Las distintas denominaciones que utiliza este cocinero en sus cartas para hacer referencia al uso del aceite de oliva virgen extra provienen de una única marca “Pago de Valdecuevas” que proviene de aceitunas de la variedad arbequina procedentes de olivos plantados en la Finca Pago de Valdecuevas, situada en Medina de Rioseco, en un páramo a 850 metros sobre el nivel del mar. Allí cuentan también, en el centro de la plantación, con su propia almazara, una construcción de la provincia de Valladolid.

CALLE SAN BLAS, ÓSCAR.- El uso del aceite de oliva virgen arbequina es el ingrediente que utiliza este cocinero para elaborar alguno de los platos presentados en la carta del restaurante. Además, como viene siendo habitual, utiliza el aceite como condimento para la construcción de sus menús como hace con el caso del aceite de cebollino. Destacamos la elaboración del plato ajo blanco con uvas, huevo hilado, virutas de jamón ibérico y **aceite de oliva virgen Changlot Real**, al tratarse de una referencia al aceite obtenido de una variedad de aceituna.

DELGADO FERRERO, RAÚL.- La carta de este restaurante se renueva cada tres meses, se aprovecha cada cambio de estación y los productos que cada una de ellas aporta para elaborar platos acordes con cada temporada entre los que podemos encontrar las croquetas de bacalao

y aceite de oliva y las anchoas de Santoña con aceite arbequina. Utilizan un recuso usado en más restaurantes cómo es la utilización de una “huerta” para ofrecer al cliente la naturalidad de sus productos, así nos presentan en su web “el huerto de El Ermitaño” al que describen de la siguiente manera:

“Todo gran cocinero ansía tener ingredientes naturales al alcance de su mano, y Pedro y Óscar no podrían ser menos.

Es impensable que un huerto de tales dimensiones, pueda abastecer por completo la cocina de El Ermitaño, por lo que su función principal es de semillero. Aunque si se hace uso de sus hierbas aromáticas, como el tomillo, romero y orégano, entre otras, de gran importancia para culminar un plato.

El huerto también pretende satisfacer la curiosidad de aquellos que a causa de la lejanía del campo, no pueden ver de primera mano, cómo se las ingenia la tierra para dotarnos de ciertos productos”

GONZAÁLEZ DE LAS HERAS, ANTONIO JESÚS.- Además de algunas referencias en su cocina a platos cocinados con aceite de oliva, existe una referencia a un plato presentado como anchoas ecológicas Karmelo Toja al **aceite de oliva Virgen de Espadán**.

HERNÁNDEZ CABALLARES, GERMÁN.- Nos presenta una carta en la que destaca la utilización de productos frescos y de temporada y que se elaboran exclusivamente con aceite de oliva virgen extra como la Tosta de pan cristal con pimientos asados y sardina marinada con mahonesa de AOVE y Lubina en cocción indirecta sobre bizcocho de aéreo de lima, sopa tibia de infusión de mojama y AOVE. Una especial referencia a una variedad de aceite, así el Carpaccio de colas de carabineros, con aceite de Las Arribes y cebollino.

Tabla 6.- Comunidad Autónoma de Castilla León

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ALVAREZ RIBES, ISABEL	REST. MARICASTAÑA	www.mari-castana.com	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE LEÓN	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
PRIETO SERRANO, JESUS. Delegado provincial	REST. SERRANO	www.restauranteserrano.es	SI	SI
CASTILLO SANZOL, PEDRO FRANCISCO	REST. CASA COSCOLO	www.casacoscolo.com	SI	NO
CELADA RODRIGUEZ, JOSE ANTONIO	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
FERNANDEZ GUTIERREZ, ANTONIO	SERVICIOS DE HOSTELERIA S.L	no dispone de web	NO	NO
FERNANDEZ MARTINEZ, FRANCISCO JAVIER	REST. FORMELA	www.hotelquindos.com	SI	NO
GONZALEZ LUNA, LUIS ANGEL	REST. CASTILLO EL BURGO	www.castillogrupo.com	SI	NO
GORDÓN FERRERO, JOSÉ	BODEGA EL CAPRICHIO	www.bodegacapricho.com	SI	SI
MARTINEZ NOVO, MIGUEL	REST. POSADA REAL LA TRONERA	www.hotelrallatronera.com	NO	NO
PEREZ ROBREDO, JUAN JOSE	REST. COCINANDOS	www.cocinandos.com	NO	NO
PRIETO MARQUEGUIL, JESUS	REST. SERRANO	www.restauranteserrano.es	SI	SI
RAMOS MARTINEZ, LUIS	REST. LUIS	no dispone de web	NO	NO
RODRIGUEZ GARCIA, Mª AMPARO	REST. CUEVA LOS POINOS	www.lospoinos.com	SI	SI
VIDAL SUAREZ, ANGEL MARCOS	REST. BODEGA REGIA	www.regialeon.com	SI	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE PALENCIA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
CURIEL MANSILLA, Mª ISABEL. Delegado provincial	REST. LOS LAGARES	www.loslagarescasadecomidas.es	NO	NO
GONZALEZ BASCONES, SANTOS CESAR	REST. PEÑALABRA	www.hostalpenalabra.com	NO	NO
GONZALEZ CABALLERO, YOVANA	MESÓN DEL CERRATO	www.mesonesdelcerrato.es	NO	NO
GONZALEZ GOMEZ, ANGEL JESUS SERAFIN	REST. LOS LAGARES	www.loslagarescasadecomidas.es	NO	NO
SANCHEZ GARCIA, LUIS MIGUEL	REST. LA TRASERILLA	www.latraserilla.es	SI	SI
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE BURGOS	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ALVAREZ LOPEZ, PATXI. Delegado provincial	REST. TABULA GASTRO&BAR	www.tabulagastrobar.es	SI	SI
ALFARO RUIZ-ALBERDI, CARLOS	REST. POLISON	www.elpolison.es	SI	NO
ALONSO VARGA, OSCAR	REST. CARMEN BAR RESTAURANTE	www.barrestaurantecarmen.es	NO	NO
CORRAL JIMENEZ, JAVIER	REST. BODEGAS BUEZO	www.buezo.com	SI	NO
DE MIGUEL BARTOLOME, PABLO	REST. POSADA LAS MAYAS	www.lasmayas.es	SI	SI
GONZALEZ URIA, JUAN ANTONIO	REST. LA FAVORITA	www.lafavoritaburgos.com	SI	SI
IÑIGUEZ SAEZ, JESUS	EL FOGON DE JESUSON	no dispone de web	NO	NO
IZQUIERDO CALVO, DAVID	REST. EL 51 DEL SOL	www.lostrastros.com	NO	NO
LOPEZ PASCUAL, PEDRO	REST. MESON DEL CID	no dispone de web	NO	NO
MARTINEZ GARCIA, JOSE LUIS	ASADOR RESTAURANTE LA PERLA	asadordelperla.es	SI	NO
ROJO MAGAZ, JOSE IGNACIO	REST. HOTEL LA GALERIA	www.hotelgaleria.com	NO	NO
SAINZ DIAZ, ELADIO	REST. OJEDA	www.grupoajeda.com	SI	NO
SALINERO GONZALEZ, LUIS	REST. CHEF FERMIN	no dispone de web	NO	NO
TEMIÑO ANDRÉS, RICARDO	REST. LA FABRICA	www.fabricarestaurante.com	SI	SI
TEMIÑO SANTAMARIA, JOSE Mª	REST. MARIDAJE'S	www.restaurantemaridajes.com	SI	SI
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE SORIA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
BENITO CIRIA, JUAN CARLOS. Delegado provincial	GRUMER CATERING	www.grumer.es	SI	NO
GARCIA MARINA, OSCAR J. Delegado provincial	REST. BALUARTE	www.baluarite.info	SI	SI
ANTÓN AGUILERA, JOSÉ ANTONIO	REST. LA CHISTERA	www.lachistera.es	NO	NO
CORTES HUERTA, ANGEL	REST. DUQUE	www.hotelduquemedinaceli.com	NO	NO
DE PABLO ORTEGA, JOSE CARLOS	HOTEL FRAY TOMÁS REST.CASA VALLECAS	no dispone de web	NO	NO
LUCAS GONZALO, ELENA	REST. LA LOBITA	www.lalobita.es	NO	NO
LUNA PUEYO, LAURA	REST. DUQUE	www.hotelduquemedinaceli.com	NO	NO
MARTINEZ SOTO, GIL	REST. VIRREY PALAFOX	www.virreypalafox.com	SI	SI
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE VALLADOLID	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
FARGALLO SECO, MIGUEL ANGEL. Delegado provincial	REST. MONTELLEN	no dispone de web	NO	NO
MARTIN GARCIA, VICTOR. Delegado provincial	REST. TRIGO	www.restaurantetrigo.com	SI	NO
ALEIOS GONZALEZ, JESUS	RESTAURANTE ANGELA	www.angelarestaurante.com	SI	SI
CASTRODEZA BENITO, JOSE IGNACIO	REST. VILLA PARAMESA TAPAS	www.villaparamesa.com	SI	NO
DE LA CRUZ GARCIA, MIGUEL ANGEL	ASADOR LA BOTICA	no dispone de web	NO	NO
DOMINGUEZ OLLOQUI, NOE	FORMACION D. O. CIDON	no dispone de web	NO	NO
FERNANDEZ-PARIS DE LA FUENTE, JUAN JOSE	REST. LA VIÑA DE PATXI	no dispone de web	NO	NO
GARCIA GARCIA, ALFONSO	REST. DON BACALAO	no dispone de web	NO	NO
GAYUBO ROJO, CARLOS	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
GONZALEZ GARCIA, JAVIER	REST. LOS ZAGALES	no dispone de web	NO	NO
HINOJAL CRESPO, ALVAR	SUITE 22 RESTAURANT	no dispone de web	NO	NO
IRISARRI PADERNE, PATXI XABIER	REST. LA VIÑA DE PATXI	no dispone de web	NO	NO
MIRANDA CASTAÑEDA, DAVID	REST. CAMPO GRANDE TAPAS	no dispone de web	NO	NO
PIÑERO REDONDO, CARLOS	REST. LA DAMA DE LA MOTILLA	www.ladamadelamotilla.com	SI	SI
RODRIGUEZ GARCIA, TEO	REST. HOTEL LA TORRE	www.latorre-hotel.com	NO	NO
SANABRIA GUTIERREZ, JESUS	REST. CAMPOGRANDE	www.mrcampo grande.com	SI	SI
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE SEGOVIA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
HERNANDO TORREGO, OSCAR. Delegado provincial	REST. MARACAIBO	www.restaurantemaracaibo.com	SI	SI
CASERO QUEVEDO, JOSE ANTONIO. Delegado provincial	REST. FLORIDA	no dispone de web	NO	NO
CALLE SAN BLAS, OSCAR	REST. HOTEL VENTA	www.venta-mgullo.com	SI	SI
DUQUE PASCUAL, MARISA	REST. DUQUE	www.restauranteduque.es	SI	SI
GARCIA MARCOS, JESUS	REST. CA TECHU	no dispone de web	NO	NO
LOPEZ CUERDO, CANDIDO	REST. MESON DE CANDIDO	www.mesondecandido.es	SI	NO
MARTIN MUÑOZ, JOSE	REST. LA MAITTA	no dispone de web	NO	NO
RUIZ BENITO, JOSE MARIA	REST. MESON JOSE MARIA	www.rtejosemaria.com	NO	NO

SOCIOS DE LA PROVINCIA DE ZAMORA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
LERA COLLANTES, LUIS ALBERTO. Delegado provincial	REST. MESON EL LABRADOR	www.restauranteclera.com	NO	NO
CALVO RODRIGUEZ GARCIA, OLEGARIO	REST. BRIGECIO	www.briegcio.net	SI	NO
DELGADO FERRERO, RAUL	REST. EL ERMITAÑO	www.ekermitano.com	SI	SI
GAMAZO MARTIN, AGUSTÍN	REST. CHIVO	no dispone de web	NO	NO
GONZALEZ DE LAS HERAS, ANTONIO JESUS	REST. EL RINCON DE ANTONIO	www.elrincondeantonio.com	SI	SI
GONZALEZ LOPEZ, JOSE ANTONIO	REST. LA CHOPERA	www.restaurantelechopera.es	NO	NO
LERA BLANCO, CECILIO	REST. MESON EL LABRADOR	www.restauranteclera.com	NO	NO
MENESES LOPEZ, ALFONSO	REST. EL ALCAZAR LOS CAPRICHOS DE MENESES	no dispone de web	NO	NO
PEREZ ALONSO, OSCAR MANUEL	REST. EL ERMITAÑO	www.ekermitano.com	SI	SI
PEREZ ALONSO, PEDRO MARIO	REST. EL ERMITAÑO	www.ekermitano.com	SI	SI
SANTOS ARGANIN, JOSE LUIS	REST. EL ERMITAÑO	www.ekermitano.com	SI	SI
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE ÁVILA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
SANCHEZ RICO, FRANCISCO. Delegado provincial	REST. HOTEL EL MILANO	www.emilanoal.com	SI	SI
GARCIA JIMENEZ, ROBERTO. Delegado provincial	REST. DRAKAR	www.cafeteriadrakar.es	SI	NO
BLANCO NIETO, DAVID	REST. TOIXOS	www.restauranteioixos.es	NO	NO
CHAMORRO JIMENEZ, ALBERTO	REST. EL RETIRO	no dispone de web	NO	NO
GARCIA RODRIGUEZ, JUAN CARLOS	REST. PUERTA DEL ALCAZAR	www.puertadelalcazar.com	SI	SI
HERNANDEZ BLAZQUEZ, IVAN	REST. TOIXOS	www.restauranteioixos.es	SI	NO
HINOJAL MARTIN, CESAR	REST. LA MIRA DE GREDOS	www.lamiradegredos.com	SI	NO
MARTIN GARCIA, FERNANDO	REST. CASA DE POSTAS	www.casadepostas.com	SI	NO
MARTIN RETANAL, EMI	CASA RURAL ENTREGREDOS	www.entregredos.com	NO	NO
PEREZ ALVAREZ, DANIEL	REST. EL YANTAR DE GREDOS	www.elyantardegredos.es	NO	NO
RAMOS SAEZ, DAVID	REST. ASADOR LOS CANTEROS	www.restauranteloscanteros.com	SI	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE SALAMANCA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
LORENZO MARCOS, MARIA DE LA LUZ. Delegado provincial	REST. EL MESÓN DE MARI LUZ	no dispone de web	NO	NO
GUTIERREZ VALLES, VICTOR MANUEL. Delegado provincial	REST. VICTOR GUTIERREZ	no dispone de web	NO	NO
AGRE IZQUIERDO, SANTIAGO	REST. HOTEL SIERRA QUILAMA	www.hotelesierraquilama.com	NO	NO
CUADRADO VICENTE, ANA ROSA	REST. RIVAS	www.restauranterivas.com	SI	NO
HERNANDEZ CABALLARES, GERMAN	REST. CASA PACA	www.casapaca.com	SI	SI
LORENZO LORENZO, LUIS	REST. LAS MENINAS	no dispone de web	NO	NO
MAILLO SEISDEDOS, AGUSTIN	REST. MIRASIERRA	www.restaurantemirasierra.com	SI	SI
MARTIN PALOS, LETICIA	REST. ESTORIL	www.restaurante-estoril.com	NO	NO

CATALUÑA:

36 cocineros nos presentan lo mejor de las cocinas elaboradas en los 35 restaurantes. Se ofrece información a través de las 30 webs, aunque una de ellas publica una dirección incorrecta. Sus platos están presentes en las 21 cartas o menús, pudiendo encontrar referencias de aceite de oliva en 6 de ellas.

PALLARES OLIVA, JOAN.- En la elaboración de los desayunos podemos encontrar una muestra de aceite de oliva y así, se podrá degustar del Pan con tomate y aceite de **Les Garrigues** además del Bacalao y cocochas con tomate y espuma de aceite de oliva.

GASCONS PALAGOS, EDUARDO.- En la carta ofrecida por el restaurante hay varias menciones al aceite de oliva virgen.

CAMPS PULIDO, IGNASI.- Una web que utiliza como estrategia de negocio las sinergias con los productores de los que se suministra para usar esa ventaja competitiva frente a los demás. Una relación de materias primas naturales con algunos ecológicos. Una herramienta útil que aprovecha para redirigir los lugares dónde compra los productos con los que elaborar sus platos. Por otro lado hace una especial mención al aceite de oliva para elaborar sus “panes” y como aperitivo se puede degustar el **aceite extra virgen del Empordà**,

ROMAN GAZQUEZ, MARIA.- Una cocinera cuya especialidad son las Pizzas y en las que nos describe con maestría los ingredientes que utiliza para hacer las masas en las que no puede faltar el **aceite de oliva virgen extra “Soleil” de variedad arbequina.**

Tabla 7.- Comunidad Autónoma de Cataluña

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
TEJEDOR MONTADES, CARLES	REST. XUP-XUP	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE LLEIDA				
EMPRESA		WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
MOLINA GUERRERO, DAVID	CRAPULA RESTAURANT	no dispone de web	NO	NO
PALLARES OLIVA, JOAN	REST. HOTEL CAN BOIX PERAMOLA	www.canboix.cat	SI	SI
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE GIRONA				
EMPRESA		WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ADRIA ACOSTA, FERRAN	FUNDACIÓN EL BULLI	no dispone de web	NO	NO
GASCONS PALAGOS, EDUARDO	REST. ELS TINARS	www.tinars.com	SI	SI
HERAS FAYOS, DAVID	BALNEARIO VICHY CATALAN	www.baleariovichycatalan.es	SI	NO
PEREZ SANCHEZ, PACO	REST. MIRAMAR	restaurantmiramar.com	SI	NO
ROCA FONTANE, JOAN	REST. EL CELLER DE CAN ROCA	www.cellercanroca.com	NO	NO
SUBIROS, JAIME	REST. EMPORDA	www.hotelmporda.com	SI	SI
VIÑAS COS, JOAN	REST. LA LLAR	www.restaurantlallar.com	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE BARCELONA				
EMPRESA		WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
CAPDET SORRIBES, VINYET. Delegado provincial	ESCOLA D'HOTELERIA CETT	www.cett.es	NO	NO
ALJA FERNANDEZ, MIGUEL	REST. CASA CALVET	www.casacalvet.es	SI	NO
ARTAL PATNAIK, JORDI	REST. CINCSSENTITS	www.cincsentits.com	NO	NO
CAMPS PULIDO, IGNASI	REST. CA L'IGNASI	www.calignasi.com	SI	SI
CASASECA ALMARAZ, SALVADOR	REST. MOT RIERA	www.cancuch.com	SI	NO
COMPANY CASTELLS, SERGI	REST. SERGI DE MEIÀ	www.restaurantsergidemeia.cat	SI	NO
CONTRERAS BARRERA, NESTOR FABIAN	REST. FAVES COMPTADES	www.favescomptades.com	NO	NO
CRUZ MAS, JORDI	REST. L'ANGLE	www.anglebarcelona.com	SI	NO
ESTEVE ESPARRICA, JORDI	REST. NECTARI	www.nectari.es	SI	NO
ESTRADA SUAREZ, PELAYO	RESTAURANTE LOIDI	www.loidi.com	SI	NO
FONTANET VIVES, JUAN ANTONIO	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
GAIG FRAMIS, CARLES	REST. GAIG	www.restaurantgaig.com	SI	NO
GORRIA SEGURA, JAVIER	REST. GORRIA	www.restaurantgorria.com	SI	NO
INOSTROZA REYES, PATRICIO	REST. CULINARY	www.restaurantculinary.net	SI	NO
JUBANY HERMS, FERRAN	REST. CAN JUBANY	www.canjubany.com	SI	SI
RAURICH FOYO, ALBERT	REST. DOS PALILLOS	www.dospalillos.com	NO	NO
ROMAN GAZQUEZ, MARIA	REST. ROMANPIZZA	www.romanpizza.net	SI	SI
ROQUER, NEUS	REST. CAN BAUMES	www.restaurantcanbaumes.com	SI	NO
RUSCALLEDA SERRA, CARME	REST. SAN PAU	www.ruscalleda.com	SI	NO
SALA BUFILL, XAVIER	REST. CAFÉ	www.cafe1907.com	SI	NO
SANCHO SAENZ DE VILLAVERDE, IVAN	ESCUELA DE HOSTELERIA TOLERO	no dispone de web	NO	NO
TENLLADO AREVALO, MANUEL	REST. SATAUTEY (HOTEL ESCUELA SANTA BRIGIDA)	www.hecansa.com	NO	NO
TORRAS ANGUERA, JOSE	REST. MIRADOR DE MONTSERRAT	www.miradormontserrat.com	NO	NO
YAÑEZ RODRIGUEZ, JOSE	REST. CASA HIDALGO	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE TARRAGONA				
EMPRESA		WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
BRU LLECHA, ANTONIO. Delegado provincial	REST. CELLER DE L'ASPIC	www.cellerdeaspic.com	SI	SI
MONTOYA TORRES, JOSEP	REST. CAN JOSEP	www.canjosep.com	NO	NO

CIUDAD AUTÓNOMA DE CEUTA:

Un solo cocinero asociado a Euro-Toques y en el que no existe mención alguna al aceite de oliva. No existen datos de almazaras de aceite de oliva, ni de producción de aceite de oliva.

