

FU TURO ELABORA DO

DIST. Y LOGÍSTICA

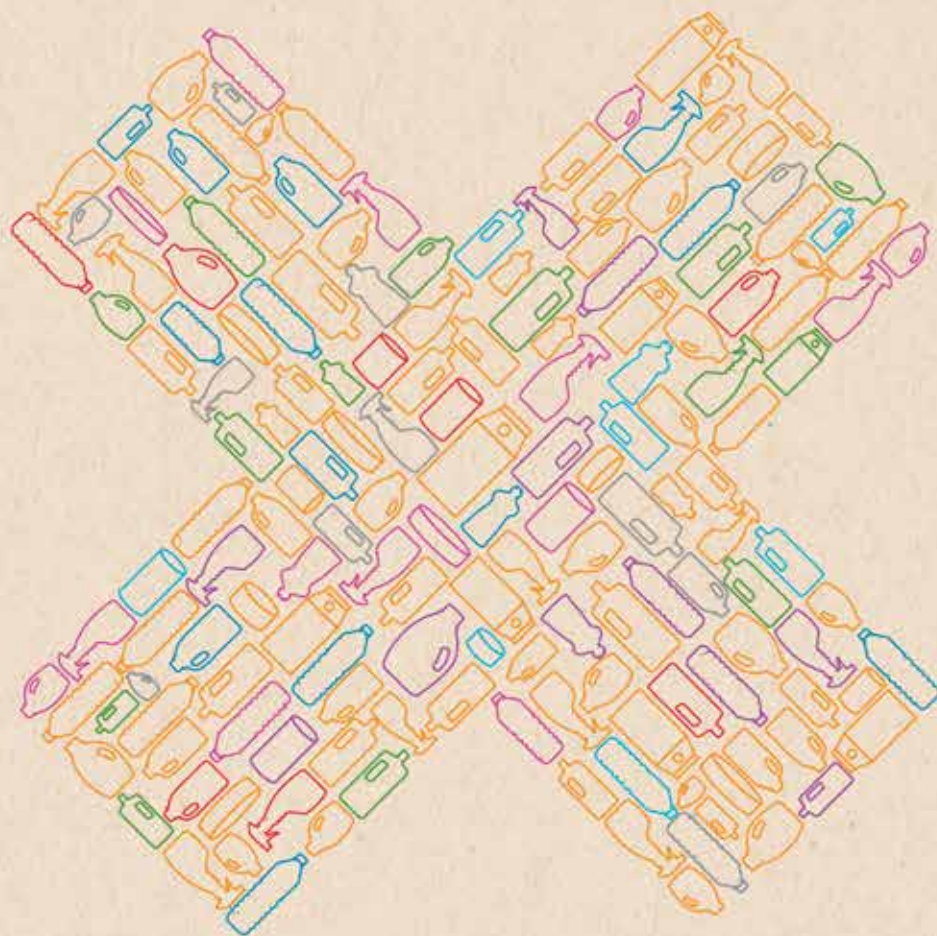
// Laboratorio logístico de 5G

ALIMENTACIÓN ESPECIAL

// Microbiota y dieta en los 1.000 primeros días

CONSERVACIÓN

// Crean una cereza electrónica para mejorar su calidad



MULTIPLICAMOS NUESTROS ESFUERZOS

El número de ciudadanos concienciados de que reciclar envases ayuda a cuidar el medioambiente es cada vez mayor.

Tanto, que los envases domésticos son el residuo urbano más reciclado en España. Y nosotros crecemos con ellos, dedicando más y mejores recursos a nuestra labor y aumentando nuestra capacidad de gestión porque **estamos en constante reciclaje.**



ecoembes.com



La salud es lo primero

En este número abordamos los últimos avances que afectan a los alimentos elaborados, entre los cuales encontramos el aceite de oliva, uno de los productos más representativos de la gastronomía española y de la Dieta Mediterránea. Según los datos presentados en la 37ª Mesa sectorial de aceite de oliva y aceituna de mesa celebrada en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación a finales de marzo, la previsión de producción en España para la campaña 2018/2019 se estima en 1.740.000 toneladas, un 38% más que la campaña pasada. A nivel mundial, la producción se reducirá en un -5%, con bajadas muy significativas en Italia, Grecia, Portugal y Túnez, y las previsiones son que continuará la buena marcha de las exportaciones españolas (crecen un 26%), lo cual favorecerá a los precios.

