



## ELABORADOS

// Chocolate anti-age.

## DISTRIBUCIÓN

// Llegan los estantes inteligentes.

## FRESCOS

// Efectos del pescado en embarazadas y niños.

## El "boom" de las bebidas energéticas

Llegó la primera prometiéndonos la sensación de volar y desde entonces, la onda expansiva de estas bebidas no se ha detenido. Cada vez más marcas se disputan en el mercado su público más fiel, los jóvenes.

Confundidas con las isotónicas, que reponen de agua y de sales minerales, la composición de las energéticas no tiene nada que ver (cafeína, taurina, azúcar, guaraná, ginseng...). Una mezcla estimulante por sí misma, inocua para un adulto, pero que consumida en exceso o con alcohol se convierte en explosiva. La Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) ya advierte de este mal trago, revelando en un estudio que siete de cada diez jóvenes entre 18 a 29 años toma estas bebidas mezcladas con alcohol. En los 80 los ejecutivos japoneses las consumían para sobrellevar su intensa vida laboral y ahora los jóvenes las beben para aguantar sus prolongadas jornadas de fiesta.

Las investigaciones evidencian que el subidón que producen la cafeína, el azúcar y la taurina juntas, camuflan situaciones de embriaguez intensa, produciendo en el cuerpo reacciones muy peligrosas.

En Estados Unidos ya hay 18 muertes a las que se ha relacionado con la ingesta de estas bebidas. Un informe del Gobierno de este país concluye que se ha duplicado en los últimos cuatro años, el número de personas que han acudido a urgencias por "sobredosis" de estas *energy drinks*, pasando de 10.000 a 20.000 y siendo la mayoría jóvenes. En el Reino Unido ya empieza a ser considerada otra forma juvenil de drogarse y en países como Dinamarca, Noruega e Islandia están prohibidas estas bebidas.

La Asociación Española de Bebidas Refrescantes (Anfabra) afirma que las etiquetas de las bebidas energéticas aconsejan un consumo moderado y que no se recomienda a niños ni a embarazadas. Como ocurre con otras sustancias, el veneno está en la dosis, pero lo que hace el consumidor no siempre es que lo quiere el fabricante y ya vemos a niños menores de 10 años tomando estas bebidas.

En este número de Revista Alimentaria analizamos en profundidad estas bebidas energizantes con seguidores cada vez más jóvenes.

Mercedes Vivanco  
Directora "Revista Alimentaria"

### Staff

Directora: Mercedes Vivanco  
Redactora Jefe: M<sup>a</sup> Jesús Díez  
Publicidad: Carolina Gallego  
Legislación: M<sup>a</sup> Ángeles Teruel  
Administración: Teresa Martínez  
Creatividad: Cinco Sentidos  
Diseño: Lucimagen  
Imprime: Rivadeneyra  
Edita: Ediciones y Publicaciones Alimentarias, S.A.  
Depósito Legal: M611-1964  
ISSN: 0300-5755

### Comité Científico

José Blázquez Solana  
Jefe de la U.T. de Garantía de Calidad  
Laboratorio Salud Pública Madrid

Guillermo Reglero  
Director IMDEA Alimentación

Abel Mariné  
Profesor emérito de Nutrición y Bromatología  
Universidad de Barcelona

Javier I. Jáuregui  
Director Servicios Tecnológicos CNTA-Aditech

Julián Rivas  
Catedrático de Nutrición y Bromatología  
Universidad de Salamanca

Jesús Vázquez Minguela  
Director del Gabinete del Rector de la  
Universidad Politécnica de Madrid

Controlado por



La empresa editora declina toda responsabilidad sobre el contenido de los artículos originales y de las inserciones publicitarias, cuya total responsabilidad es de sus correspondientes autores. Prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier método, incluso citando procedencia, sin autorización previa de Eypasa. Todos los derechos reservados.

# SUMARIO

*Tic Tac Tic Tac  
Tic Tac Tic Tac...*

Página

66  
66

Página

55  
56

Página

55  
52

Página

19

## Especial Bebidas



El “boom” de las bebidas energéticas

## Frescos



Efectos del pescados en embarazadas y niños

## Elaborados



Desarrollan un chocolate anti-age

## Distribución



Llegan los estantes inteligentes

### + contenido

6	La Lupa
9	Especial bebidas
36	Entrevista
41	Frescos
56	Elaborados
58	Materias Primas
63	Distribución

70	Servicios
79	Conservación
82	Medio ambiente
86	Alimentación especial
104	Mundo animal
106	En el próximo número...



### Grupo Dulcesol, reconocida por su labor de innovación

Grupo Dulcesol, líder en el sector de pastelería industrial en nuestro país, ha sido galardonado con el Premio Cooperación Universidad-Sociedad en la categoría de I+D, concedido por el Consejo Social de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV). Una de sus principales apuestas ha sido la implantación de un sistema virtual de control de calidad, el desarrollo de grasas y productos azucarados saludables ([www.mundofinanciero.com](http://www.mundofinanciero.com)).