Tabla 8.- Ciudad Autónoma de Ceuta

DELEGADO DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE CEUTA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
CARRASCO MORON, RAFAEL	REST. EL REFECTORIO	www.elfrefectorio.es	SI	NO

EXTREMADURA:

Resulta significativo que la tercera Comunidad Autónoma en producción de aceite de oliva tenga tan pocas repercusiones en los fogones de los restaurantes asociados a la comunidad de Euro-Toques. Tan sólo cinco cocineros ofrecen su trabajo en los cinco restaurantes. Dos de sus cartas con referencias al aceite de las 3 web de empresa ofrecen todo un abanico de posibilidades para los muchos productores de aceite de oliva que quieran exponer sus aceites en las cocinas de Extremadura.

De ejemplo, utilizaremos las cartas ofrecidas por los dos cocineros siguientes:

PRADES RODRÍGUEZ, RAFAEL.- Dos presentaciones en las que interviene el aceite sin especificar referencias de origen, variedades o marcas como el Carpaccio de pulpo con aceite y pimentón de la Vera y Cecina ahumada con virutas de foie, aceite y orégano. Sin embargo y para que no resulten escasas las apreciaciones que se hacen del aceite de oliva, resulta gratificante encontrar una entrada en su blog que ellos mismos suministran de noticias y en cuyo enlace <http://restauranteestaquio.es/2015/07/28/aceite-de-oliva-la-esencia-de-los-que-saben/> titulada “Aceite de oliva, la esencia de los que saben” en el que relata el proceso de producción de aceite de oliva. Lo que sí es interesante, es la promoción del aceite de oliva extremeño, lo que da a entender que el no mencionar en su carta estas variedades debe ser resultado de otras cuestiones y así lo describe:

“...Ahora vamos a hablar de nuestro Aceite de Oliva virgen extra, Denominación de Origen obtenido exclusivamente a partir de aceitunas de la variedad Manzanilla Cacereña, que se produce en un total de 30.000 hectáreas formadas por Sierra de Gata, Ambroz, Jerte, Las Hurdes, La Vera y Tierras de Trasierra de Granadilla Son aceites obtenidos de aceitunas recolectadas utilizando el método de “ordeño”, es decir, se recoge directamente del árbol.

Y comienza la liturgia familiar, de cada fría Navidad: varear, barrer, pasar por el pájaro¹, coger a mano, cargar los sacos al tractor y llevar a la almazara para que la aceituna se convierta en ACEITE de oliva.

¹ limpiar las aceitunas en la limpia.

Pero el Aceite Gata-Hurdes ha conseguido conjugar aromas pronunciados de plátano, manzana y hierba recién cortada. También puede ser de color verdoso cuando se obtiene de aceitunas recolectadas antes o durante el período en que están cambiando de color de verde a oscuro.

Para rozar el cielo, si pones un chorro de aceite de oliva virgen extra en una tostada extremeña, con o sin jamón, al gusto del consumidor o en la típica tostada de aceite y azúcar que nos mencionan nuestros abuelos. También casa bien en una ensalada de verano, en un escabeche de pescado o en ensaladas de pasta, entre otros muchos platos”.

Tabla 9.- Comunidad Autónoma de Extremadura

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ALVAREZ ZAMBRANO, DOMINGO JESÚS	BALDORIA EVENTOS S.L	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE CÁCERES	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
PEREZ POZO, TOÑO	REST. ATRIO	www.restauranteatrío.com	NO	NO
PRADES RODRIGUEZ, RAFAEL	REST. EUSTAQUIO BLANCO	www.restauranteeustaquio.es	SI	SI
RAEZ MERCHAN, CESAR	REST. TORRE DE SANDE	www.torredesande.com	SI	SI
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE BADAJOZ	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
OLMEDO GIRALDO, RAÚL	REST. BOUQUET	no dispone de web	NO	NO

GALICIA:

Un total de 17 chefs gestionan las cocinas de 15 restaurantes cuyos datos publicados en la comunidad de cocineros de Euro-Toques han optado por ofrecer sus cartas en las 10 páginas webs, entre las que podemos encontrar dos direcciones erróneas. Una sola referencia he podido encontrar entre las 4 cartas publicadas a través de internet en relación al uso del aceite de oliva en los menús presentados para degustación de los clientes.

MORGANTI, FLAVIO.- Cocinero del restaurante GALILEO, presenta una carta en la que se podrá degustar como entrante el Licuado de tomate y su tuétano con búfala y arbequina.

Resulta significativo que exista una sola referencia a la utilización de aceite de oliva en las cartas de los restaurantes gallegos. Es cierto que la producción de aceite en Galicia no supone un volumen importante. Según los datos facilitados por la Agencia de Información y Control Alimentarios, sólo hay 5 almazaras con actividad en Galia, con una producción en la campaña 2016/2017 de un 1,1 t. de aceite de oliva.

No es de extrañar, por tanto, que se pongan en marcha colaboraciones encaminadas a recuperar el olivo en esta Comunidad Autónoma, como el anunciado por el Consejo Superior

de Investigaciones Científicas (CSIC) para determinar las características de al menos siete variedades de aceitunas que podrían facilitar un producción de aceite autóctono de características diferenciadas. El proyecto del CSIC se llevará a cabo durante cuatro años en colaboración con la fundación Juana de Vega y la Asociación de Productores de Aceite de Galicia (APAG) con el fin de analizar los olivos -algunos de ellos de doscientos y hasta trescientos años de antigüedad- que todavía persisten en diferentes puntos de Galicia.

La investigadora del CSIC Carmen Martínez indicó que Galicia tiene "bosques de olivos" en las zonas de Quiroga, Valdeorras y otros puntos del sur de la comunidad con características diferenciadas de los del área mediterránea, principal zona de producción mundial de aceite.

Por ello enfatizó que las conclusiones de la investigación genética podrían permitir en el futuro tramitar ante las autoridades españolas y de la Unión Europea una denominación de origen propia de variedades de aceite gallego.

Las empresas que comercializan aceite gallego producen una mezcla de variedades con al menos siete aceitunas autóctonas, entre la cuales figuran como las más conocidas la brava gallega y la mansa gallega, comentó Martínez. El director de la fundación Juana de Vega, José Manuel Andrade, enumeró diversos proyectos que ha llevado a cabo con el CSIC en Galicia, al que incorpora ahora el dedicado a variedades autóctona de olivo, y señaló que pese a que en esta comunidad "no hay tradición olivarera por razones históricas" el sector se está desarrollando con "variedades foráneas", como picual o arbequina. Señaló que este proyecto puede "sentar las bases para el desarrollo del sector olivarero en Galicia" y experimentar un fenómeno parecido al vitícola. El responsable de APAG, José Antonio García, subrayó que esa asociación de productores gallegos agrupa a 71 socios que disponen de 84 hectáreas con 112.000 olivos, "casi todos de variedades foráneas". (Diario de Pontevedra - <http://diariodepontevedra.galiciae.com>, 2017)

Tabla 10.- Comunidad Autónoma de Galicia

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ZULUETA DE MADARIAGA, ELENA	ESCUELA DE HOSTELERIA DE VIGO HARINA BLANCA	www.harinablanca.com	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE LA CORUÑA				
	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
RIVERA CASAL, JOSE ANTONIO. Delegado provincial	REST. CHEF RIVERA	www.chefrivera.com	NO	NO
VEIRA AÑON, LUIS. Delegado provincial	REST. ARBORE DA VEIRA	www.arboredaveira.com	SI	NO
AGRASAR DEL RIO, FERNANDO	REST. AS GARZAS	www.asgarzas.com	SI	NO
AYASO SAINZ, CARLOS	CATERING BAIUCA	www.grupobaiuca.com	NO	NO
FERNÁNDEZ CARIDAD, PABLO	ESCUELA HOSTELERIA ALVARO CUNQUEIRO	no dispone de web	NO	NO
MUIÑO NAVEIRA, JOSE ANTONIO	REST. O MUIÑO	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE PONTEVEDRA				
	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
BERMUDEZ POSSE, M ^a CARMEN. Delegado provincial	REST. TABERNA DE ROTILLO	www.hotelrotillo.com	NO	NO
TOUZON, CONSTANTE. Delegado provincial	ESCUELA DE HOSTELERIA DE VIGO HARINA BLANCA	www.harinablanca.com	NO	NO
AGUIAR BOULLOSA, ARGENTINO	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
CASTRO GONZALEZ, M ^a JESUS	REST. BITADORNA	www.bitadorna.com	SI	NO
GONZALEZ-SOLLA Y GONZALEZ, JOSE	REST. CASA SOLLA	no dispone de web	NO	NO
VAZQUEZ ANTA, ALBERTO	RESTAURANTE & TERRAZA MENDUIÑA	www.bahiaablanca.co.uk	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE LUGO				
	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
No dispone de Socios	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE ORENSE				
	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
FERNANDEZ LUIS, ANGEL	REST. LA VIUDA	www.hostalaviuda.es	NO	NO
FERNANDEZ LUIS, MARIA	REST. HOSTAL LA VIUDA	no dispone de web	NO	NO
LORENZO SANDIANES, JAVIER	REST. PAZO MONTERREI	no dispone de web	NO	NO
MORGANTI, FLAVIO	REST. GALILEO	www.restaurantegalileo.com	SI	SI

ISLAS BALEARES:

29 cocineros abren las puertas de los 26 restaurantes en las Islas Baleares para ofrecer una cocina particular que podremos conocer previamente a través de la publicación de las 20 direcciones webs. Se facilita el contenido de 11 cartas en las que se puede apreciar referencias al aceite de oliva en 8 de ellas.

ROYO COLOMA, KOLDO. Delegado de comunidad autónoma.- Responsable de BON GUST PRODUCCIONES, magazine gastronómico en internet desde 1996. Es una página que ofrece un buscador de recetas y artículos gastronómicos. En el buscador de recetas no existe la categoría de aceite de oliva, aunque obviamente se encuentran recetas en las que se contempla como ingrediente para elaboración de platos. Resulta más interesante el buscador de artículos en el que destaco el publicado a través del enlace www.afuegolento.com/articulos/ publicado por Marcos Castillo en noviembre de 2016 y cuyo título “Una velada de tributo a los AOVES tempranos premium” el que se presenta el desarrollo de una cena en la que los chefs Alex Mila de Mercado Gourmet (Jaén), Dani Comino de Sojo Fusión (Cordoba), Tomas Rueda de Amocaden (Alcaudete), y Ali Ekardoudi de Gastronauta (Sevilla) prepararon una cena utilizando los aceites elaborados de Supremo, Ñ-organic, Spiritu Santo, Picualia y Castillo de Canena.

MACHADO TAMAYO, MOISÉS. Delegado provincial.- Presencia del aceite de oliva virgen extra en platos como ensaladas. Destaco la utilización del virgen extra para la

realización de Paellas y arroces. Ejemplos como el Gazpacho de cuchara tratado como un salmorejo, con tronco de atún en escabeche, huevo, aceite de oliva virgen extra y quelis, Ensalada "Cana Sofia" con queso de cabra a la plancha, crujiente de jamón, almendras, pasas, mezcla de lechugas, tomate, cebolla, naranja y manzana aliñada con vinagreta de balsámico, aceite de oliva virgen extra, albahaca y miel y las Paellas y arroces elaborados con arroz bomba extra español y AOVE.

JAUREGUI LOSANTOS, OLIVER.- Escoge para la presentación de las tapas Gourmet el **aceite de la Isla** y así prepara el queso Iriazabal ahumado y tosta de tomate.

VICENS MAYOL, BENET.- Este cocinero opta por utilizar el aceite de oliva procedente de la Denominación de Origen de Mallorca para sus menús. **Aceite de Oliva de Sóller.**

Tabla 11.- Comunidad Autónoma de las Islas Baleares

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ROYO COLOMA, KOLDO	BON GUST PRODUCCIONES	www.afuegolento.com	NO	SI
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE BALEARES	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
MACHADO TAMAYO, MOISES. Delegado provincial	REST. CANA SOFIA	www.canasofia.com	SI	SI
GONZALEZ MORA, DANIEL. Delegado provincial	REST. SA PEDRERA DES PUJOL	www.sapedreradespujol.com	SI	NO
AZNAR BIENZOBAS, LUIS JAVIER. Delegado provincial	REST. H10 PUNTA NEGRA RESORT	www.h10.es	NO	NO
CORTÉS GARCÍA, JOSÉ. Delegado provincial	REST. DIABLITO	www.diablito.es	SI	SI
ANGLADA PEREZ, SILVIA	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
CALDENTY SOLER, TOMEU	REST. BOU	www.esmolkenbou.es	NO	NO
CANO FOLCH, TOMAS	RES. HOTEL ROYAL SON BOU	www.royalsonbou.com	NO	NO
DE CASTRO MARTÍN, MACARENA	REST. JARDIN	www.restaurantejardin.com	SI	SI
DEYMIER, GERARDO	REST. PORT PETIT	www.portpetit.com	SI	SI
EL OUADI HOSNI, MOHAMED	REST. WAY ASIATIC RESTAURANT	www.restauranteway.com	NO	NO
ESPINAR MARTINEZ, HONORATO	IBEROSTAR HOTELES	www.iberostar.com	NO	NO
GARCIA ARRANZ, FRANCISCO	REST. HOTEL SUNWING RESORT	no dispone de web	NO	NO
GENESTRA, ANDREU	REST. ANDREU GENESTRA-HOTEL PREDI SON JAUMELL	www.andreugenestra.com	SI	SI
GOMEZ DE BALUGERA, JULIO	GARMENDIA CATERING	www.garmendiacatering.com	SI	NO
GONZALES PANIAGUA, ROBERTO	AIMIA HOTEL	www.aimiahotel.com	SI	NO
GUILLEM BOSCH, JORDI	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
HERNANDEZ SANCHEZ, JONAY	REST. FLOR DE SAL BY JONAY	www.restaurantefordesales	SI	NO
HOLGUIN FERNANDEZ, JOSE MANUEL	FOREMPRESA	www.forempresa.com	NO	NO
JAUREGUI LOSANTOS, OLIVER	REST. ARROSSERIA NIMO'S	www.arrosserianimos.com	SI	SI
MARTI LAFUENTE, TOMEU	TAHINI SUSHI BAR Y RESTAURANT	no dispone de web	NO	NO
OTAL FABA, MARIANO	REST. BON LLOC	no dispone de web	NO	NO
ROSELLO SERRA, MARTA	REST. SAL DE COCÓ	www.restaurantsaldecoco.com	NO	NO
SALINAS, MARIA	HOTEL HOSTAL CUBA	no dispone de web	NO	NO
SAVARIAUD, MATTHIEU MICHEL	REST. ES TERRAL	no dispone de web	NO	NO
TARRAGO COSTA, ANTONI	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
TETARD, GERARD CHARLES	H. REST. LES ROTGES	www.sesrotges.com	NO	NO
TOSI, DIEGO	RESTAURANTE ITALI	no dispone de web	NO	NO
VICENS MAYOL, BENET	REST. BENS D'AVALL	www.bensdavall.com	SI	SI

LA RIOJA:

5 referencias a aceite de oliva encontramos en los platos elaborados por los 18 cocineros asociados que dan lo mejor para las cocinas de los 15 restaurantes, invitándonos a entrar en sus páginas webs. Señalo alguno de ellos.

GONZÁLEZ MORAL, JON.- Es la segunda referencia encontrada al uso de aceite ecológico en cocina para elaborar la Cecina con Aceite Ecológico y Frutos Secos.

SÁEZ MONGE, JESÚS.- Este cocinero se decanta por el uso del **aceite de oliva de La Rioja** para cocinar Carpaccio de solomillo de vaca al orégano con vinagre de Módena y aceite de oliva virgen, y las sardinas marinadas, rellenas de huevas de arenque con ajo blanco y helado con aceite de oliva.

SARCEDA DÍAZ, FÉLIX.- En el Restaurante LA VIEJA BODEGA se puede comer Espárragos de La Ribera (Servidos con **aceite de Quel**).

Tabla 12.- Comunidad Autónoma de La Rioja

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ECHAPRESTO GARCIA, IGNACIO	REST. VENTA MONCALVILLO	www.moncalvillo.com/venta	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE LA RIOJA	EMPRESA	WEB	CARTA/MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ALVAREZ VITERI, ESTHER	REST. ALAMEDA	www.restaurantealameda.com	SI	NO
CAÑAS METOLA, LORENZO	REST. LA MERCED	no dispone de web	NO	NO
COUTO MATUTE, NURIA	REST. LOS CALAOS DE BRIONES	www.loscalaosdebriones.com	SI	NO
FERNANDEZ DE MARCOS, TOMAS	REST. ALAMEDA	www.restaurantealameda.com	SI	NO
GARCIA SAEZ, ALEJANDRO	REST. UMM FOOD AND DRINK	no dispone de web	NO	NO
GONZALEZ MORAL, JON	REST. LOS CABALLEROS	www.restauranteoscaballeros.com	SI	SI
LASA LARRAYA, FERMIN	REST. MESON EGÜES	www.mesonegues.com	SI	NO
MARTINEZ MARTINEZ, VENTURA	REST. CHEF-NINO	no dispone de web	NO	NO
MASIP PEREZ, PEDRO	REST. CASA MASIP	no dispone de web	NO	NO
PANIEGO, FRANCIS	REST. ECHAURREN	www.echaurren.com	SI	SI
PIÑEIRO URBANO, JOSE RAMON	REST. LA COCINA DE RAMON	www.lacocinaderamon.es	SI	SI
RODRIGUEZ DIEZ, LUIS CARLOS	REST. CAMEROS	no dispone de web	NO	NO
SAEZ MONGE, JESUS	REST. CASA TONI	www.casatoni.es	SI	SI
SARCEDA DIAZ, FELIX	REST. LA VIEJA BODEGA	www.laviejabodega.com	NO	NO
SOLANA RODRIGUEZ, RUBEN	REST. EL RINCON DEL VINO	www.rinconesdelvino.com	SI	SI
SOTO MENDI, ARMANDO	REST. EL RINCON DEL VINO	www.rinconesdelvino.com	SI	SI
SOTO MENDI, SERGIO	REST. EL RINCON DEL VINO	www.rinconesdelvino.com	SI	SI

MADRID:

39 cocineros preparan presentan sus 16 cartas, en las que podemos encontrar tan sólo 5 referencias al aceite de oliva.