En las siguientes páginas podremos ver algunas innovaciones que se están desarrollando en el sector oleícola, con el uso de tecnologías punteras para evitar fraudes en este producto, para ayudar a los paneles de cata, etc.

Además del aceite, en este número se recogen novedades referentes a otros productos elaborados, desde la miel y las mermeladas, pasando por los productos de panadería, bollería y confitería, los elaborados cárnicos y las infusiones. En todos ellos vemos el hilo conductor de la búsqueda de lo saludable, como no puede ser de otra forma si tenemos en cuenta las demandas de los consumidores.

Encontramos productos que apuestan por la reformulación, como mermeladas con menos azúcar o embutidos con análogos de la grasa para lograr un perfil nutricional más equilibrado. Otros prefieren añadir ingredientes con beneficios nutricionales a productos tradicionales, como es el caso del pan con harina de bellotas. Y también les mostraremos el uso de técnicas de procesado más sanas, como recubrimientos que permiten realizar rebozados con menos grasas. Esperamos que el número sea de su interés.




Fernando Martínez
Director General de Revista Alimentaria
(Ediciones y Publicaciones Alimentarias, S.A. - EyPasa)

Staff

Director General: Fernando Martínez
Redacción: M^o Jesús Díez, Sara Cowley e Isabel Campo
Publicidad: Carolina Gallego y Ana María Vidal

Legislación: M^o Ángeles Teruel y Alexandra Teruel
Administración: Teresa Martínez
Creatividad, Diseño y Maquetación: Cinco Sentidos diseño y comunicación

Imprime: Gráficas Andalusi
Edita: Ediciones y Publicaciones Alimentarias, S.A.
Depósito Legal: M611-1964
ISSN: 0300-5755.

Controlado por:


Comité Científico

Guillermo Reglero. Director IMDEA Alimentación
Javier I. Jáuregui Director Servicios Tecnológicos CNTA-Aditech
José Blázquez Solana. Jefe de la U.T de Garantía de Calidad. Laboratorio Salud Pública Madrid

M^a Victoria Moreno-Arribas. Investigadora Científica del CSIC en el Instituto de Investigación en Ciencias de la Alimentación CIAL
Nieves Palacios. Jefe de Medicina, Endocrinología y Nutrición del Centro de Medicina del Deporte. Agencia Española de

Protección de la Salud en el Deporte
Prof. Carmen Glez. Chamorro enotecUPM. Dpto. Química y Tecnología de Alimentos. Universidad Politécnica de Madrid
Josu Santiago Burrutxaga. Jefe del Área de Gestión Pesquera Sostenible. Unidad de

Investigación Marina. AZTI
José Miguel Flavián. Fundador GM&Co
M^a Carmen Vidal Carou. Catedrática de Nutrición y Bromatología. Campus de la Alimentación. Universidad de Barcelona

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.

REVISTA ALIMENTARIA • C/Méndez Alvaro 8-10. 1-B. MADRID-28045 Tfno: +34 91 446 96 59

¡¡SU OPINIÓN NOS IMPORTA!!