### Nestlé retira los aditivos de sus golosinas en USA

Nestlé ha anunciado su compromiso de retirar todos los colorantes y sabores artificiales de sus golosinas de chocolate, comercializadas en Estados Unidos, a finales de este año. La decisión afectaría a más de 250 productos de 10 marcas distintas, la compañía reemplazará estos ingredientes artificiales por otros de origen natural como la vainilla o el annato, que son semillas del fruto del achiote ([www.elespectador.com](http://www.elespectador.com)).

### EROSKI Eroski en plena expansión

La cooperativa invertirá 400 millones de euros en los próximos años y extenderá su modelo comercial "contigo" a más de 200 tiendas en los próximos dos años. Abrirá más de 100 nuevos supermercados cada año, prioritariamente en la franja norte de la península y en 2016 inaugurará el primer supermercado de Europa energéticamente autosuficiente ([www.infofranquicias.com](http://www.infofranquicias.com)).

### AENOR renueva su Unidad Alimentaria

Pablo de Vicente ha sido nombrado Director de AENOR Laboratorio, el centro de análisis, controles de calidad y seguridad en el sector alimentario de AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación). Desde su creación, en 2008, Aenor Laboratorio ha realizado 370.000 análisis para distintas organizaciones de toda la cadena alimentaria, con un crecimiento promedio anual del orden del 45% (Europa Press).

### Ebro Foods elevó su beneficio un 14,2% en 2014

Ebro Foods, líder mundial en el sector del arroz y segundo fabricante mundial de pasta, elevó su beneficio neto un 14,2% en 2014, hasta 151,6 millones de euros, según informó la compañía a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) (Europa Press).

### Imparable Aldi

Desde principios de año esta cadena de alimentación no cesa de abrir establecimientos en España, tan sólo en la zona centro tiene previsto inaugurar 10 más en los próximos meses. La multinacional alemana vive un momento de expansión que cuenta con más de 5000 tiendas distribuidas en 9 países. Su entrada en el mercado español se produjo el año 2002 y en la actualidad tiene más de 250 establecimientos en nuestro país. ([www.financialfood.es](http://www.financialfood.es)).



### Natra multiplica por 50 sus pérdidas en 2014

Natra, compañía especializada en chocolates, registró unas pérdidas de 54 millones de euros en 2014, lo que supone multiplicar por 50 los 'números rojos' de un año antes, cuando perdió 1,07 millones de euros, debido al aumento del coste del cacao y al deterioro de fondos de comercio por importe de 27,1 millones de euros, a lo que se suma la consideración de la participación en Natraceutical (50,6%) como disponible para la venta (Europa Press).



### El beneficio de Kellogg's cae un 65% en 2014

El fabricante de cereales para el desayuno Kellogg's ha cerrado el ejercicio de 2014 con un beneficio neto de 633 millones de dólares, lo que supone un 64,9% menos con respecto al año pasado, cuando registró unas ventas de 1.808 millones de dólares. En cuanto a la facturación, el grupo alcanzó los 14.580 millones de dólares, un 1,4% menos que en 2013. La compañía dice haber invertido en nuevas líneas de producto con las que espera remontar estos resultados (Financialfood.es).



### Europac reduce casi un 10% su beneficio en 2014

El Grupo Europac (Papeles y Cartones de Europa) obtuvo en 2014 un beneficio neto de 24,78 millones de euros, lo que supone una reducción del 9,67% respecto a los 27,43 millones del ejercicio anterior, ha informado la empresa a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). El grupo palentino acusó en sus cuentas del año pasado varias paradas de mantenimiento en sus fábricas y los recortes de la reforma del sector eléctrico español (Reuters).



### Las ventas de Bacardí España caen un 5%

La facturación de la compañía Bacardí España bajó el año pasado un 5% y se situó en 214 millones de euros. Es el noveno ejercicio fiscal consecutivo de caída de los ingresos. El último crecimiento se remonta a 2005, cuando la firma alcanzó los 337 millones. Desde entonces el descenso acumulado se eleva a un 36% (eleconomista.com).



### El pequeño comercio lastra las cuentas de Musgrave

El grupo redujo su cifra de negocio un 1,7% el año pasado, arrastrado por su división minorista. La filial española del grupo irlandés, con sede en Elche (Alicante), facturó 180 millones de euros el año pasado. Musgrave España es una de las empresas líderes del levante español en la distribución y venta de alimentación, bebidas y productos de droguería. Esta actividad se lleva a cabo a través de los establecimientos minoristas Super Valu, Dialprix y Dicost, y de los mayoristas Cash & Carry Dialsur (Expansion).