CÓRDOBA RODRÍGUEZ, WOLFANG LEONARDO.- La Escuela de Hostelería de Toledo dirige su actividad en el restaurante como punto de encuentro entre la filosofía culinaria creada en la escuela, sus alumnos y los amantes de la gastronomía. Incorpora al menú gastronómico de la primavera 2017 el aceite de oliva virgen extra.

TUMBARELLO, ANDREA.- Las referencias al aceite de oliva vienen acompañadas por los aceites italianos. Así, en el apartado visitable de “Il Ristorante” podemos leer sobre los “PRODUCTOS DON GIOVANNI” “...Conocido como el ‘rey de la trufa’, se distingue por su carro de aceites, con más de 40 variedades distintas, entre españoles e italianos...”

RONCERO FERNÁNDEZ, FRANCISCO JAVIER.- El chef cautiva por la presentación que ofrece del **aceite del olivo milenario**, fuertes sabores (arbequina, cornicabra, hojiblanca y picual) y variadas técnicas que van desde el bombón líquido a la eterna esferificación de aceituna de Adriá.

Figura 11.- Olivo Milenario



Fuente: Blog Anatomía del Gusto, www.huffingtonpost.es

Tabla 13.- Comunidad Autónoma de Madrid

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
FELIPE PEIRA, JOAQUÍN	FLORIDA RETIRO	www.floridaretiro.com	SI	SI
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE MADRID	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
SANDOVAL HUERTAS, MARIO. Delegado provincial	RESTAURANTE COQUE	www.restaurantecoque.com	SI	NO
ABEJON SAN ROMAN, FELIPE	REST. ROMA	no dispone de web	NO	NO
ANTONIO MARTIN, FRANCISCO	REST. EL FOGÓN DE PEDRO	www.elfogondapedro.com	SI	NO
BARGUEÑO MARTINEZ, MODESTO	REST. ZURITO	www.zurito.com	SI	NO
BASTAITS, ETIENNE	EST. GOURMAND	www.restaurantegourmand.com	SI	NO
BLANCO HERNANZ, JOSE IGNACIO	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
CAMBA IZETA, IÑAKI	REST. ARCE	no dispone de web	NO	NO
CAPONE, ROBERTO	REST. LA ANTIGUA TAHONA	no dispone de web	NO	NO
CASTRO TERÁN, MARIA YANIRA	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
CHICOTE DEL OLMO, ALBERTO	REST. PAN DE LUJO	www.pandelujo.es	NO	NO
CORDOBA RODRIGUEZ, WOLFANG LEONARDO	ESCUELA DE HOSTELERIA TOLEDO	ehtoledo.com	SI	SI
DE TORRES QUINTANA, MANUEL	EL LAUREL ESCUELA DE COCINA	www.laurel-escueladecocina.es	NO	NO
DEL CERRO GARCIA-ESTEBAN, FERNANDO	REST. CASA JOSE	www.casajose.es	SI	NO
DEL REY AVILA, JUAN MANUEL	REST. CORRAL DE LA MORERIA	www.corraldelamoreria.com	SI	SI
DIAZ IZQUIERDO, M ^a DEL CARMEN	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
ESTEVAN MATAIX, JOSE LUIS	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
FERREIRA PEREZ, EMILIO FRANCISCO	GRUPO REINA	www.reinadelibar.com	SI	NO
FREIXA RIERA, RAMON	REST. RAMON FREIXA	www.ramonfreixa.net	NO	NO
GONZALEZ SALAZAR, JORGE	REST. LA FAMILIAR	no dispone de web	NO	NO
HINOJAL GARCIA, ERNESTO	EL BERRUECO	no dispone de web	NO	NO
HORMAECHEA, SACHA	REST. SACHA	no dispone de web	NO	NO
LARUMBE GORROITZ, PEDRO	EL 38 DE PEDRO LARUMBE	www.larumbe.com	SI	NO
LOPEZ BEDMAR, JUAN JOSE	LA TASQUITA DE ENFRETE	www.latasquitadeenfrente.com	SI	NO
MARIN SERRANO, GUSTAVO	RESTAURANTE IMAGINE	www.restaurante-image.com	SI	NO
MARTIN LIMA, LUIS MARIA	REST. TABERNA GAZTELUPE	no dispone de web	NO	NO
MEGIA MORENO, JAVIER	REST. ARROCERIA	no dispone de web	NO	NO
MUÑAGORRI LAGUIA, PEDRO	REST. MUÑAGORRI	www.munagorrirestaurante.es	SI	SI
MUÑOZ GARCIA, JAVIER	REST. PALACIO CIBELES	www.adolfo-toledo.com	NO	NO
MUÑOZ VERA, JUAN MANUEL	REST. MITTE	no dispone de web	NO	NO
ORTIZ VADERRAMA, RUBEN	REST. AYNAELDA	no dispone de web	NO	NO
PICO GONZALEZ, RAUL	REST. LOS CASTAÑOS 2	no dispone de web	NO	NO
PRADILLOS LUQUE, ALBERTO	ESCUELA DE HOSTELERIA	no dispone de web	NO	NO
RODRIGUEZ LOPEZ, RAFAEL	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
RONCERO FERNANDEZ, FRANCISCO JAVIER	REST. LA TERRAZA DEL CASINO DE MADRID	www.casinodemadrid.es	SI	SI
SANCHEZ BARBA, OSCAR DAVID	CUISINE CATERING&COCKTAIL	www.catering-cuisine.es	NO	NO
SANCHEZ BARRENO, EDUARDO	ESCUELA DE COCINA GUADARRAMA	www.cocineroduardosanchez.com	SI	NO
TUMBARELLO, ANDREA	REST. DON GIOVANNI	www.dongiovanni.es	SI	NO
VAL HERNÁNDEZ, CHARO	LA ALACENA DEL GOURMET SERVICIOS GASTRONOMICOS	www.laalacenadegourmet.com	NO	NO

MELILLA:

En la ciudad de Melilla no se encuentran datos de ningún cocinero asociado en el momento del estudio. No existen datos de almazaras de aceite de oliva, ni de producción de aceite de oliva.

Tabla 14.- Ciudad Autónoma de Melilla

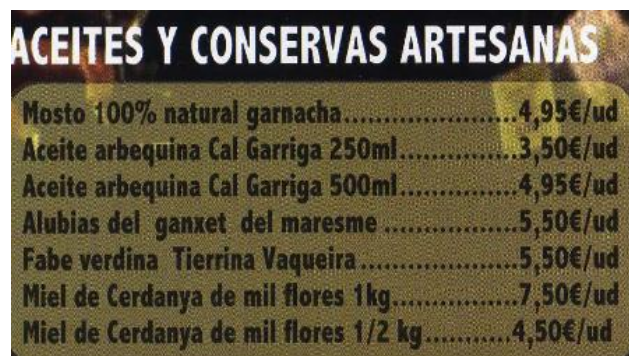
DELEGADO DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE MELILLA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
No dispone de Socios	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO

MURCIA:

17 restaurantes ofrecen menús en los que he podido encontrar 4 referencias al aceite de oliva. Seguidamente se relacionan los cocineros encargados de llevar el aceite a los platos.

REGIS ESPINOSA, JUAN.- Delegado de comunidad autónoma. Hay que mencionar la “Gastrotienda” en el que se pueden encontrar los proveedores de aceite de los que se suministra el restaurante. Tal y como ellos describen el servicio, “se trata de brindar a los clientes la opción de saborear sus manjares en la comodidad de su hogar, transportando nuestras elaboraciones en recipientes especiales de fácil manejo y cumpliendo todas las garantías higiénico-sanitarias vigentes. Además, también les ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de adquirir, para su consumo particular, toda nuestra gama de aceites, vinos, espumosos y demás productos con D.O. que servimos en nuestro establecimiento, al precio de distribución”.

Figura 12.- Listado de productos y precios Gastrotienda del Restaurante La Cerdanya



ACEITES Y CONSERVAS ARTESANAS	
Mosto 100% natural garnacha.....	4,95€/ud
Aceite arbequina Cal Garriga 250ml.....	3,50€/ud
Aceite arbequina Cal Garriga 500ml.....	4,95€/ud
Alubias del ganxet del maresme.....	5,50€/ud
Fabe verdina Tierrina Vaqueira.....	5,50€/ud
Miel de Cerdanya de mil flores 1kg.....	7,50€/ud
Miel de Cerdanya de mil flores 1/2 kg.....	4,50€/ud

Fuente: <http://elmundodelacerdanya.es/tl/Gastrotienda-La-Cerdanya.htm>

MARTÍNEZ VÁZQUEZ DE PARGA, FERNANDO y PICÓN BERNAL, ROSARIO. Comparten cocina en el Restaurante EL OLIVAR. El nombre del establecimiento adelanta el protagonismo del aceite de oliva. Todas las mesas incluyen copas de cata de aceite.

Figura 13.- Salón del Restaurante “EL OLIVAR”



Fuente.- <http://www.el-olivar.es>

Figura 14.- Página de Inicio del Restaurante “EL OLIVAR”

entrada firo restaurante menu servicios mostrador libros contacto

Horario

Miércoles
12:00 - 16:00
Jueves
12:00 - 16:00
Viernes
12:00 - 16:00
20:00 - 23:00
Sábado
12:00 - 16:00
20:00 - 23:00
Domingo
12:00 - 16:00

Templo del Aceite Virgen Extra

Fundado para mostrar las bondades del Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE) y su cultura, se ha convertido en uno de los espacios que mejor utiliza esta materia prima, y que Firo llama materia Hermana.

Las técnicas de cocina, las elaboraciones y los diferentes trabajos de investigación que desde esta pequeña localidad del Noroeste murciano se desarrollan, han llevado al reconocimiento Internacional de su trabajo.



Fuente: <http://www.el-olivar.es>

Definido como el “Templo del Aceite Virgen Extra” presenta un menú en el que se pueden degustar los platos como los Huevos ecológicos de corral fritos en **Aceite de Cuquillo virgen extra** con jamón de bellota y Pulpo confitado en **Aceite de Cuquillo Virgen Extra** con Algas marinas, el “Menú Degustación de temporada, #Virgen Extra” y Anchoas del Cantábrico marinadas en A.O.V.E.

Las imágenes de la web corporativa están impregnadas de aceite. Un chef apasionado por el aceite de oliva virgen extra.

Tabla 15.- Comunidad Autónoma de Murcia

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
REGIS ESPINOSA, JUAN	REST. LA CERDANYA	www.elmundodelacerdanya.es	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE MURCIA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
MARTINEZ VAZQUEZ DE PARGA, FERNANDO. Delegado provincial	REST. EL OLIVAR	www.moratalla.com	SI	SI
ARAGON ZAPATA, JESUS	REST. LA MARY	no dispone de web	NO	NO
DE MARCOS LOPEZ, MIGUEL ADRIAN	REST. MAGOGA	www.restaurantemagoga.com	SI	SI
FUENTES VICENTE, ANA	PALACETE LA SEDA S.L.U	www.palacetelaseda.com	SI	NO
GOMEZ GARCIA, MARIA	REST. MAGOGA	www.restaurantemagoga.com	SI	SI
GONZALEZ FRUTOS, RAIMUNDO	REST. RAIMUNDO	no dispone de web	NO	NO
GUIRAO CAMPOY, FULGENCIO	ARAMARK CATERING	no dispone de web	NO	NO
JIMENEZ LOPEZ, JOSE LUIS	REST. VENEZUELA	www.restaurantevenezuela.com	SI	NO
MARCOS SANCHEZ, JOSE	REST. ACUARIO	www.restaurantecuario.com	SI	NO
MARTINEZ LOPEZ, PABLO	REST. ESZENCIA	www.eszencia.es	NO	NO
MARTINEZ NOGUERA, FRANCISCO	REST. SIETE CORONAS	www.hoteles-silken.com	NO	NO
PALACIO REULA, CRISTIAN	REST. SEÑORIO DE BARAHONDA	www.barahonda.com	NO	NO
PEDREÑO PEÑUELA, PEDRO FRANCISCO	ESCUELA DE COCINA EH! CARITAS RESTAURANTE	caritasregiondemurcia.org	NO	NO
PICON BERNAL, ROSARIO	REST. EL OLIVAR	www.el-olivar.es	SI	SI
RABADAN NAVAS, MANUEL	CAFETERIA REST. AMALTEA	www.amalteahotel.com	NO	NO
RODRIGUEZ CAMPUZANO, ANTONIO	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
RODRIGUEZ SORIA, MIGUEL	REST. SIERRA CAZORLA	no dispone de web	NO	NO
SALMERON MARTINEZ, FREDDY	REST. HOTEL OCCIDENTAL 7	www.elsestudiodeana.com	NO	NO
SANCHEZ BAÑO, EVA GLORIA	REST. VILLA CEUTI	www.hotelvillaceuti.com	SI	NO

NAVARRA:

10 cocineros ponen a disposición de los 8 restaurantes de los que existen datos en Euro-Toques las cartas para las que encontramos 7 referencias en los menús.

IDOATE VIDAURRE, MARÍA PILAR. Delegada de comunidad autónoma. El Restaurante Europa nos presenta en un entrante en el que se podrá saborear el Jamón de bellota Gran Reserva “Joselito” acompañado de pan de cristal con tomate y **aceite Abbae de Queiles**.

FLORES ARAÑA, FERNANDO.- Es el encargado de la elaboración del Panaché de verduras de temporada con **aceite de oliva virgen extra “arbequina” Nekeas** y Pimientos del piquillo, D.O. Lodosa al horno con aceite de oliva virgen extra arbequina.

Tabla 16.- Comunidad Autónoma de Navarra

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
IDOATE VIDAURRE, MARIA PILAR	REST. EUROPA	www.hreuropa.com	SI	SI
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE NAVARRA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
DIAZ GONZALEZ, JOSETXO	CENTRO INTEGRADO BURLADA FP	no dispone de web	NO	NO
DIAZ ZALDUENDO, JAVIER	REST. ALHAMBRA	www.restaurantalhambra.es	SI	SI
FLORES ARAÑA, FERNANDO	REST. ENEKORRI	www.enekorri.com	SI	SI
JIMENEZ CAMBRA, JOSE MARI	REST. MARISOL	www.restaurantemarisol.com	NO	NO
MARTINEZ GOMEZ, VIRGILIO	REST. BEETHOVEN	www.rtebeethoven.com	SI	SI
MUGICA ZABALETA, ALEX	REST. LA COCINA DE ALEX MUGICA	www.alexmugica.com	SI	SI
NAVAS, INAXIO	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
POVEDA VELAZ, ASIER	HOTEL EUROPA	www.hreuropa.com	SI	SI
RAMIREZ JIMENEZ, NICOLAS	REST. TUBAL	www.restaurantetubal.com	SI	SI

PAÍS VASCO:

46 cocineros ofrecen sus fogones para elaborar las 25 cartas en las que descubrir las referencias al uso de los aceites de oliva.

BERASATEGUI OLAZÁBAL, MARTÍN.-“la naturaleza es sabia, solo hay que saber escucharla. el mercado es quien dicta y me sugiere una cesta de la compra en la que recrearme”. Esta es la introducción que el chef realiza para presentar su carta en la que hay varias referencias al aceite de oliva como "La Trufa" con setas fermentadas y berza al aceite “Alma de Jerez” "La Trufa" con setas fermentadas y berza al **aceite “Alma de Jerez”** y en el menú degustación se puede saborear un Royal de gamba roja y eneldo al **aceite “Venta del Barón”**.

Obtiene los mejores reconocimientos por expertos gastronómicos, guías y por los clientes. Los críticos más duros.

Figura 15.- Reconocimientos obtenidos por el restaurante de “Martín Berasategui”

Restaurante Martín Berasategui
 Loidi Kalea, 4 - 20160 Lasarte-Oria (Gipuzkoa)
 Lat. 43.2668 / Lon. -2.0155
 Tel. (+34) 943 366 471 / (+34) 943 361 599
info@martinberasategui.com



Fuente.- <https://www.martinberasategui.com>

BERMEJO DEL VAL, MIKEL.- Cocinero del Restaurante MARINA BERRI en el que se puede disfrutar de las Anchoas de Getaria con aceite virgen.

ÁLVAREZ TEJADA, JAVIER.- Entre los aperitivos, podemos pedir Jamón Ibérico con tomate en pan de aceite, Pulpo a la plancha con perlas de aceite.

PÉREZ MARTÍN, RICARDO.- Presenta en su carta de verano la Anchoa de Karmelo Toja, en aceite de oliva con unas tostas de mantequilla de hierbas.