Queremos saber qué le han parecido los artículos aparecidos en el presente número y cuáles son los temas que les gustaría que tratásemos en siguientes publicaciones.

redaccion@revistaalimentaria.es • redaccion@eypasa.com

La Lupa



APLAUSOS



Grupo Fuertes entrega su Premio Nacional a la Investigación Alimentaria

Ha recaído en un grupo de investigadores del departamento de Anatomía y Anatomía Patológica Comparadas de la Universidad de Córdoba: Irene Magdalena Rodríguez, Paula Andrea Carmona, Shyrley Paola Amarilla y Jaime Gómez. El trabajo destaca la importancia de la prevención del complejo respiratorio porcino de los animales procesados, por lo que se puede ser de aplicación en la tecnología de la producción cárnica, además de ser una contribución importante en el estudio de la calidad de la carne. El premio lo ha organizado la Academia de Ciencias Veterinarias de la Región de Murcia para reconocer la labor de los mejores profesionales en el campo de la ganadería e industrias agroalimentarias.



ALDI apuesta por el bienestar animal

La cadena de supermercados está implementando las medidas de bienestar animal a un ritmo superior al previsto. A día de hoy, la compañía ha eliminado completamente la comercialización de huevos de gallinas criadas en jaulas, una medida que se ha hecho realidad un año antes de lo establecido por la compañía. Además, ALDI asegura que la mayor parte de carne fresca que ofrece procede de animales nacidos y criados en España; a excepción de productos singulares como las hamburguesas de vacuno Angus australiano o vacuno argentino. Con la mayoría de carne fresca producida en España, ALDI apuesta por el producto local, minimizando así el transporte innecesario de animales y contribuyendo a la reducción de emisiones CO₂.



Embutidos Ortiz, premiada por su innovación e internacionalización

La empresa riojana con sede en Navarrete ha recibido el Premio a la Investigación e Innovación Agraria dentro de los V Premios La Rioja Capital que cada dos años entrega el Gobierno de La Rioja, por su contribución a la mejora de la calidad de los productos agrícolas a través de la investigación e innovación. En colaboración con Ctic-Cita han elaborado sus dos últimos productos más innovadores: Chorizo con Quinoa y Chorizo con Algas Kombu. La empresa fue una de las primeras pymes riojanas en obtener las homologaciones para exportar el embutido riojano a países como Japón, Argentina, Chile, Brasil o Nueva Zelanda. Embutidos Ortiz ha señalado que este premio es una motivación para conseguir mayor internacionalización.



Nestlé promueve la igualdad de género entre sus cargos directivos

En los últimos meses, Nestlé en España ha apostado por el talento femenino para renovar varios de sus cargos directivos, tanto del área corporativa como de la de negocios. Con estos nombramientos, ya son seis las posiciones de alta dirección lideradas por mujeres en Nestlé España, el 30% del Comité Directivo. A nivel global, la compañía ha anunciado varias medidas para acelerar la igualdad de género (como mejorar los programas de mentoring, alentar el uso del programa remunerado de bajas por maternidad de Nestlé y las políticas de trabajo flexibles, etc.), con el compromiso de alcanzar el 30% de cargos ejecutivos de alto nivel liderados por mujeres, cifra que a día de hoy es del 20%.



ABUCHEOS



Reclamación contra una publicidad de DKV contra el azúcar

La Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL ha dado la razón a la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) en su reclamación contra la publicidad de DKV contra el azúcar, por considerarla engañosa y que omite información relevante, pudiendo inducir a error a los consumidores. Según AUTOCONTROL, la campaña de DKV "trasladaba el mensaje de que el azúcar es un peligro, cuando consumido dentro de las pautas recomendadas, no puede ser considerado como tal", y añade que "tampoco sería cierta la alegación según la cual el azúcar es el causante único de la obesidad y de la diabetes, en la medida en que constituyen enfermedades en las que influyen una pluralidad de factores".



La industria cárnica rechaza un caso de maltrato en un matadero

La Asociación de Industrias de la Carne (ANICE) condena rotundamente un caso de maltrato animal realizado en un matadero de Ávila y dado a conocer en diversos medios de comunicación recientemente. También recuerda que este caso no responde a la realidad del sector, compuesto por más de 3.000 empresas que se rigen por estrictas normativas europeas que garantizan el correcto tratamiento a los animales, y que se esfuerzan día a día por ofrecer a los consumidores productos cárnicos de calidad y seguros. Para evitar que se repitan estas situaciones, ANICE defiende la implantación de cámaras de vigilancia en los mataderos, a fin de detectar y atajar las malas prácticas que puedan producirse.