Tabla 17.- Comunidad Autónoma del País Vasco

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
SUBIJANA, PEDRO.	REST. AKELARRE	www.akelarre.net	SI	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE ALAVA				
EMPRESA		WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
GOMEZ ANTUÑANO, JUAN ANTONIO. Delegado provincial	VILLA LUCIA ESPACIO GASTRONOMICO	www.hotelvilladelguardia.com	SI	NO
FERRANDO SOSA, JUAN CARLOS. Delegado provincial	REST. HOTEL VIURA	www.hotelviura.com	SI	NO
GONZALEZ CORDERO, SENEN	REST. SAGARTOKI	www.sagartoki.com	SI	SI
VILLATE RUIZ DE GORDEJUELA, RODOLFO	ESCUELA DE HOSTELERIA DIOCESANAS-MENDIZORROTZA	www.egibile.org	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE GUIPÚZCOA				
EMPRESA		WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ARZAK, JUAN MARI. Delegado provincial	REST. ARZAK	no dispone de web	NO	NO
LUIS ADURIZ, ANDONI. Delegado provincial	RESTAURANTE MUGARTIZ	www.mugaritz.com	NO	NO
ARANBURU AGIRRE, PELLO	REST. ARZAK	no dispone de web	NO	NO
ARBELAITZ IRASTORZA, HILARIO	REST. ZUBEROA	no dispone de web	NO	NO
ARELLANO HERRANZ, PETRONILO	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
ARGIÑANO, ZIGOR	REST. KARLOS ARGUÍÑANO	www.hoteka.com	SI	NO
ARGIÑANO URKIOLA, KARLOS	REST. KARLOS ARGUÍÑANO	www.hoteka.com	SI	NO
ARZAK ESPINA, ELENA	REST. ARZAK	no dispone de web	NO	NO
BASABE SALVATIERRA, ANGELA	REST. ANTXON	www.gaztelumendi-antxon.com	NO	NO
BERASATEGUI OLAZABAL, MARTIN	REST. MARTIN BERASATEGUI	www.martinberasategui.com	SI	SI
BERMEJO DEL VAL, MIKEL	REST. MARINA BERRI	www.marinaberry.com	SI	SI
CASTILLO, JOSE JUAN	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
ECHAVE ZULAIKA, FELIX	REST. AKELARRE	www.akelarre.net	SI	NO
EIZMENDI ECHEVERRIA, JOSE ANTONIO	REST. ILLARRA	www.restaurantellarra.es	SI	NO
ELIZALDE LOPEZ DE LA RIVA, JAVIER	BAR ANTONIO	www.antonio-bar.com	SI	NO
ETXAONDO IZAGIRRE, LORDI	REST. ARGUÍÑANO ANAIK	www.aiala.es	NO	NO
FICOSECO ABUD, GUSTAVO RENE	REST. IKAITZ	www.restaurantekaitz.com	SI	NO
FOMBELLIDA CORTAZAR, MARIA JESUS	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
GONZALEZ GLEZ. DE MENDOZA, RAUL	ESCUELA DE HOSTELERIA AIALA	www.aiala.es	NO	NO
GONZALEZ GOMEZ, ANDER	REST. ASTELENA 1997	www.restaurantestelema.com	SI	NO
HUMADA HIDALGO, JUAN MARI	HIDALGO 56	no dispone de web	NO	NO
HURTADO ARRIZABALAGA, JUANMA	REST. KABIA	www.restaurantekabia.com	SI	NO
IRIZAR ZAMORA, LUIS	ESC. COCINA IRIZAR	www.escuelairizar.com	NO	NO
LASA ONAINDIA, KOLDO	REST. LASA	www.restaurantelasa.com	SI	NO
LAVADO OTEGUI, IÑIGO	REST. IÑIGO LAVADO	www.ingolavado.com	SI	NO
LOUREIRO RODIL, PABLO	REST. CASA UROLA	www.casaurolojartetxea.es	SI	NO
MUGURUZA TOLEDO, IGNACIO	REST. ATALAIA	www.hotelatalaia.com	NO	NO
ORTUZAR AGURREGORI, AMAIA	REST. GANBARA	www.ganbarajartetxea.com	SI	NO
ROTETA, RAMON	REST. RAMON ROTETA	www.roteta.com	NO	NO
SAEZ MANZANOS, VICENTE	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
TXAPARTEGI LIZASO, GORKA	REST. ALAMEDA	www.restalameda.com	NO	NO
ZAPIRAIN ARBIDE, XABIER	REST. GURUTZE BERRI	www.gurutzeberri.com	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE VIZCAYA				
EMPRESA		WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
CANALES ETXANOVE, FERNANADO. Delegado provincial	PALACIO DE CONGRESOS EUSKALDUNA- RTE. ECHANOVE	www.etxanobe.com	SI	NO
ALVAREZ TEJADA, JAVIER	REST. JAUREGUIA	www.jauregia.com	SI	SI
ATXA AZURMENDI, ENEKO	REST. AZURMENDI	www.azurmendi.biz	SI	NO
DIEZ EREÑO, EDUARDO	REST. HOTEL CARLTON	www.hotelcarlton.es	SI	SI
ELIZEGUI ALBERDI, AITOR	REST. GAMINIZ	no dispone de web	NO	NO
ETXEBARRIA, AINGERU	ESCUELA DE COCINA BILBAO-AINGERU ETXEBARRIA	www.aingueruetxebarría.com	NO	NO
GARRIDO RAMÍREZ, ÁLVARO	REST. MINA	www.restaurantemina.es	SI	NO
MARTÍNEZ ALJA, JOSEAN	REST. GUGGENHEIM	www.restauranteguggenheim.com	SI	NO
PEREZ MARTIN, RICARDO	REST. YANDIOLA	www.yandiola.com	SI	SI

VALENCIA:

Un total de 74 cocineros preparan sus fogones para cocinar las 14 entradas de aceite de oliva que encontramos en las cartas preparadas por los cerca de los 60 restaurantes. Destaco algunas referencias a aceite elaboradas por chefs destacados de Valencia.

RAMÓN ANDREU, AVELINO.- En el “Menú de Tierra” como aperitivo el Tomate de temporada, anchoas, aceite y requesón y en el “Menú de Verano 2007-2017” podemos degustar la elaboración de Cuajado de pepino, chips de quínoa, vinagreta de cítricos **de aceite AOVE Borriolenca**, Tarta de pistachos, mahonesa de aceite de oliva arbequina y aceitunas de Aragón y Chocolate gran cru 72% con aceite de oliva de los olivos milenarios (esta referencia de aceite ya se ha utilizado en otras cartas).

ROIG CUCALA, JOAN.- Prepara en el Restaurante CAN ROIG Anchoas y boquerones con tomate y **aceite de oliva Farga**.

ALMELA BOTELLA, ANTONIO.- El chef prepara como “entrante frio” Lechuga viva y atún rojo en conserva realizado con lomo de atún en tataki con AOVE, lechuga viva, olivada de Kalamata, tomate y cebolla, AOVE + All-i-oli cuya elaboración consta de variedades de AOVE y selección de panes y la degustación de 3 variedades de AOVE. Especifica que la masa de pizza está elaborada con huevo y Aceite de Oliva Virgen Extra.

Ofrecen la reserva de la Mesa Cero, la describe así: “**Cara a cara con Gregory Rome**” Aislada del comedor e inmersa en la cocina misma, en la Mesa Cero ponemos en escena lo que tantas veces nos prometen y tan pocas nos dan: una verdadera experiencia gastronómica. Sabores, aromas, imágenes...

Un momento muy especial. De nada vale desvelar sus secretos o describir sus ingredientes porque es imposible transmitir sus sensaciones. Las experiencias no se cuentan: se experimentan.”

DE PAZ PÉREZ, RODOLFO.- Para presentar las “Propuestas Gastronómicas” en las que hay mención al uso del aceite de oliva, utiliza la siguiente descripción: “Hemos adaptado los recursos naturales autóctonos, para llevarlos a la mesa y poder así ofrecerte lo mejor de la gastronomía española y sobre todo de la cocina tradicional alicantina, la de toda la vida; como cocinaban nuestras abuelas...”

...Todo esto lo acompañamos con una selección de verduras frescas de Km0, como el tomate de nuestra huerta de muchamiel o las alcachofas de la vega baja, un excelente **aceite de oliva virgen de la almazara de Millena**, una típica pericana de la montaña de Muro de Alcoy y como no uno de los mejores panes del horno antiguo de Benimagrell...”

SAN ROMÁN PÉREZ, MARÍA JOSÉ.- Chef del restaurante MONASTREL, mantiene su estrella Michelin recibida en noviembre del 2013, siendo el único restaurante de la ciudad de Alicante con esta distinción, en el que el aceite de oliva virgen extra es usado como un pilar fundamental en su cocina. Conocedora de los procesos de elaboración y de la cata, por lo que siempre utiliza los aceites de oliva de mejor calidad, además de armonizarlos con sus platos como por ejemplo el bogavante con binzas de tomate, aguaymanto, maracuyá y aceite de Arbequina, merluza con emulsión de vino blanco y AOVE de picuda, berenjenas asadas e hinojos, pollo silvestre con ciruelas, salsifí y emulsión de yema con Picual, pan de nuestro obrador, selección de Aceites de oliva virgen extra y entretenimientos, pan con aceites de oliva virgen del **dispensador “OliveToLive”** y Crema helada de aceite de oliva Hojiblanca, miel, flores y polen.

Trascribo un fragmento de la entrevista realizada a la chef que además es reconocida con 1 Sol Repsol en la web de la Guía Repsol <https://www.guiarepsol.com/es/gastronomia/nuestros-favoritos/restaurante-monastrell-de-maria-jose-san-roman-alicante/> por ser un magnífico ejemplo promoción, defensa y usos de aceites de oliva virgen extra.

“...Maridajes de virgen extra

Otra de sus obsesiones es el aceite de oliva virgen extra (AOVE). "Hace unos años, por mi facilidad de idiomas, me invitaron como representante de la cocina española al congreso Beyond Extra Virgin, de Italia. Me empapé de todo ese mundo, me reuní con los principales expertos y quedé prendada de este mundo". Mientras habla, María José desenrosca una botella que acaba de recibir, vierte un poco del oro líquido sobre la palma de la mano y cata: "Este es mi día a día".

"Creo que conozco a los mayores productores del mundo y me invitan a sus almazaras. El AOVE hay que mimarlo, porque es un producto que se deteriora y va perdiendo sus cualidades con el tiempo". Por eso, en todos sus establecimientos hay un dispensador *Olive To Live*, donde la chef conserva aceites de distintas variedades y proveedores, que van rotando

cada cierto tiempo. "Siempre a todos nuestros clientes les ponemos tres variedades en la mesa y les invitamos a que vayan jugando con los platos, maridando con Arbequinas, Picuales, Hojiblancas, Arbosanas..., que aportan distintos matices a las comidas". El AOVE llega incluso a los postres, como la sorprendente crema helada de aceite Hojiblanca y miel o el arroz emulsionado con aceites valencianos y naranja, sin presencia de lácteos.

Los aceites van siempre acompañados en la mesa con el pan...”

SIERRA HEREDERO, SERGIO.- Las referencias al aceite se presentan en la carta del Restaurante EL PORTAL TABERNA & WINES como postre el Pan con chocolate, aceite de oliva y sal gorda (una tira) y como entrante se sirven los salazones servidos con pan El Mossen, con tomate y **aceite Verde Esmeralda**.

Tabla 18.- Comunidad Autónoma de Valencia

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
DIAZ ROS, SUSI	REST. LA FINCA	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE CASTELLÓN	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
CHIVA BELLES, SANTIAGO	REST. ASADOR EL PAIRAL	no dispone de web	NO	NO
FABREGAT SANTIAGO, MODESTO	REST. ARBEQUINA	www.restaurantearbequina.com	SI	NO
GUTIERREZ IBAÑEZ, CARLOS	REST. CASA ROQUE	www.casaroque.com	SI	NO
MIRALLES SERRANO, EMILIO	EST. ALD'EMILIO	www.aldemilio.com	NO	NO
MOLINA GIL, FERNANDO	REST. LA CUINA DE FERNANDO	www.lacuinadefernando.com	SI	SI
RAMON ANDREU, AVELINO	REST. DALUAN	www.daluan.es	SI	SI
RODA MARTINEZ, JUAN JOSÉ	REST. PEDAGOGIC	no dispone de web	NO	NO
ROIG CUCALA, JOAN	REST. CAN ROIG	www.canroig.es	SI	SI
ROIG VALLADOLID, DANIEL	REST. CAN ROIG	www.canroig.es	SI	SI
SIMO SIMO, FRANCISCO	REST. SIMO	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE VALENCIA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ROMERO POZO, SEBASTIAN. Delegado provincial	REST. LA SEQUIETA	no dispone de web	NO	NO
ALARCON DUQUE, GLORIA	REST. SABE A GLORIA	www.sabe-a-gloria.es	NO	NO
ALONSO FOMINAYA, MANUEL	REST. MANOLO	www.restaurantemanolo.com	SI	SI
CAMARENA IVARS, RICARDO	REST. RICARD CAMARENA	www.ricardcamarena.com	NO	NO
CASTAÑO CASTAÑO, JUAN ANTONIO	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
CURIA, ALBERTO	REST. BOLETS I FOC	www.boletsifoc.com	NO	NO
EXOJO MUÑOZ, JUAN CARLOS	REST. JULIO VERNE	no dispone de web	NO	NO
FERNANDEZ MORENO, ANTONIO	REST. EL CERRAO	www.geonatur.es	SI	NO
FRECHINA BENAVENT, EDUARDO JOSE	REST. CASTILLO	www.restaurantecastillo.es	NO	NO
HERNANDEZ FORTE, SALVADOR	REST. PALAU DE MIRAMAR	no dispone de web	NO	NO
LOPEZ SANCHEZ, FELIX	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
MARTINEZ GARCIA, TOMAS	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
MELLENDEZ HERRERO, SILVIA	REST. LA PITANZA	www.lapitanzapedralba.com	NO	NO
RODRIGO DE JORGE, BEGOÑA	REST. LA SALITA	www.ksalitaestaurante.com	SI	NO
RODRIGUEZ CABANELLAS, CONCHA	REST. RIAS GALLEGAS	no dispone de web	NO	NO
RUIZ VILANOVA, RUBEN	REST. LA MATANDETA	www.lamatandeta.es	SI	NO
SALVADOR PASCUAL, M ^a DOLORES	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
SANTAMARIA SELVA, FRANCISCO	REST. EL VERMUT	www.tabernaelvermut.es	SI	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE ALICANTE	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
ALFONSO, JAVIER	REST. CASA ALFONSO	www.alfonsoestaurante.es	SI	NO
ALIAGA SANCHEZ, ADRIAN	SALÓN DE BANQUETES	www.datildeoro.com	SI	SI
ALMELA BOTELLA, ANTONIO	REST. BREL	www.restaurantebrel.com	SI	SI
ANTON ESCOBAR, JOSE PEDRO	REST. LA FINCA	no dispone de web	NO	NO
BAÑON DOLS, CARLOS	REST. LA ERETA	www.laereta.es	SI	NO
BERNABÉ BASTIDAS, MAXIMILIANO	RESTAURANTE PUNTO CALIENTE	no dispone de web	NO	NO
CABRERA NULA, JOSE LUIS	REST. LA FINCA	www.lafinca.es	SI	NO
CAÑIZARES GARCIA, MIGUEL ANGEL	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
DACOSTA VADILLO, ENRIQUE	REST. QUIQUE DACOSTA	www.quiquedacosta.es	NO	NO
DE PAZ PEREZ, RODOLFO	REST. EL SUQUET DE CASTAÑOS	www.eksuquetrestaurant.es	SI	SI

Continuación Tabla 18

ESPINOSA GUARDIOLA, VICTOR	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
FERNANDEZ ALONSO, JESUS	REST. CLUB NAUTICO DE GUARDAMAR	no dispone de web	NO	NO
FIGUEIRA BLANCO, CRISTINA	REST. EL XATO	www.elxato.com	NO	NO
FILLOL LEVIA, JOSE	REST. REAL CASINO	no dispone de web	NO	NO
FUENTES TABERO, FERNANDO	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
GALERA MASSO, JOSE MIGUEL	REST. EL ANTOJITO ILICITANO	no dispone de web	NO	NO
GARCIA FAJARDO, FERNANDO	CDT TORREVIEJA	www.cubacocinarecetas.com	NO	NO
GOMEZ CAYUELAS, PASCUAL	SALONES PASCUAL	no dispone de web	NO	NO
HERNANDEZ PUCH, JUAN PABLO	REST. LA ALACENA DE JUAMPI	www.alacenadejuampi.com	SI	NO
LINARES GOMIS, SALVA	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
LLOBREGAT SEGURA, ANTONIO	C.F.P. LOPE DE VEGA	www.cfplopevega.com	NO	NO
LOPEZ CARRERAS, TOMAS	REST. DOMGIM	www.domgim.es	SI	SI
MARCOS RUIZ, SERGIO	CDT ALICANTE	www.cdt.gva.es	NO	NO
MARQUEGUI OLIAS, CESAR	REST. NOU MANOLIN	www.noumanolin.com	NO	NO
MARTINEZ CANO, MOISES	REST. EL BUEY	no dispone de web	NO	NO
MARTINEZ GARCIA, ODON	REST. MESON EL GRANAINO	www.mesongranaino.com	SI	SI
MARTINEZ GARCIA, PEDRO	REST. MESON EL GRANAINO	www.mesongranaino.com	SI	SI
MONERA GARCIA, Mª DOLORES	CERVECERIA ANGEL	no dispone de web	NO	NO
MOYA REDRADO, FRANCISCO	REST. L'ESCALETA	www.lescaleta.com	SI	NO
PASCUAL, NOELIA	REST. CACHITO	www.restaurantecachito.com	SI	SI
PEREZ CLEMENTE, JOSE LUIS	LA MARY RESTAURANT	www.lamaryrestaurant.com/es?restaurantes?poblacion	NO	NO
PEREZ MARCOS, ANTONIO	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
PRIETO VILLA, JUAN RAMON	REST. LA SIRENA	www.lasirena.net	NO	NO
REDRADO AGUIRRE, RAMIRO	REST. L'ESCALETA	www.lescaleta.com	SI	NO
RIVAS MEDINA, ANTONIO JOSE	REST. FRISONE	www.restaurantefrisone.com	SI	NO
ROME, GREGORY	REST. BREL	www.restaurantebrel.com	SI	SI
ROMERO, PAMELA	REST. BREL	www.restaurantebrel.com	SI	SI
SAN ROMAN PEREZ, MARIA JOSE	RESTAURANTE MONASTREL	www.monastrel.com	SI	SI
SANZ MOÑINO, PATRICIA	REST. HOTEL MAYA	no dispone de web	NO	NO
SIERRA HEREDERO, SERGIO	REST. EL PORTAL TABERNA & WINES	www.elportaltaberna.com	SI	SI
TORREBLANCA, PACO	ESCUELA PACO TORREBLANCA	www.torreblanca.net	SI	SI
TORRES MORA, AURORA	REST. LA HERRADURA	www.restaurantelaherradura.com	NO	NO
VELEZ CAMPOS, MARI CARMEN	REST. LA SIRENA	www.lasirena.net	NO	NO
VELEZ CAMPOS, Mª DOLORES	QUINTA LACY	www.quintalacy.com	NO	NO
ZARAGOZA RUIZ, JUAN DE DIOS	REST. SANDY'S	no dispone de web	NO	NO

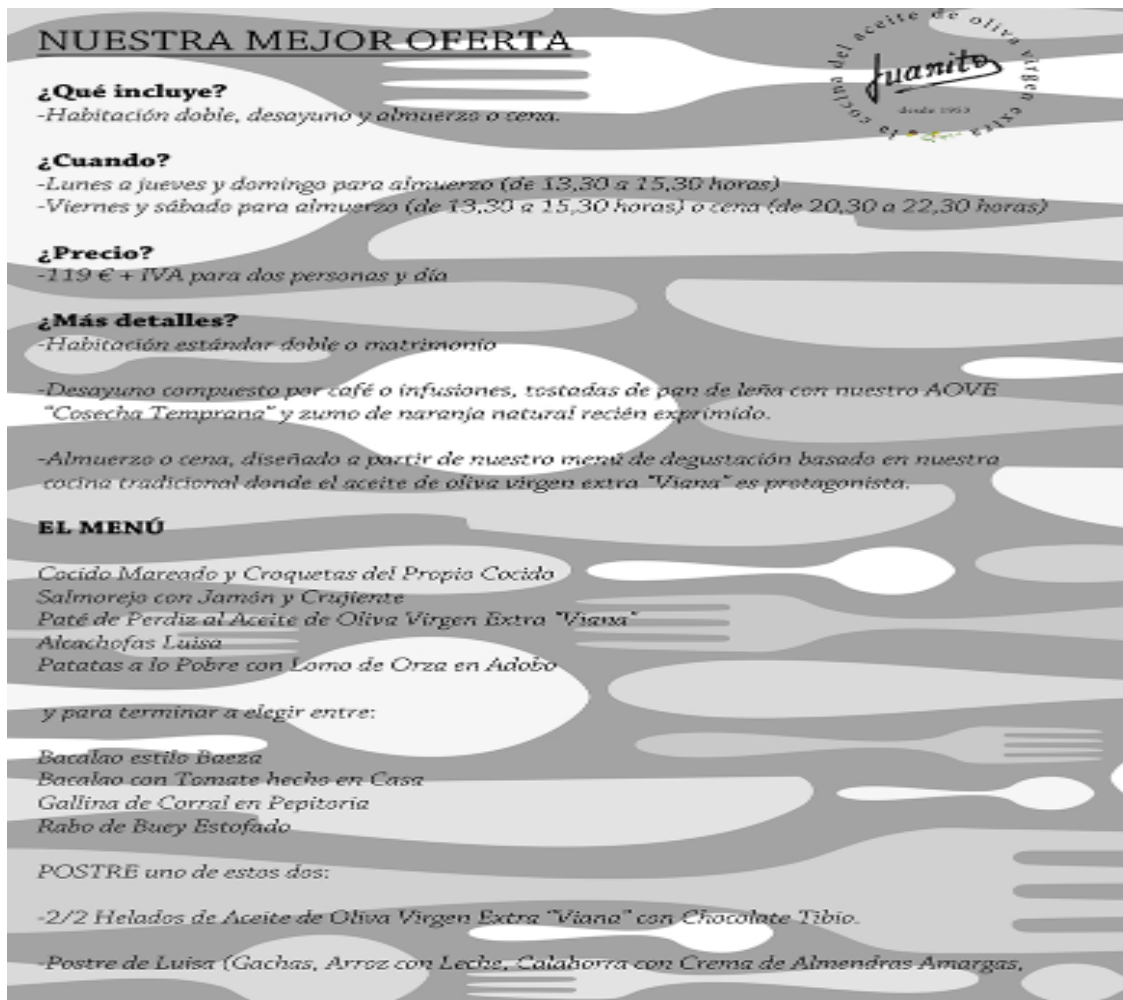
ANDALUCÍA:

89 chefs cocinan para los 75 restaurantes de los que existe información en Euro-Toques. Existen 17 cartas que incorporan menciones al aceite de oliva.

SALCEDO MARTÍNEZ, PEDRO. El Restaurante Juanito atiende a la cocina tradicional, se sujeta en el uso del aceite de oliva virgen extra, que se produce en nuestra propia **almazara “OLEO VIANA”**, en el mismo corazón de sierra Magina, con frutos de los olivares de la Vega de Santa María y Casa de Hurtado, propiedad de la familia.

La carta del restaurante está impregnada de referencias a la utilización del aceite de virgen extra. El mejor ejemplo de los platos elaborados en su cocina.

Figura 16.- Carta del Restaurante “Juanito”



Fuente.- <http://www.juanitobaeza.com>

Además de los servicios de la carta del restaurante, Juanito ofrece distintos servicios para los clientes como las jornadas gastronómicas, libro de recetas con botella de AOVE “Juanito y Luisa”. También contiene una sección de noticias sobre el restaurante.

GÁMEZ FERNÁNDEZ, JUAN PABLO.- IX premio internacional de cocina con aceite de oliva virgen extra. “La cocina de Los Sentidos está llena de sabores, aromas y texturas, con una principal obsesión, el aceite de oliva y la tierra que pisamos”.

El inicio de la Carta de Temporada introduce los platos de la siguiente manera: "Productos con esencia, alma de la tierra, guisos de mi abuela y de mi madre., aromas del suelo, del aire y del mar, experiencias y recuerdos, impregnados por los AOVES y ensamblados en los fogones." Las referencias a los platos cocinados con virgen extra son los siguientes:

*Queso de Sierra Sur “TIERRAS DE JAÉN” madurado en AOVE, * ESPINACAS tiernas especiadas, ORTIGUILLAS de mar, emulsión de yema y AOVE, *TAPA, HUEVO para romper con crema de patatas al AOVE y colmenillas.

Por otra parte, presenta el Menú Degustación “GastrÓleo” en los siguientes términos: “Menú dedicado al producto y esencia jienense...matizado con los mejores AOVES...”

*Espárragos blancos al sarmiento, regaliz y mahonesa de arbequina,*espinacas tiernas especiadas, ortiguillas de mar, emulsión de yema y AOVE, *

En el Menú de Grupos al que se puede acceder con reserva previa, se ofrece una degustación de AOVE

MELERO AMATE, JOSÉ MARÍA.- Cocinero de una Gastro taberna en la que podemos encontrar la Ensalada etrusco (Lechugas, huevo duro, alcachofas, champiñón, parmesano y aove). Para picar Yogurt de Aceite de Oliva, fruta y trucha (Plato Presentado concurso internacional de AOVE). Como plato italiano Agnolotto di baccala mantencato (Relleno de pate de bacalao y aove)

NAVARRO LIRIO, FRANCISCO y OCRAIM, ÁNGELA GABRIELA.- Chefs de la cocina del Restaurante TÁMESIS en el que encontramos varias elaboraciones con aceite de oliva. Entre ellas destacamos la anchoa del cantábrico, tosta de pan especiado, con tomate o queso curado y AOVE y la Milhoja de calabacín con picual, paté de perdiz con **AOVE Jaén Selección 2017 ecológico.**

RODRÍGUEZ PRIETO, MIRIAM.- Presenta como platos para degustar con aceite de oliva la Ensalada tropical con vinagreta de aceite de oliva, vinagre de Módena y miel y la Ensalada de tomate pelados con ajos y **aceite de oliva de la sierra de Cádiz.**

CARMONA BARAZA, ANTONIO J.- Chef que nos ofrece en sus cartas el paté tradicional de la casa con piñones al AOVE, algas de mar y cachitos de atún en aceite de oliva virgen extra y calamares de potera al aceite de oliva virgen extra.

Tabla 19.- Comunidad Autónoma de Andalucía

DELEGADO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
GARRIDO CANTERO, SERGIO	REST. HOTEL VINCCI SELECCIÓN POSADA DEL PATIO	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE JAÉN				
EMPRESA		WEB		CARTA/ MENÚ
EMPRESA		WEB		ACEITE DE OLIVA
SALCEDO MARTINEZ, PEDRO. Delegado provincial	REST. JUANITO	www.juanitobaeza.com	SI	SI
DE LA TORRE NIETO, MONTSERRAT	REST. CANTINA LA ESTACIÓN	www.cantinaestacion.es	NO	SI
FERNANDEZ FERNANDEZ, ALBERTO	REST. CASA HERMINIA	www.casaherminia.com	NO	NO
GAMEZ FERNANDEZ, JUAN PABLO	REST. LOS SENTIDOS	www.restauranteelssentidos.com	SI	SI
JUÁREZ VIEDMA, ANSELMO	REST. ZETÚM	www.zetum.com	NO	SI
MELERO AMATE JOSE MARIA,	REST. GASTRO TABERNA ETRUSCO	www.restauranteetrusco.es	SI	SI
NAVARRO LIRIO, FRANCISCO	REST. TAMESIS LONDON	www.restaurantetamesis.es	SI	SI
OCRAIM, ANGELA GABRIELA	REST. TAMESIS LONDON	www.restaurantetamesis.es	SI	SI
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA				
EMPRESA		WEB		CARTA/ MENÚ
EMPRESA		WEB		ACEITE DE OLIVA
CABRERA PORTILLO, DELFIN MANUEL. Delegado provincial	CATERING DELFIN DELICATESSEN	www.delfindelicatesen.com	SI	NO
BRAVO PEREZ, MARÍA DOLORES	no dispone de información	www.lacocinadelabravo.com	NO	NO
CARMONA MARTIN, ROQUE	REST. CASA PALACIO	www.restaurantebandokero.com	NO	NO
SANTIAGO MELERO, JUAN LUIS	REST. GARUM 2.1	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA				
EMPRESA		WEB		CARTA/ MENÚ
EMPRESA		WEB		ACEITE DE OLIVA
DUQUE CASTILLO, MARI ANGELES. Delegado provincial	REST. MANOLO MAYO	www.manolomayo.com	SI	NO
RINCON DIEGUEZ, DOLORES. Delegado provincial	REST. MANOLO MAYO	www.manolomayo.com	SI	NO
ABASCAL PEREZ, JAVIER	REST. LA LOLA TABERNA GOURMET	no dispone de web	NO	NO
DOMINGUEZ GAVIRA, ANTONIO LUIS	REST. AL-YAMANAH	www.al-yamanah.com	NO	NO
MARCOS GARCIA, JUAN MANUEL	REST. TABERNA DEL ALABARDERO	no dispone de web	NO	NO
PARRILLA VILLAR, ANTONINO	HELADERIA BOLAS	www.heladeriavillar.com	NO	NO
PIÑA PAVON, JOSE	REST. CASA ROBLES	www.casa-robles.com	NO	NO
PORTILLO CAMACHO, JACOBO	REST. EL PULPEJO	www.elpulpejo.es	SI	NO
PORTILLO CAMACHO, LUIS	REST. EL PULPEJO	www.elpulpejo.es	SI	NO
PRIETO JUAREZ, MIGUEL	TABERNA DEL ALABARDERO	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE HUELVA				
EMPRESA		WEB		CARTA/ MENÚ
EMPRESA		WEB		ACEITE DE OLIVA
FERNANDEZ VAZQUEZ, SANTIAGO ELIAS. Delegado provincial	REST. ACÁNTHUM	www.acanthum.com	SI	NO
ALBUSAC SANCHEZ, ROGELIO	REST. ACÁNTHUM	www.acanthum.com	SI	NO
CANO REBOLLO, JUAN MANUEL	REST. LOS OLIVOS	no dispone de web	NO	NO
CARRETERO MOTA, AURELIO	REST. ZALEMA	no dispone de web	NO	NO
DUQUE DUQUE, JOSE	REST. CASA DIRECCION	www.restaurantecasadireccion.com	SI	NO
FUSTER DOMINGUEZ, FCO JAVIER	REST. PUERTA 20	no dispone de web	NO	NO
LOPEZ DOMINGUEZ, LUIS MIGUEL	REST. ARRERIOS	no dispone de web	NO	NO
MACIAS MARIN, ANTONIO RAMON	REST. EL CERROJO	www.elcerrojotapas.com	NO	NO
MARTÍN MARTÍN, JUAN FRANCISCO	REST. AZABACHE	no dispone de web	NO	NO
RAMIREZ GONZALEZ, JUAN CARLOS	REST. CIQUITRAKE	www.ciquitake.com	NO	NO
ZAIÑO GOYE, JOSE ANTONIO	REST. CASA RUFINO	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE CÁDIZ				
EMPRESA		WEB		CARTA/ MENÚ
EMPRESA		WEB		ACEITE DE OLIVA
MORENO ROJAS, MANUEL. Delegado provincial	REST. MESON EL COPO	no dispone de web	NO	NO
LOPEZ MUÑOZ, MIGUEL ANGEL. Delegado provincial	REST. CASA MIGUEL - BODEGON DE MIGUE	www.restaurantecasamiguel.com	NO	NO
BALLESTERO GONZALEZ, JUAN MANUEL	REST. HOTEL EL CASTILLO	www.hotelrestaurantecastillo.com	SI	NO
FERNANDEZ FERNANDEZ, JUAN LUIS	REST. APONIENTE	www.aponiente.com	SI	NO
GONZALEZ MARTIN, RUBEN	REST. IL BACIO	www.chefrubengonzalez.com	NO	NO
GONZALEZ RODRIGUEZ, JAVIER	REST. DE JAVIER	no dispone de web	NO	NO
HEDRERA BUSTILLOS, MARIA DOLORES	REST. EL LUCERO DEL MUELLE	www.eluceroelmuelle.com	SI	NO
LEON GONZALEZ, ANGEL	REST. APONIENTE	www.aponiente.com	SI	NO
PIÑERO ARROYO, VICTOR	REST. LA CANDELA	www.lacandelatapasbar.com	NO	NO
RECIO GARCIA, JESUS	REST. VALVATIDA	no dispone de web	NO	NO
RODRIGUEZ PRIETO, MIRIAM	REST. VENTA LA DUQUESA	www.ventaladuquesa.com	SI	SI
RUIZ ROMAN, REGLA	REST. SALINA SAN VICENTE	www.salinasarvicente.es	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA				
EMPRESA		WEB		CARTA/ MENÚ
EMPRESA		WEB		ACEITE DE OLIVA
CONEJO AFONSO, SEBASTIAN. Delegado provincial	HOTELES GUADALPIN	no dispone de web	NO	NO
AGUILAR FERNANDEZ, JUAN ANTONIO	PARADOR DE MÁLAGA GOLF	www.parador.es	NO	NO
ARTEAGA LUQUE, ABILIO	REST. CALA ABILIO	no dispone de web	NO	NO
ÁVILA PRIETO, ALVARO	REST. LA ALVAROTECA	no dispone de web	NO	NO
CABALLERO LARIOS, PABLO RAMÓN	REST. LA ANTXOETA	no dispone de web	NO	NO
DIEZ RAMIREZ, MANUEL	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
DOMINGUEZ MIGUEL, SANTIAGO	REST. SANTIAGO	www.restaurantesantiago.com	NO	NO
GAGO HERNANDEZ, RAMIRO	REST. EL CORTIJO DE GUADALMINA	www.ramirocatering.com	NO	NO
GUERRERO RAMOS, SEBASTIAN	PANADERIA-PASTELERIA-BOMBONERÍA	www.pasteleriaramos.com	SI	SI
JIMENEZ ALBERT, JUAN CARLOS	REST. ALUMBRE	no dispone de web	NO	NO
LOPEZ VARGAS, FRANCISCO	REST. L'ESSENCE	no dispone de web	NO	NO
MANSO ALLER, OSCAR	GASTROBAR TOQUE	no dispone de web	NO	NO
MANZATO, MATTEO	REST. LA PALA D'ORO	www.lpaladoro.com	SI	SI
MEDINA GUTIERREZ, Mª JOSE	REST. CLUB DE GOLF GUADALMINA	www.ramirocatering.com	NO	NO
MEGIAS RUIZ, SERGIO	REST. SERGIO MEGIAS GASTROBAR	www.sergiomegas.com	SI	SI
NAVARRO BJÖRK, CARLOS	REST CARLOS NAVARRO SUSHI&WASHOKU	www.cocinajapones.es	NO	NO
PEREA GOMEZ, JUAN MANUEL	REST. TERRAZA CARMEN	www.elpolloandaluz.com	NO	NO
RAMOS DIAZ, DAMIÁN	PANADERIA-PASTELERIA-BOMBONERIA RAMOS	www.pasteleriaramos.com	SI	SI
RAVIRA DIAZ, JOSE	CHIRINGUITO PEPE'S BAR	www.chiringuitopepesbar.com	SI	NO
ROMERO URBANO, JOSE	REST. NUEVO REINO	no dispone de web	NO	NO
SEPULVEDA ARMENGOL, JUAN	REST. LOS BANDIDOS	no dispone de web	NO	NO

Continuación Tabla 19

SOCIOS DE LA PROVINCIA DE GRANADA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
PEDRAZA ANDRADE, MARCOS. Delegado provincial	REST. RUTA DEL VELETA	www.rutadelveleta.com	SI	SI
QUESADA MOLINA, MANUEL. Delegado provincial	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
ALVAREZ BAENA, JOSE	REST. LAS TINAJAS	no dispone de web	NO	NO
BRACERO ROBLEDO, JESUS	HOTEL ALHAMBRA PALACE	www.h-alhambrapalace.es	SI	SI
CONEJERO REDONDO, ANTONIO	REST. HOTEL M.A. ALHAMAR	www.hoteles-ma.es	NO	NO
DIAZ ABAD, JOSE ANTONIO	REST. HOTEL EL ANCLA	no dispone de web	NO	NO
GARCIA DOMINGUEZ, GREGORIO	REST. CATERING IBAGAR	www.ibagar.com	SI	NO
GARCIA PEREZ, GREGORIO	REST. OLEUM	www.ibagar.com	SI	NO
IBÁÑEZ JIMÉNEZ, JOSÉ	CATERING IBAGAR	www.ibagar.com	SI	NO
LORENZO TORRES, ANTONIO JESUS	REST. EL CONJURO	no dispone de web	NO	NO
LUPION ANEAS, JOSE ANTONIO	REST. EL ANCLA	no dispone de web	NO	NO
MARTINEZ DOMENE, ANA	REST. JARDINES LAS CONCHAS	www.restaurantelasconchas.com	SI	SI
PEREZ CARMONA ANTONIO,	REST. LOS ALAYOS	no dispone de web	NO	NO
RIVAS RUIZ, FRANCISCO	HOTEL ALHAMBRA PALACE	www.h-alhambrapalace.es	SI	SI
SANCHEZ ELVIRA, Mª ISABEL	REST. MESON SANCAYETANO	www.mesonsancayetano.com	SI	SI
TORRES LOPEZ, RAFAEL	REST. CHIKITO	no dispone de web	NO	NO
SOCIOS DE LA PROVINCIA DE ALMERÍA	EMPRESA	WEB	CARTA/ MENÚ	ACEITE DE OLIVA
CARMONA BARAZA, ANTONIO J.. Delegado provincial	REST. TERRAZA CARMONA	www.terrazacarmona.com	SI	SI
BERENGUER CALLEJON, JOSE MANUEL	REST. LA SOLEA	www.restaurantelasolea.com	NO	NO
GARCÍA MARTINEZ, JOSE MIGUEL	REST. LAS NENAS- CASA DE COMIDAS Y PASTELERIA	no dispone de web	NO	NO
GAZQUEZ CARMONA, LUCAS	no dispone de información	no dispone de web	NO	NO
OTERO GARCIA, SALVADOR	HOTEL NH CIUDAD DE ALMERIA	www.nh-hotels.com	NO	NO
PEREZ QUESADA, FRANCISCO	CATERING GASTROSUR	www.cateringastrosur.com	SI	SI

8.- CONCLUSIONES

Las conclusiones presentadas se han extraído como resultado del análisis del estudio presentado.

1. Los establecimientos del canal HORECA son empresas que basan su estrategia en la orientación al marketing. Investigan las demandas de los consumidores y después elaboran sus cartas para ofrecer los platos que más gustan al cliente.
2. Los valores de la empresa tienen un valor fundamental. Están permanentemente presentes como carta de presentación de la misma.
3. Los objetivos fijados en los estatutos de Euro-Toques son fundamentalmente signos distintivos para una potente red de establecimientos de restauración de conceptos creativos muy diversos, desde la Cocina tradicional a la más vanguardista. Objetivos cuyo cumplimiento resulta complejo evaluar, y que, en cualquier caso, tienen también un valor promocional.
4. La conjugación de los valores de tradición sin renunciar a la innovación se consigue a nivel de red, aunque en el actual escenario resulta difícil y no muy productivo conjugar ambos conceptos en un mismo establecimiento, que debe conseguir, por encima de todo, un sello propio y fácilmente reconocible por la clientela.
5. Utilizan como medio de publicidad los medios de comunicación (apariciones en prensa y programas televisivos), las redes sociales e internet. Las actividades de la propia red (Congresos, asambleas o Convenios de Colaboración con Instituciones públicas), son elementos que de alguna manera sobrealimentan la propia promoción de los establecimientos de la red, y que se ofrecen como instrumentos promocionales de productos diferenciados o territorios gastronómicos singulares.
6. En general, introducen valores muy demandados por los clientes a los que va dirigido su producto y explican con sumo detalle todo el proceso de elaboración. Ofrecen al consumidor información y seguridad en el producto que van a consumir. La "cocina de producto" es denominador común tanto de los establecimientos de cocina tradicional como los de cocina vanguardista, y se basa en una complicidad casi generalizada en el producto de la tierra, que no copa, lógicamente, las posibilidades de la carta.

7. Desarrollan aspectos definidos en el Marketing interno, para fidelizar y atraer a nuevos clientes. Ofrecen promociones, menús, servicio a domicilio... cuyo efecto llamada al cliente se basa en precio. Es, pues, el elemento diferencial con otras redes de restauración exclusivas, Michelin, Sol, Restaurant, que se generan exclusivamente en base al valor intrínseco de los elementos singulares de la gastronomía que se ofrece.
8. La promoción de eventos especiales como jornadas o menús ligados a la Cocina del territorio denotan la necesidad de elementos adicionales para la promoción de la marca, que se sustenta habitualmente en la colaboración de partners de producto. Los eventos se desarrollan a nivel individual y no como estrategia concertada desde la red
9. Destacan como signo de profesionalidad el Curriculum Vitae de los chefs y personal del restaurante, cuestión que se corresponde con la línea de promoción y conocimiento actual de los grandes establecimientos, que se ligan indefectiblemente a la Cocina de autor del chef de cada uno de ellos.
10. Relacionan premios, distinciones, reconocimientos, sellos de calidad. Destacan su condición de socio de Euro-Toques como sello de calidad. La acumulación de signos distintivos puede generar una doble sensación paradójica: la de la calidad contrastada por la reiteración de sellos distintivos y premios, pero también la de la degradación cualitativa de los mismos, que se repiten en el currículum de un número demasiado alto de establecimientos.
11. Ofrecen una imagen de trabajo de equipo con atención personal y exclusiva, casi a demanda del cliente, en la línea de esa "generación de sensación de privilegio" que se pretende transmitir con la gastronomía de autor en los últimos años.
12. Por esa misma razón, se transforman en instrumentos creadores de experiencias singulares y únicas. Capaces de generar recuerdos y sensaciones que perduren en el tiempo. Se pretende que comer en ellos vaya mucho más allá de compartir un momento agradable con una buena comida. Se busca dar respuesta a quien busca en la gastronomía sensaciones y emociones desconocidas.
13. Presentan una imagen corporativa muy cuidada y profesional, sin embargo falta cierta capacidad de comprobación para subsanar los errores en la comunicación (páginas web erróneas, faltas de ortografía, actualización de menús...). Errores que hemos visto no se subsanan en el tiempo en que hemos analizado la muestra, lo que viene a hablarnos de un

seguimiento escaso de sus elementos de comunicación por parte, tanto de la red como de algunos establecimientos.

14. Las referencias al aceite de oliva son escasas en cartas, menús, imágenes... La cuestión se nos antoja cuanto menos extraña, habida cuenta de que la red desarrolla desde hace más de 20 años instrumentos de colaboración y promoción con la Diputación Provincial de Jaén, precisamente para la promoción del aceite de oliva virgen extra.

15. Las incorporaciones del aceite de oliva como ingrediente se centran en los entrantes y ensaladas, y los platos no incluyen habitualmente en sus denominaciones elementos ligados a la personalidad del aceite utilizado en el mismo. No se le da un papel principal en las cartas, pero tampoco se le utiliza como elemento privilegiado en determinados platos.

16. Los proveedores del aceite de oliva y de las materias primas que utilizan para la elaboración de los platos proceden de la zona y hacen especial mención de ello en ocasiones.

17. Se repite la utilización del entorno como elemento de reclamo para el cliente e incluso llegan a promocionar el destino turístico en que se enclavan, favoreciendo al igual que con los proveedores, la promoción y el consumo de los productos de calidad del territorio.

18. Por tanto, se valoran de forma especial los productos que se producen en el territorio haciendo descripción de sus beneficios en gusto, calidad, seguridad alimentaria, pero, como hemos señalado, no ocurre así con el aceite de oliva.

19. Incorporan como un elemento destacable en sus cartas las elaboraciones sin gluten, en la línea que se va abriendo cada vez más en los últimos años, que requiere de formación y elaboración diferenciada, pero que traslada elementos singulares de calidad, preocupación por la clientela, y, evidentemente una mayor rentabilidad al ampliarse el número potencial de clientes.

20. Los establecimientos que incluyen alojamientos/hoteles ofrecen bodas, catering, actividades turísticas a la carta en las que el servicio de restaurante y catering se adapta a los gustos del cliente. Para cada cliente un servicio distinto. En la línea de esa idea de gastronomía-privilegio y turismo de experiencias y sensaciones al que aludíamos anteriormente.

21. Utilizan las opiniones de los clientes a través del canal TripAdvisor, Guía Michelin y Guía Repsol como reclamo y promoción destinada a futuros clientes. Se tratan de fórmulas de selecciones de establecimientos ya generalizadas y muy ligadas a la realidad de la comunicación actual.

22. Las Comunidades Autónomas en la que existen mayor número de almazaras y cooperativas: Andalucía, Castilla La Mancha, Cataluña y Extremadura, no presentan los datos de mayor número de asociados ni tampoco se corresponde proporcionalmente el volumen de producción de aceite con el grado de referencias a los usos de aceites de oliva en las cocinas. Jaén es la única provincia en la que hay una presencia absoluta en las web de los socios de Euro-Toques, aunque esta Asociación tiene escasa implantación en relación a la existencia de número de restaurantes y hoteles.

23.- El mayor número de socios por provincia y la mayor presencia de aceites de oliva en las cartas elaboradas por los cocineros se concentra fundamentalmente en las zonas turísticas españolas por excelencia.

9.- INICIATIVAS PARA LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA

¿Cómo, cuándo, cuánto, hacia dónde dirigir la promoción del AOVE en un mundo cada vez más grande, con medios limitados aunque tal vez demasiado desperdigados? Efectivamente, la gastronomía se ha convertido no sólo en un espacio privilegiado para el ocio, para el disfrute en una carrera casi alocada en la búsqueda social de la felicidad. Además, es, sin lugar a dudas, el escenario de marketing más rentable para destinos turísticos o alimentos saludables.

Sí, pero, ¿cómo llegar? y, sobre todo, a ¿quién queremos llegar? En los últimos dos años, la Diputación Provincial de Jaén inició una acción promocional en la que hace llegar los mejores aceites de oliva virgen extra del año de la provincia de Jaén, los reputados “Jaén Selección”, a la totalidad de los restaurantes del mundo con 3 estrellas Michelin. Sin duda, todo un esfuerzo económico y de gestión que necesita ser aprovechado en todo lo que significa de oportunidad para llevar nuestros mejores aceites a espacios gastronómicos insospechados.

Acciones de ese tipo precisan de un complejo entramado de gestión promocional y de comercialización que, si se es capaz de administrar, puede multiplicar el efecto de difusión y el conocimiento de nuestros mejores aceites, así como la propia línea de internacionalización y ventas de los mismos.

Quizás no sea tan importante el número de acciones a desarrollar en la promoción, sino la capacidad para aprovechar lo que significan. Así, siguiendo el ejemplo mencionado, no se nos escapa que el efecto promocional o de comercialización del mismo puede ser realmente potente si se acompaña de una efectiva acción comercial y relacional con los restaurantes o sus jefes de cocina, que venga avalado por profesionales de similar prestigio y rango. Por el contrario, un simple envío de un muestrario resultaría casi inadvertido sin acción comercial complementaria, habida cuenta de los numerosos envíos que deben recibir.

Creo que es necesario aprovechar todas las oportunidades de los buenos planteamientos promocionales que se realicen. Lógicamente, el coste y la complejidad de los mismos se multiplican a medida que se intenta potenciar la acción, pero para ello es necesario usar los recursos que se puedan complementar para lo que hemos de aludir una vez más a la necesidad de que la Interprofesional despliegue una actuación diligente y eficaz en el apoyo financiero y

de gestión a otras acciones inicialmente no propias. Del mismo modo, resulta necesario buscar fórmulas en que esa complementariedad y esa pretendida eficacia de acciones resulten más factibles.

Actuaciones ligadas a fenómenos de nuevo cuño en materia gastronómica como “Masterchef”, a nivel nacional, o “The 50 best” a nivel internacional, resultan de una rentabilidad insospechada, por cuanto, no sólo llegan con toda intensidad a un número muy alto de seguidores, sino que además permiten concentrar acciones de información, de difusión e incluso de comercialización, en un corto espacio de tiempo y en un solo lugar. No se nos escapa, por ejemplo, que la realización de los actos de comunicación de los elegidos en “The 50 best” en Bilbao en 2018 podría permitir llegar conjuntamente a los mejores jefes de cocina del mundo, y llegar de un modo diferenciado y eficaz, cuestión que, por ejemplo, resulta mucho más difícil cuando la acción debe bifurcarse a muchas ciudades y restaurantes del mundo, uno por uno, y con una muy difícil gestión comercial.

Hasta hace unos años, la revista británica Restaurant, especializada en información gastronómica y en el sector de la restauración, se ocupaba de elaborar cada año en colaboración con expertos y profesionales de todo el planeta la denominada lista The World’s 50 Best Restaurants. Desde hace unas ediciones esta clasificación se ha independizado como una publicación y organización independiente para continuar perseverando en el trabajo de dar respuesta a una pregunta que muchos suelen hacerse: **¿Cuáles son los mejores restaurantes del mundo?**

Esta es la lista completa de **los cincuenta mejores restaurantes del mundo de 2017**, los espacios gastronómicos que han sido elegidos por The World’s 50 Best Restaurants y el jurado que conforma esta organización.

1. **Eleven Madison Park** (Nueva York, Estados Unidos)
2. **Osteria Francescana** (Módena, Italia)
3. **El Celler de Can Roca** (Girona, España)
4. **Mirazur** (Menton, Francia)
5. **Central** (Lima, Perú)
6. **Asador Etxebarri** (Axpe, España)
7. **Gaggan** (Bangkok, Tailandia)

8. **Maido** (Lima, Perú)
9. **Mugaritz** (San Sebastián, España)
10. **Steirereck** (Viena, Austria)
11. **Blue Hill at Stone Barns** (Nueva York, Estados Unidos)
12. **L'Arpège** (París, Francia)
13. **Alain Ducasse au Plaza Athénée** (París, Francia)
14. **André** (Singapur)
15. **Piazza Duomo** (Alba, Italia)
16. **D.O.M.** (Sao Paulo, Brasil)
17. **Le Bernardin** (Nueva York, Estados Unidos)
18. **Narisawa** (Tokio, Japón)
19. **Geranium** (Copenhague, Dinamarca)
20. **Pujol** (Ciudad de México, México)
21. **Alinea** (Chicago, Estados Unidos)
22. **Quintonil** (Ciudad de México, México)
23. **White Rabbit** (Moscú, Rusia)
24. **Amber** (Hong Kong, China)
25. **Tickets** (Barcelona, España)
26. **The Clove Club** (Londres, Reino Unido)
27. **The Ledbury** (Londres, Reino Unido)
28. **Nahm** (Bangkok, Tailandia)
29. **Le Calandre** (Rubano, Italia)
30. **Arzak** (San Sebastián, España)
31. **Alléno Paris au Pavillon Ledoyen** (París, Francia)
32. **Attica** (Melbourne, Australia)
33. **Astrid y Gastón** (Lima, Perú)
34. **De Librije** (Zwolle, Países Bajos)
35. **Septime** (París, Francia)
36. **Dinner by Heston Blumenthal** (Londres, Reino Unido)
37. **Saison** (San Francisco, Estados Unidos)
38. **Azurmendi** (Larrabetzu, España)

39. **Relae** (Copenhague, Dinamarca)
40. **Cosme** (Nueva York, Estados Unidos)
41. **Ultraviolet by Paul Pairet** (Shanghái, China)
42. **Boragó** (Santiago de Chile, Chile)
43. **Reale** (Castel Di Sangro, Italia)
44. **Brae** (Birregurra, Australia)
45. **Den** (Tokio, Japón)
46. **L’Astrance** (París, Francia)
47. **Vendôme** (Colonia, Alemania)
48. **Tim Raue** (Berlín, Alemania)
49. **Tegui** (Buenos Aires, Argentina)
50. **Hof Van Cleve** (Kruishoutem, Bélgica)

La concentración de prescriptores que supone un evento como la gala final de “The 50 best”, aporta una serie de ventajas promocionales que se escapan del trabajo conjunto que plantea, por ejemplo, una red como Euro-Toques, cuyos Congresos regionales o nacionales acercan también a un número importante de prescriptores y profesionales de la cocina en un solo posible mercado, en el que la actividad promocional es intensa durante los días de la actividad congresual, pero que no llega a afectar a otros territorios. Sin duda, la posibilidad aprovechar esos encuentros para cerrar contratos con la red o con algunos de sus socios, también es importante, igual que la posibilidad de evidenciar las ventajas de un producto como el aceite de oliva.

En cualquier caso, las nuevas fórmulas como las galas Michelin, o, especialmente, como decimos, la gala mundial de “The 50 best” nacen ya precisamente con un componente muy dirigido a la promoción de partners, y es realmente importante para cualquier producto entrar en esos canales en una coyuntura mundial en la que la gastronomía y la alta cocina copan posiblemente el puesto más alto entre las aficiones ligadas al descanso y al ocio, en el que la gente sueña y llega a esperar meses o incluso años por conseguir mesa en restaurantes afamados, y en el que, incluso, el espacio de ocio se llega a dedicar cada vez con más intensidad a seguir la cocina de prestigiosos chefs, bien por programas televisivos, turismo gastronómico o internet.

Sin duda es el gran espacio privilegiado para la promoción de un producto. Un espacio fundamental para un producto como el aceite de oliva virgen extra, de contenidos sensoriales, gustativos, medioambientales o saludables absolutamente singulares. Pero un espacio cada

vez más amplio, cada vez más abierto, y necesitado de inversiones promocionales y comerciales importantes que han de ir perfectamente diseñadas, dirigidas a entrar en mercados determinados, y acompañadas de toda una planificación promocional adicional que revierta en la eficacia que se pretende.

La vanguardia gastronómica está rompiendo absolutamente todos los conceptos que hasta ahora pudieran encontrarse casi estandarizados en cuanto a menús, cartas, o esquemas rehechos de lo que puede ser una comida o una cena. Como ejemplo, el artículo de Juan Sanhermelando sobre el mejor restaurante del mundo de 2017, Eleven Madison Park, de Nueva York:

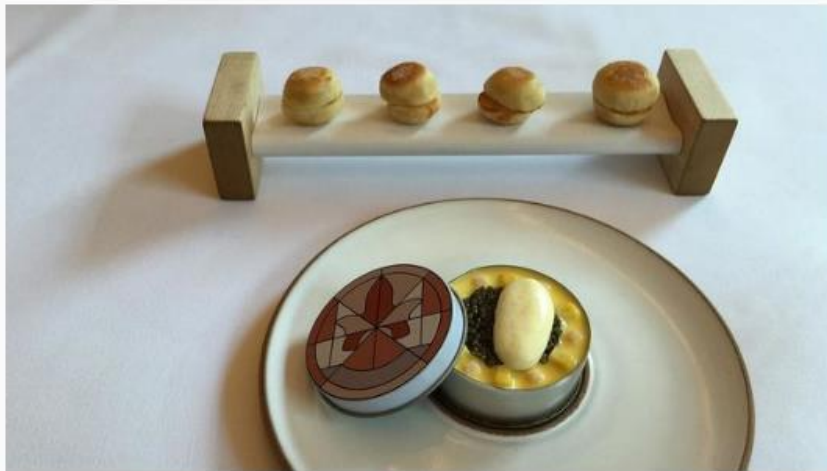
Figura 17.- Artículo del Blog de Juan Sanhermelando



El chef Daniel Humm en Eleven Madison Park./Francesco Tonelli

La primera vez que cené en el Eleven Madison Park fue un día de sobresaltos: la agencia S&P acababa de quitar la nota máxima a la deuda de Estados Unidos, en plena crisis presupuestaria. Uno de mis acompañantes nos explicó entonces que la historia del edificio que alberga el restaurante está ligada a otras crisis. El Metropolitan Life North se proyectó en los años 20 como un rascacielos de 100 pisos que iba a superar en altura al Empire State Building. Pero llegó el *crack* bursátil de 1929 y la Gran Depresión y la construcción se detuvo en el piso 30. El edificio nunca se completó. El Eleven Madison está en uno de los bajos, una enorme sala *art déco* con techos altísimos y ventanales gigantes que dan al encantador Madison Square Park, al lado del Flatiron.

Si aquella experiencia fue impresionante, en mi segunda visita hace unas semanas disfruté todavía más. En los cuatro años transcurridos, el Eleven Madison ha seguido escalando posiciones y es ya el quinto mejor restaurante del mundo y el primero de la Gran Manzana, según la clasificación de la revista *Restaurant*. Sin duda, uno de los mejores en los que he comido. Lo dirige el chef suizo Daniel Humm, cuya filosofía culinaria se basa en utilizar ingredientes locales de las proximidades de Nueva York, en la simplicidad y la pureza de los sabores estacionales. En realidad, hay poco de sencillo en su cocina, donde los juegos y el espectáculo son parte central de la diversión.



El show comienza nada más llegar y sentarnos. En una de las mesas de al lado, ocupada por una familia de rasgos orientales, el camarero enciende un soplete, calienta unas pinzas y, cuando están ardiendo, corta con ellas el cristal de una botella de vino justo por debajo del corcho, para que no se rompa. La ceremonia continúa durante varios minutos, hasta que se desgaja el cuello de la botella con el corcho intacto. Todo se explica cuando nos traen la carta de vinos: casi una enciclopedia de 200 páginas, con poca presencia española aparte de tempranillos y jerez, y con precios que llegan a 12.000 dólares por botella. No estaría de más una mayor selección de vinos asequibles.

Sólo hay un menú de 14 platos y únicamente te dejan elegir dos cosas: si prefieres el *foie* marinado o fresco (fresco, por supuesto) y el plato principal de carne. Escogemos el pato asado muy lentamente con lavanda, miel, hinojo y albaricoque, delicioso. Como no nos enseñan el menú hasta el final, los camareros explican en qué consiste cada plato. Y no dudan en recurrir a la escenografía: traen una bandeja con girasoles, que además decoran la sala en grandes ramos, para mostrar que cocinarán su centro, como si fuera corazón de alcachofa, con tomate verde y brotes. Me divertí especialmente su presentación del típico desayuno americano de huevos *benedict* con maíz, acompañado de pequeños bollos, y un ingrediente especial: caviar.

Pese al grado máximo de elaboración y complejidad de cada uno de los platos, lo que más me sorprendió es su poder de evocar intensamente sabores de siempre: el pepino que acompaña al atún marinado, el pimiento con el calamar escalfado, el tomate de la ensalada deconstruida. La preparación del bogavante de Maine, mi plato favorito de la degustación, me recuerda a cualquier caldereta de marisco del Mediterráneo. Además, los camareros lo acaban de elaborar y especiar en la mesa, para que no nos perdamos los toques finales.

Todos los postres están basados en la leche: queso, sorbete de leche caramelizada y yogur, y su versión de la tradicional tarta de queso con frutas del bosque. Para terminar, un juego: nos traen una pequeña caja en la que hay cuatro tabletas de chocolate con leche. Tenemos que adivinar si la leche es de vaca, oveja, cabra o búfala. Me avergüenza decir que no acerté ninguno. Al salir, la jefa de sala nos pregunta si nos hemos quedado con hambre. Todavía queda una sorpresa final. Tenemos que ir al carrito de comida que hay a la puerta del restaurante, decirle al dueño que vamos de su parte y nos entrega un pequeño polo de frambuesa. Da ganas de empezar de nuevo.



El postre con chocolate de Brooklyn J.S.

Eleven Madison Park. 11 Madison Avenue, Nueva York. Cocina estadounidense moderna. Precio: 225 dólares por menú, sin vino (207 euros al cambio actual). Visitado el 18 de septiembre.

Fuente: Web http://www.lespanol.com/cultura/20151106/77372269_13.html Diario Español, (2015)

10.- GLOSARIO

Aceite Abbae de Queiles: De sabor agradable y equilibrado, este aceite de arbequina tiene unas características más cercanas a lo dulce que a lo amargo y picante, pasando muy bien en boca y dejando un regusto agradable. Este es además un aceite ecológico que no ha sido sintetizado con ningún tipo de producto químico ya que el cultivo que se realiza en el pago de la Hacienda Queiles es completamente, ecológico y natural. Un parámetro más de la calidad hacia este producto y también hacia sus consumidores.

Elemento indispensable en la dieta mediterránea, el aceite Abbae de Queiles además de todas las cualidades del aceite virgen extra, tiene también todas las propiedades de un producto excelente no sólo para paladar sino también para la salud.

Este aceite tan sólo se vende embotellado, en botellas numeradas y etiquetadas en las que también figura la fecha de la cosecha

Fuente: Hacienda Queiles, S.L. web <http://www.haciendaqueiles.com/el-pago.php>

Aceite “Alma de Jerez”: Aceite de variedad arbequina. Un monovarietal inigualable. Las peculiaridades del clima, las propiedades del suelo en el que nace, la variedad del fruto, la elección del momento óptimo de recolección y el mimo que recibe.

Múltiples factores que hacen que de una oliva pequeña de color verde de maduración temprana, conocida como arbequina, resulte un aceite dorado con pinceladas verde etiquetado como Alma de Jerez Arbequina.

Asumiendo un total control de trazabilidad del producto desde el inicio al final del proceso, en Alma de Jerez combinamos la producción mecanizada de la variedad arbequina con la excelencia en la producción integral dentro de nuestro pago.

Para la elaboración de este singular zumo, las aceitunas tienen una recolección nocturna.

Perfil Sensorial: Arbequina

Aceite de intensidad alta de frutado con combinación equilibrada de matices verdes y maduros, signo de la precisa elección del momento óptimo de maduración. Notas de frutas maduras y verdes, que recuerdan a la hierba recién cortada y a tomate, que imprimen complejidad al aceite. En boca, tanto amargo como picante se perciben de forma agradable, y

se armonizan con el atributo almendra, volviendo a aparecer la frescura de los matices verdes ya percibidos en nariz.

El coupage perfecto

El proceso de obtención en la baja temperatura de la noche y los procesos de decantación natural en pocas horas permite conservar todos los aromas originales del aceite y el frescor de su fruto en este Alma de Jerez Selection. Esta forma de entender la producción de aceite de oliva virgen extra, en busca de las mejores calidades y perfiles sensoriales, da lugar a Alma de Jerez Selection, un coupage imprescindible en la cocina de todo gourmet.

Gracias a la incorporación de la variedad arbosana, de sabor aromático y rendimiento graso estable, se consigue aportar equilibrio a la vez que complejidad en este AOVE.

Perfil sensorial: Selection

Aceite de alta intensidad de frutado con predominio de matices verdes y frutas que indican una temprana recolección. Percepciones de tomate y hierbas aromáticas se combinan aportando equilibrio en nariz. Respecto a las sensaciones transmitidas en boca, es un aceite suave, con intensidades ligeras de picante y amargo, y marcadas notas retronasales de nuez. El atributo positivo de plátano se presenta con una gran persistencia lo que contribuye a incrementar su complejidad.

Fuente: El Jardín de Almayate.-web www.almadejerez.com

Aceite de almendras: Los aceites de almendras tanto refinados como prensados en frío son adecuados para cocinar a temperatura media, debido a que tienen un punto de humo similar al del aceite de oliva. Como un ingrediente para aderezar, el aceite gourmet de almendras mejora el sabor de las nueces partidas o troceadas contenidas en la ensalada misma. El pollo frío y las nueces tienen una afinidad natural. Si quieres aderezar una ensalada de pollo fría, bate aceite de almendras en el aderezo en una proporción de tres partes de almendra y cuatro de vino tinto o vinagre balsámico.

Fuente: https://muyfitness.com/cocinar-aceite-almendras-info_34120/

Aceite AOVE Borriolenca: Originaria de la localidad castellanense de Borriol, como su nombre indica, se trata de una de las 45 variedades catalogadas como autóctonas de la

Comunidad Valenciana. La comarca de la Plana de Castellón concentra la mayoría de las escasas hectáreas cultivadas de esta variedad, considerada por no pocos expertos como una exquisita rareza que habla de la riqueza de nuestro patrimonio olivarero. La aceituna borriolenca también se conoce con los nombres de *raconera*, *torrat* y *grossal*, entre otras.

Cosechada en verde, la aceituna borriolenca produce aceites de buen contenido en polifenoles y, por lo tanto, resistentes a la oxidación. A la cata presentan aromas de aceituna y manzana verde, almendra y tomate maduro, seguidos de un paladar fluido y equilibrado, de moderados caracteres amargos y picantes, sabor persistente y sensaciones finales que recuerdan la almendra dulce, el tomate y el plátano verde. Las almazaras aprecian su carácter rústico en las mezclas o *coupages*, si bien no faltan los productores, como Bardomus, que también la envasan por separado.

Fuente: <https://olipremium.com/tag/borriolenca/>

Aceite de cebollino: También hay aceites aromatizados que se pueden hacer al instante, que ofrecen su sabor y aroma al ser emulsionados con el ingrediente escogido, además de que nos sirve como elemento decorativo a la hora de presentar el plato. Para hacerlo, basta con batir el cebollino picado con el aceite de oliva, el resultado es muy sabroso y vistoso.

Fuente: <https://gastronomiaycia.republica.com/2008/06/21/aceites-aromaticos/>

Aceite de Cuquillo virgen extra: El aceite de oliva virgen extra Cuquillo se elabora a partir de una variedad incluida en el grupo de aceitunas negras, de intenso sabor amargo y algo picante. Representativo de las provincias de Granada y Almería, el Cuquillo es la variedad de olivo más extendida también en la Región de Murcia.

Adaptado a los terrenos calizos y a la sequía, da como resultado un aceite de exquisita calidad con frutados de aceituna verde o madura, según el estado del fruto de partida. En boca se presenta dulce, lo que no impide la detección de unos amargos y picantes medios.

La aceituna de Cuquillo está comprendida entre el grupo de las llamadas aceitunas negras, más oscuras respecto al color habitual. Aunque, en realidad, es una de las llamadas variedades naturales y presenta un aspecto más morado que negro. Posee un calibre menor que el de otros tipos, pero esta la aceituna lo compensa dignamente con su intenso sabor, más amargo y

picante que sus compañeras de género y con matices de plátano, tomate y frutos secos. Cabe señalar, además, que es la estrella de platos regionales tan típicos como la ensalada murciana.

Este aceite ofrece notas de tomate y almendra en boca, en nariz es similar a la Arbequina.

No es fácil encontrar el aceite de la variedad Cuquillo, emparentada con la Lechín de Granada, fuera de la Región de Murcia, porque la producción es muy limitada. **Un lugar donde nunca falta es el restaurante El Olivar que Firo Vázquez, cocinero y productor de aceite, regenta en la localidad de Moratalla**, al noroeste de la Región.

Una vez que se descubre, ofrece aromas a hoja verde muy intensos, además de notas de tomate y algo de almendra, sobre todo en boca, donde resulta más picante que amarga. En nariz es similar a la Arbequina. Espléndida para ensaladas, tiene también un toque de dulzor que convierte a su aceite en maravilloso para elaborar una amplia gama de postres.

Fuente.- www.guiarepsol.com

Aceite de oliva Farga: Este aceite va ganando posiciones entre algunos productores, quienes comienzan a apostar por trabajar con esta aceituna de tamaño mediano y maduración temprana. Esta oliva busca hacerse un hueco en las almazaras, tirando de su personalidad y pese a su escasa producción.

En este aceite de oliva virgen extra se dan la mano tanto cuerpo como complejidad para ofrecer como resultado un sabor agradable, fino y con una personalidad difícil de confundir.

Todas estas cualidades asociadas a la aceituna Farga están vinculadas a una cosecha temprana, algo fundamental para que el producto dé lo mejor de sí a todos los niveles de calidad.

A principios de temporada el aceite toma un color amarillo dorado matizado con reflejos verdes gracias a esta aceituna que en boca es amplia con amargos y picantes bien definidos. Cecinas y embutidos son ideales para ser regadas con un buen chorro de aceite de oliva virgen extra Farga, así como todo tipo de *carpaccios* y pescados blancos al horno. También se recomienda su uso para ensaladas *gourmet*.

Fuente: <https://www.guiarepsol.com/es/gastronomia>

Aceite de oliva de la sierra de Cádiz: La variedad Lechín, es la que ocupa prácticamente el 50% de la superficie cultivada del olivar que protege la Denominación de Origen. Se trata de una variedad vigorosa, de porte aparasolado, resistente al repilo y apta para suelos muy calizos. Es productiva y de maduración temprana.

Características organolépticas: Aceite con personalidad que puede mejorar los procedentes de otras variedades. Desde el punto de vista culinario es un aceite que cunde mucho en sartén.

Fuente: <http://www.dopsierradecadiz.com/index.htm>

Aceite de oliva Virgen de Espadán: Variedad de oliva autóctona Serrana de Espadán, proporciona al aceite un sabor único en el mundo. Los aceites protegidos bajo la DOP “Aceite de la Comunitat Valenciana. Sierras de Espadán y Calderona”, contienen al menos un 80% de la oliva Serrana de Espadán.

Fuente: Asociación para la Promoción y Defensa del Aceite Serrana de Espadán.

Aceite de oliva virgen de la almazara de Millena: Aceite de Oliva Virgen Extra de producción ecológica.

Ecotravadell, es un aceite de producción ecológica elaborado a partir de las mejores aceitunas del olivar ecológico de la familia Ferrando, situado en el valle de Travadell rodeado por las sierras Aitana y Serrella.

Aceite elaborado de un ensamblaje de variedades autóctonas de la zona, obteniendo un jugo puro de oliva con mucho cuerpo, de baja acidez, alto en oleico y polifenoles con un característico sabor afrutado. Ideal para usar en todo tipo de alimentos en crudo.

Ecotravadell es un aceite de color verdoso característico de la aceituna verde, de aspecto denso y muy aromático con un afrutado media-alta y notas tanto vegetales como herbáceas.

Se trata de un aceite con un buen equilibrio que tiene una entrada dulce pero con un amargo y un picante medios, que recuerda a la hierba recién cortada, hoja de olivo y manzana verde. Estamos ante un aceite de altísima calidad como se puede comprobar por los premios obtenidos.

En un aceite que se elabora en frío y se envasa sin filtrar para mantener todas sus propiedades y sus aromas durante todo el año.

Producción alrededor de 20.000.Lts. Variedades de oliva, Villalonga (Mançanella) 75%, Blanquita 15%, Genovesa, Alfafarenca, Alberquina 10%.

Aceite de Oliva Virgen Extra de las Montañas de Alicante.

Travadell es un Aceite Virgen Extra elaborado con las aceitunas que aportan los agricultores, (que trabajan sus "bancales" de forma tradicional y los que pasan de padres a hijos), a la almazara de Millena todos ellos ubicados en El Valle de Travadell en la comarca de "El Comtat".

Aceite elaborado de un ensamblaje de variedades mayoritariamente autóctonas de la zona, obteniendo un aceite de muy baja acidez, y un alto contenido en oleico y polifenoles, ideal para utilizar tanto crudo como para la cocina.

Travadell es un aceite de color verdoso muy característico, de aspecto denso y aromático con afrutado medio-alto y notas tanto florales como vegetales.

Se trata de un aceite equilibrado y muy fresco que recuerda tanto a la hoja de la higuera como la hoja de olivo con un amargo y un picante medios.

Es un aceite que se elabora en frío y se envasa sin filtrar para mantener todas sus propiedades y sus aromas durante todo el any.Varietats, Villalonga (Mançanella) 70%, Blanquita 20%, Alfafarenca, Alberquina y Genovesa 10%.

Fuente: web de la Almàssera de Millena www.olitravadell.com

Aceite de oliva virgen extra Changlot Real: El aceite de oliva virgen extra que se obtiene de las aceitunas de la variedad Changlot Real se caracteriza por su aroma afrutado intenso, que se une con un tinte de amargor y un picante de intensidad media.

Esta aceituna, que madura de forma temprana y escalonada, recibe su nombre de la forma que tiene cuando crece en el olivo, agrupándose en racimos como lo hacen las uvas. De hecho, 'changlot' no quiere decir otra cosa que fragmento de racimo de uvas.

Con contenido graso y vitamina E, suele tener suaves notas de manzana que se entremezclan con la presencia del amargor y el picante. Junto a estos sabores, aparece la almendra, la madera y la higuera. Estos fuertes gustos a frutado se explican por sus elevados niveles en polifenoles totales.

Consumo: Aunque el Changlot Real no es una de las variedades de aceite más delicadas, su tendencia a volverse rancio puede considerarse media. Es recomendable guardarlo en un lugar adecuado, alejado de la luz.

El Aceite de Oliva Virgen Extra Changlot Real casa a la perfección con verduras hervidas como la acelga o el brócoli, pero también si se cocina calabacín a la plancha es muy recomendable hacerlo con este tipo de aceite.

(<https://www.guiarepsol.com/es/gastronomia/guiadealimentosybebidas/alimentos/aceite-de-oliva-virgen-extra-changlot-real/> GUIA REPSOL)

Aceite de oliva virgen extra “arbequina” Nekeas: El Valle de Nekeas se encuentra en la comarca de Valdizarbe, a 20 km. al suroeste de Pamplona, Navarra. En el valle han crecido los olivos desde que se tiene recuerdo, y han surtido de aceite a las familias de los pueblos cercanos. El cultivo del olivo en esta zona presenta unas características peculiares por tratarse de uno de los lugares más al norte de la península en los que se cultiva el olivo.

La situación geográfica del valle de Nekeas para el cultivo del olivo es muy inesperada por encontrarse tan al norte de Navarra. Sin embargo, la protección que ofrece la sierra del Perdón, que frena los vientos fríos del norte, y la sierra de Andía, que frena la humedad del Atlántico, unido a la influencia del mediterráneo desde el valle del Ebro, consiguen unas condiciones únicas que favorecen su cultivo.

Las condiciones meteorológicas extremas (viento, agua y frío) provocan que durante el proceso de floración y de cuajado de la oliva ocurran accidentes y disminuya mucho la producción de aceituna. La ventaja de este suceso es que el árbol puede dedicar más energía a cada una de esas olivas que quedan, de forma que tienen una mayor concentración de ácidos, polifenoles, y demás compuestos del aceite.

Los contrastes térmicos del Valle de Nekeas, con fuertes bajadas a partir de media tarde, producen una maduración lenta de la aceituna, que se traduce en una mayor complejidad en la composición de su aceite. La llegada temprana de heladas en noviembre, obliga a cosechar la aceituna pronto, por lo que siempre encontraremos los tan apreciados tonos de frescura, frutuosidad y herbáceos en el aceite.

La cosecha temprana de las olivas da como resultado un bajo rendimiento en aceite, pero con una extraordinaria calidad que lleva a estos AOVes a la categoría Premium: más cantidad de aromas y mayor porcentaje de polifenoles y ácido oléico, antioxidantes naturales.

En las plantaciones de olivo de Nekeas se ha apostado por dos variedades: Arbequina y Arróniz, autóctona del norte de Navarra.

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA ARBEQUINA

Aceite de oliva virgen extra de sabor frutado verde y dulce, suave, con notas que recuerdan a tomates y a frutos secos. Muy fresco.

Sabor: fresco, dulce, suave y equilibrado. Interesante toque picante.

Color: verde. Apariencia limpia de decantación.

Acidez: 0,10

(web: <http://www.aceitesdelasierra.com/nuestros-productos/aoves/nekeas-aceite-de-navarra/>)

Aceite de la isla: Se llaman "Arbequina", "Mallorquina", "Empeltre" y "Picual", sus sabores varían entre dulce y afrutado hasta ligeramente amargo y con el aroma de almendra madura. Estamos hablando de las olivas de Mallorca y el aceite maravilloso de esta pequeña fruta tan delicada.

Como no se puede imaginar Mallorca sin los impresionantes olivos, modelados por el viento, el tiempo y los siglos, la cocina mallorquina es igualmente impensable sin el aceite de oliva. Buenos restaurantes en Mallorca no se pueden vivir sin este aceite. Descubre este secreto de la isla.

La isla cuenta con una de las tradiciones más antiguas en la producción de aceite de oliva en el Mediterráneo. Todo empieza – como muchas otras cosas - con los fenicios, que trajeron el árbol *Olea europaea* a la Península Ibérica y a las Islas Baleares. Los árabes luego intensificaron el cultivo del olivo. En el siglo 13 el aceite de Mallorca era conocido por todo el Mediterráneo y Port de Sóller, en el siglo 15, fue uno de los puertos más importantes para la exportación de aceite de oliva hasta el sur de Francia. También el archiduque austriaco Luis Salvador, que vivió en Mallorca en el siglo 19, era un amante del aceite de la isla y recomendando mojar el pan con aceite y refinar la ensalada con ello. Así se lo hace hasta el día

de hoy y desde el 2002 el aceite está siendo protegido por el sello del origen (DO) Oli de Mallorca. Así se garantiza que el cultivo y la producción del aceite tienen lugar en la isla. El resultado es un aceite de oliva, que – presionado en frío – lleva el sello de calidad "virgen extra", lo que significa que el aceite puro no fue ni refinado ni enriquecido con aditivos. Este procesamiento suave preserva las vitaminas y mantiene la alta proporción de ácidos grasos insaturados, que, entre otras cosas, reducen el colesterol. El Oli afruitat se prepara a partir de la primera cosecha y es de color verde amarillento. Tiene un sabor amargo y ligeramente picante. El Oli Dolç es casi “dulce” y se obtiene de la fruta madura, es ligeramente amarillento y por su suave aroma muy sabroso. Sea el puro aceite de oliva o las olivas marinadas en hierbas e hinojo marino, marinadas con almendras y ajo - el gourmet sabe valora estos tesoros de la isla.

Como fabricantes de aceite de oliva mallorquina se puede recomendar Macià Batle, Treurer, Oli de Mirant, Solivellas, Son Catiu, Es Raiguer, Son Quint, Caimari, de la Cooperativa Agrícola de Sóller o Can Det. Pero no son todos: Hay por lo menos una docena más de aceites de oliva prensado en frío de estos pequeños frutos mallorquines tan ricos.

Mallorquissimo le presenta los productos de la isla, que Usted también puede descubrir con su smartphone o tablet!

(www.mallorquissimo.com)

Aceite de Las Arribes: Las Arribes es un pueblo salmantino en el que se están recuperando los antiguos olivares centenarios para conseguir una producción de aceites de oliva virgen extra de gran calidad. Para la elaboración de este aceite, desde el 2010 hay una almazara que funciona a modo de cooperativa, y que además ha conseguido la certificación de almazara ecológica.

(web digital Destino Castilla y León)

Aceite de Les Garrigues: El aceite con Denominación de Origen Protegida Les Garrigues es afrutado, de oliva fresca, denso, con “cuerpo” y entrada dulce en boca. A lo largo del paso se hacen presentes el amargo y el picante de forma notoria y equilibrada. Esta complejidad de aromas y sabores, propios de su vínculo con el territorio, se manifiesta más intensamente cuando la aceituna es más verde. A medida que va madurando la aceituna, notaremos una intensidad más suave de los atributos, predominando un sabor más dulce.

En la cocina potencia el sabor de los alimentos y les da personalidad. Al ser utilizado en crudo es cuando se notan más sus cualidades organolépticas. Con el calor su densidad aumenta, y, por tanto, en los fritos no se necesita tanta cantidad como ocurre con otros aceites. Además, conserva la propia estructura de los alimentos, dejándolos crujientes y sin que queden empapados de aceite.

El aceite con Denominación de Origen Protegida Les Garrigues pertenece al grupo de los aceites de oliva virgen extra y su acidez no supera las dos décimas (0'2º) de media.

(web de la Denominación de Origen Protegida Les Garrigues)

Aceite de mostaza: Se trata del aceite vegetal que proviene del prensado en seco de las semillas de la mostaza (*Brassica nigra*). Se emplea frecuentemente en la cocina india como aceite para freír alimentos. El sabor de este aceite es picante y produce una ligera quemazón en el paladar.

Fuente: Wikipedia

Aceite de oliva de La Rioja: El aceite de La Rioja otorga en la cocina un toque de calidad y distinción. Su delicioso sabor personaliza cada plato ofreciendo múltiples usos culinarios. En crudo o en frituras, se utiliza en todas las comidas como uno de los principales pilares de la alimentación.

Para desayunar, es un delicioso manjar untado en tostadas. Exquisito y saludable, el aceite de oliva virgen extra es el único aceite vegetal que se puede ingerir en crudo invitando al consumidor a disfrutar de sus extraordinarios aromas y sabores. Como aperitivo antes de las comidas, se presenta como una propuesta original servido en un cuenco para untar con pan. El aceite crea una capa protectora en el estómago que contribuye a una mejor digestión, sobre todo en el caso de comidas copiosas.

Sus cualidades sensoriales hacen del aceite de La Rioja un alimento idóneo para el aderezo y aliño de numerosos platos y ensaladas. Confiere una gran personalidad a recetas de verduras en crudo, pescados y carnes cocinados bajo diferentes prácticas.

En los procesos de frituras, el aceite de oliva virgen extra ofrece mayores ventajas que otros aceites vegetales. Al tener mayor temperatura de ebullición, crea una capa protectora

alrededor del alimento que impide que se empape y retiene sus jugos. El consumo de aceite y la ingestión de calorías son menores.

(www.aceitedelarioja.com Consejo Regulador Aceite de La Rioja)

Aceite de oliva de Sóller: La Cooperativa de San Bartolomé de Sóller se fundó en el año 1899 y la instalación de la primera almazara se llevó a cabo en 1926. Desde entonces se ha ido elaborando aceite de oliva virgen y los últimos años, con la modernización de la almazara, se ha podido conseguir elaborar aceite de oliva virgen extra con denominación de origen Oli de Mallorca “Oli Sóller”.

(www.olidemallorca.es/es/olis-soller/ Oli de Mallorca Denominación de Origen)

Aceite de oliva virgen extra Soleil: se elabora únicamente con la producción de los olivos de una empresa familiar del Soleràs, en la comarca de las Garrigues, tierra originaria de la aceituna arbequina.

Sus tierras situadas en un entorno de suelo arcilloso, poco profundo y de baja pluviometría, hacen que sus aceitunas sean excepcionales en cuanto al gusto y el aroma. El proceso de recolección es manual y utilizan paraguas invertido y vibrador, de manera que éstas no tocan la tierra. Una vez en el molino las aceitunas se limpian por ventilación, sin agua, evitando la producción de aguas residuales y la oxidación del fruto. El aceite, se moltura en frío (por debajo de los 22 grados). Se decanta de forma natural, por eso preserva todas las vitaminas y polifenoles.

(web del restaurante <http://www.romanpizza.net/nuestra-masa.html> también se puede visitar la página web de venta del aceite <http://www.olisoleil.com/soleil/>)

Aceite de perejil: Este aceite queda muy rico como aliño para ensaladas y se puede utilizar como decoración en platos de pescado.

Fuente: <http://www.comandococina.com/aceite-de-perejil>

Aceite de Quel: En el paraje El Espartal de Quel, se agrupan 235 hectáreas de cultivo superintensivo y almazara con modernos sistemas de elaboración. Carlos Aldama inició el proyecto en el año 2000 con la plantación de 150 hectáreas de arbequina.

En 2006, constituyó la almazara con modernos sistemas de elaboración. A lo largo de este tiempo, ha seguido realizando nuevas plantaciones de olivo de las variedades arbequina, arbosana y koroneiki y ha experimentado con las mismas para obtener aceites de máxima calidad. Con la marca Lectus, el aceite ha obtenido diversos reconocimientos de calidad.

Fuente: www.kelgrupoalimentario.com KEL, Grupo Alimentario

Aceite de sésamo: El aceite de sésamo es un aceite vegetal derivado de las semillas del sésamo, tiene un aroma distintivo y su sabor recuerda a las semillas de las que procede

Fuente: Wikipedia

Aceite de soja: El aceite de soja tiene su origen en el prensado mismo de la soja y es abundante en ácidos grasos polisaturados, es decir, abundante en Omega 3 y Omega 6, aceites esenciales para la vida humana. Estos ácidos grasos son esenciales para el corazón y el sistema nervioso y además ayudan a controlar la arteriosclerosis y el colesterol malo.

El aceite de soja es muy liviano y presenta un color ligeramente amarillo. Se asimila y se digiere con facilidad, es muy utilizado por todas las personas que no pueden tolerar el aceite de oliva. El aceite de soja se emplea mucho en la cocina actual, sobre todo para condimentar ensaladas. También se puede usar para freír, aunque es recomendable no hacerlo, porque suele despedir olores desagradables, aunque los mismos no alteran el sabor de las comidas.

El aceite de soja es mejor conservarlo en un lugar muy fresco (puede guardarse dentro del refrigerador) y consumirlo en un tiempo no muy prolongado.

Fuente: <https://comohacerpara.com/utilizar-aceite-soja>

Aceite de trufa negra: Es una combinación de esencia de trufas negras y aceite de oliva extra virgen, que sorprende con su intensidad. Es un condimento. Para cocina se vende envasado.

Fuente: www.trufato.es Patatas Gómez, S.L.

Aceite extra virgen del Empordà: Proviene de una variedad de aceituna que da lugar a un aceite de oliva virgen extra limpio, transparente, sin velos ni turbidez si se comercializan filtrados. Son aceites muy agradables al paladar, muy sabrosos y aromáticos: ligeramente astringentes con una amargura y un picante en equilibrio con el afrutado y una complejidad aromática notable, en la que se aprecian aromas que recuerdan a la almendra, el tomate, los anisados, el hinojo y la alcachofa.

Fuente: web de las Denominaciones de Origen Protegidas de Cataluña

Aceite “Venta del Barón”: Venta del Barón acude a la leyenda del Barón de Santaella para dar nombre a este virgen extra único. Según ésta, el Barón de Santaella fue condenado por Enrique III a construir la torre de Malmuerta en castigo por la muerte de su mujer en un arrebatado de celos. Sus descendientes, desposeídos del título, se instalaron en la Sierra de Priego y allí se dedicaron durante generaciones al cultivo y molturación de las aceitunas de la sierra, extrayendo de ellas un aceite de oliva virgen extra, dulce, ligeramente afrutado y de tan extraordinaria calidad que el propio rey, al probarlo, decidió restituirle el título de “Barón” al ventero.

Su cata nos adentra en un frutado intenso de aceituna verde con notas herbáceas, hierbabuena, cáscara de almendra, plátano y manzana. Reminiscencias a hortalizas tales como el tomate y la alcachofa.

La entrada en boca es dulce, ligeramente amargo y picante en progresión. El retrogusto es almendrado.

Muy complejo, equilibrado y armónico en todos sus atributos olfato- gustativos. El mejor aromatizador para desayunos (con pan Rústico), aperitivos, ensaladas complejas y cualquier plato para darle un sabor único.

Fuente: <https://www.mueloliva.es>

Aceite Verde Esmeralda: Es una conjugación con los conocimientos actuales e innovadores que D. Samuel López Fernández posee, con el cuidado máximo de la estética y el compromiso de la creación de un producto legendario, nace VERDE ESMERALDA.

Con un espíritu visionario y una audacia excepcional nace VERDE ESMERALDA con el único objetivo de crear el mejor Aceite de Oliva Virgen Extra del mundo. VERDE ESMERALDA inventa y perfecciona las técnicas para la obtención de una calidad única. Con mucho mimo y cuidado especial se recolectan de forma manual los mejores frutos.

La obtención del mejor Aceite de Oliva Virgen Extra es, más que una técnica, un ritual espiritual. Sin oscilaciones térmicas y a la temperatura adecuada desde la obtención del fruto hasta la extracción de su Elixir.

Fuente: ACEITE VERDE ESMERALDA www.verdesmeraldaolive.com

Almazara “OLEO VIANA”: La aceituna que muele y embotella Aceites Viana no viene por cien caminos, como dijo el poeta. Sólo llega por tres: molturamos el 100% de la producción de los olivares de Vega de Santa María en Baeza, Casa Hurtado en Lupión y Torralba en Vados de Torralba (Jaén) todos bajo el cielo de Jaén. Olivos de variedad picual, cuidados, sin carencias de agua ni nutrientes, con las labores para su conservación y salud siempre en su justo tiempo y medida. El resultado es una aceituna sana, jugosa, que llega a la almazara sin trasiegos de otros términos ni cosechas.

Sin dañar al olivo ni al fruto, la recolección se hace mirando al cielo. Queda en el campo, en el suelo, toda la aceituna que el olivo o la meteorología adversa ha decidido tirar en selección natural. Sólo hacemos recolección en rama. Cada día, la aceituna se prensa fresca, jugosa. Siempre picual. Siempre de los mismos olivares. Sólo su fruto llevará la firma de Aceites Viana en su etiquetado.

Fuente: Almazara Viana <http://www.aceiteviana.com>

Dispensador “OliveToLive”: OLIVETOLIVE es un sistema patentado a nivel mundial para preservar el Aceite de Oliva y sus características organolépticas. Los peores enemigos de aceite de oliva son el oxígeno, la luz y la temperatura no controlada.

Cada vez que abrimos una botella de aceite o la exponemos a altas o bajas temperaturas o la luz, las propiedades nutricionales y organolépticas empiezan a deteriorarse.

A través de este sistema único en el mundo, se consigue proteger el AOVE, conservando todas sus propiedades y beneficios hasta el momento de degustarlo.

Por tanto el Sistema OLIVETOLIVE es un innovador sistema, destinado al almacenamiento y conservación del AOVE, ya que los conserva correctamente, protegiéndolo de sus “enemigos” y manteniéndolos a una temperatura constante y controlada de 17°C. Evitando así que el AOVE pierda sus propiedades y beneficios con el paso del tiempo.

La máquina se compone de:

- Tres depósitos de cristal “borosilicato” de 5 litros cada uno.
- Tres grifos dispensadores de material quirúrgico de fluidos para evitar goteo.

- Circuito de nitrógeno y botella de nitrógeno.
- Instalación frío/calor con termostato para controlar la temperatura.

Fuente: OLIVETOLIVE web <http://www.tallergourmet.es/>

Empeltre: La variedad Empeltre es característica de la comunidad de Aragón. Su área de cultivo se extiende desde las provincias de Logroño y Teruel por el Valle del Ebro hasta la provincia de Tarragona, dándose incluso en las Islas Baleares. Ocupa casi el 85% de las comarcas del Bajo Aragón Turolense, extendiéndose a través de las tierras de Alcañiz, Calaceite, Valderrobres, Castellote y la Serranía de Montalbán, situadas en el límite entre Aragón y Cataluña.

Es uno de los olivos más antiguos de España. Puede alcanzar una gran envergadura, aunque su capacidad de enraizamiento es baja, lo que obliga a practicar el injerto como principal método de propagación. De hecho, parece ser que su nombre deriva de la palabra catalana "empelt" que significa injerto, ya que esta variedad se injertó sobre otras más antiguas. Sus hojas son de color verde oscuro y muy brillantes; sus aceitunas de tonalidad negra azabache. Las aceitunas tienen un rendimiento graso en torno al 18,3%. La maduración de sus frutos es temprana, desde la primera semana de Noviembre a la primera de diciembre.

Su aceite es de textura fluida, con un olor afrutado suave y de sabor delicado, dulce y algo almendrado. Casi nunca presentan amargor ni picor. Son aceites muy agradables en boca, muy dulces y suaves. (www.alvaoliva.com Oleícola Álvarez, S.L.)

Epiro: es la marca con la que Heredad de Monteagudo, ubicada en Ciudad Real, produce y comercializa su aceite de oliva virgen y virgen extra. Comercializan cinco clases de aceite de oliva virgen extra, entre las que se encuentra **Epiro Chef:** La calidad de este aceite de color oro intenso y suave frutado lo convierten en el ingrediente perfecto e indispensable de la buena cocina.

Nota de cata: Su origen lo encontramos en las aceitunas maduras que le aportan su color oro intenso y su sabor ligeramente frutado, lo que le confiere el punto de equilibrio justo. Aceite dulce aunque con cuerpo. Denso en boca. En él apreciaremos aromas y sabores a madera, almendra y heno.

(<http://www.epiro.es/ES/> , HEREDAD DE MONTEAGUDO, S.L.)

OLV: Se define como un aove equilibrado que posee las propiedades de las mejores variedades de aceituna ecológica, donde se unen la ligereza y suavidad de la arbequina con la resistencia y el cuerpo de la picual, el sabor agreste de la cornicabra y la dulzura del picudo. El Aceite OLV es el zumo de una mezcla exacta de estos aceites, que logra sacar el máximo partido de los alimentos a los que acompaña y brilla por sí mismo cuando se le exige. (RETAILACTUAL, 2.016)

Pago de Valdecuevas: AOVE 100% Arbequina

Descripción. Una identidad muy marcada, con mayor intensidad que la de la mayoría de las Arbequinas, debido a las excepcionales condiciones climáticas y geográficas de nuestro olivar. Pago de Valdecuevas tiene la particularidad de contener un índice de tocoferoles (vitamina E) y ácido oleico superior a la media de otros AOVES de la variedad Arbequina.

Nota de cata

AROMA: Aceite que destaca por la intensidad aromática, en una deliciosa combinación de hierba verde y almendra.

PALADAR: Sobre el paladar se reafirman los sabores a hierba, almendra y cascara de plátano. Es complejo, armónico y muy equilibrado.

Usos en cocina

MARIDAJE: Panes gourmet, sopas frías, carpaccios, chocolates, repostería evolucionada, frutas ácidas, embutidos ahumados.

APORTE AL PLATO: Actúa como emulsionante en cremas, legumbres y salsas, realza los sabores y aporta notas frutales, mejorando la palatabilidad del plato. Aromatiza todo tipo de elaboración en frío como pueden ser carpaccios, en saladas, escabeches, embutidos, ahumados y potencia el sabor de las elaboraciones dulces como son los bizcochos, ganachés...

Calidad: Acidez 0,1 %

(<http://www.valdecuevas.es/es/nuestro-aceite/> , GRUPO VALDECUEVAS)

Valdecuevas Chef: nace para satisfacer las necesidades del profesional en cocina. Es un AOVE premium, con sólo 0,2% de acidez y con unas características organolépticas

excepcionales. Su versatilidad lo hace ideal para diferentes usos. Este aceite 100% Arbequina aporta un valor añadido a las elaboraciones, siendo en gran medida el responsable de que todos los ingredientes del plato cobren sentido.

Nota de cata

AROMA: Aceite dulce, equilibrado, que destaca por los aromas a almendra, plátano y un toque sutil a hierba fresca.

PALADAR: Sobre el paladar suave, aterciopelado que nos recuerda a frutas como el plátano, manzana y almendra.

MARIDAJE: Guisos de legumbres, pescados asados y a la sal, carnes salteadas, panachés de verduras, verduras asadas y fondos culinarios.

Usos en cocina: Aporte al plato utilizando diferentes técnicas: Totalmente recomendado para frituras, debido a su resistencia a la termo oxidación, la penetración en el alimento y resistencia a varias frituras. Potencia el sabor de los fritos y mejora los sofritos y bases de estofado. También se comporta muy bien en salteados y confitados.

Puntos de humo y otros datos a tener en cuenta al cocinar: 218°C Una vez alcanzada la Temperatura de Humo mantener a unos 185°C. Para fritura y trabajos a altas temperaturas prolongados mantener a unos 185°C.

Información proporcionada tras el estudio realizado por la Escuela Internacional de Cocina de Valladolid.

(<http://www.valdecuevas.es/es/nuestro-aceite/> , GRUPO VALDECUEVAS)

11.- BIBLIOGRAFÍA

Todas las referencias bibliográficas que se relacionan a continuación hacen alusión a las páginas webs. Omito la relación de páginas webs de los restaurantes visitadas necesarias para hacer el estudio y que aparecen indicadas en las Tablas correspondientes que forman parte de la base de datos de Euro-Toques.

- Aceite Verde Esmeralda
- Aceite Viana
- Aceites de Oliva Virgen Extra de las Sierras de Jaén
- Agencia de Información y Control Alimentarios
- Almàsessera de Millena
- Asociación para la Promoción y Defensa del Aceite Serrano de Espadán
- Blog de Juan Sanhermelando
- Comando cocina.com
- Como Hacer Para.com
- Consejo Regulador Aceite de La Rioja
- D.O. Oli de Mallorca
- Diario de Pontevedra
- Diario El Español
- Digital Castilla y León
- D.O.P. de Cataluña
- D.O.P. Les Garrigues
- D.O.P. Sierra de Cádiz
- El jardín de Almayate
- Euro-Toques Comunidad Europea De Cocineros. Euro-Toques España
- Gastronomía y Cia - Republica.com
- Gobierno de Canarias
- Grupo Valdecuevas
- Guía Michelin
- Guía Repsol
- Hacienda Queiles, S.L
- Heredad de Monteagudo, S.L.
- Huffingtonpost

- KEL, Grupo Alimentario
- Mallorquisimo
- Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Estudio de los “Análisis sobre los hábitos de aprovisionamiento en las actividades de restauración, 2013”
- Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. “Estudio Sobre Hábitos de Uso y Consumo de Aceites de Oliva en el Canal HORECA En España”
- Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. “Análisis cualitativo de las Tendencias de la Restauración en 2012 en base a la percepción de los operadores del sector”
- MUELOLIVA
- Muy Fitness
- Olipremium
- Olisoleil
- OLIVETOLIVE
- Patatas Gómez, S.L.
- Retailactual
- The Worlds50best
- TripAdvisor
- Wikipedia