UPA denuncia que el sello "M" de Madrid es confuso

La Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos de Madrid (UPA Madrid) ha denunciado que el sello "M" de Madrid es "muy confuso", ya que mezcla productos producidos en la Comunidad con otros producidos fuera pero envasados en Madrid. UPA Madrid ha comparado el sello con otros como Tierra de Sabor, que agrupa los alimentos producidos en Castilla y León, o Galicia Calidade, que hace lo suyo con la comunidad gallega. Por todo ello, ha propuesto que esta marca recoja solamente los productos producidos en Madrid, y que se impulse su promoción para que los consumidores la reconozcan cuando quieran productos con menor huella de carbono y un beneficio directo en la economía de su entorno.

Presencia de proteínas de leche no declaradas en un licor

La Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) ha emitido una alerta para avisar de la presencia de proteínas de leche no declaradas en la crema de licor de Palleiro, producto que comercializa en garrafas de tres litros en nuestro país. Esta proteína podría afectar a las personas alérgicas. El aviso se ha producido gracias a una alerta emitida a través del SCIRI, la Red de Alerta Alimentaria Nacional que gestiona la AECOSAN. Como medida de precaución, se recomienda a aquellos consumidores alérgicos o intolerantes a la leche que pudieran tener el producto anteriormente mencionado en sus hogares que se abstengan de consumirlo.

Sumario

Especial Elaborados

Los alimentos elaborados buscan ser cada vez más saludables. Para ello, recurren a todas las herramientas a su alcance, desde la reformulación de su composición, pasando por la adición de ingredientes con algún beneficio o por el uso de técnicas de procesado más sanas. Por ejemplo, se están buscando alternativas a las frituras que utilicen menos grasas, embutidos con un perfil nutricional más equilibrado, etc.

PÁG. 17



Distribución y Logística

Laboratorio logístico de 5G

PÁG. 73



Alimentación Especial

Microbiota y dieta en los 1.000 primeros días

PÁG. 88



Conservación

Crean una cereza electrónica para mejorar su calidad

PÁG. 91

+ contenido

6 "Nuestro Comité opina..."

8 **Entrevista a Javier Millán Astray, Director General de ANGED**

17 Especial Elaborados

- Desarrollo de productos cárnicos más saludables en relación con su contenido lipídico
- ¿Es mejor el corte manual del jamón ibérico?
- Detección de mezclas fraudulentas de Aceite de Oliva Virgen Extra de Denominación de Origen Protegida
- Reconocimiento facial y visión artificial para mejorar la clasificación de los aceites de oliva
- Innovador sistema de recubrimiento que reduce la grasa en los alimentos rebozados
- Una vuelta de tuerca para los caramelos
- Detección rápida y sencilla de adulteraciones en la miel
- La innovación al servicio del consumidor
- Harina de bellotas para lograr panes saludables
- Nuevos aires para las galletas de los marineros
- Cultivando té en Galicia

50 Servicios

- Castilla-La Mancha aprueba una normativa contra el desperdicio de alimentos
- Resérvate el 5 de junio: Mercado internacional de productos ecológicos
- Los productores de soja de Estados Unidos, comprometidos en reforzar su apuesta por el mercado español
- Conservando los sabores gallegos
- Curso sobre técnicas y aplicaciones del Big Data al Sistema agroalimentario
- "Animo a las mujeres a emprender sin miedo ni prejuicios" (Entrevista a M^a Carmen Mesa)
- El consumidor en el centro de la calidad y la seguridad alimentaria

66 Mundo Animal

- Identificada la composición del virus de la peste porcina africana

70 Medio Ambiente

- Energías renovables: una oportunidad para la industria alimentaria

73 Distribución y Logística

- Laboratorio logístico de 5G

76 Materias Primas

- Potencial nutricional de la cebolla negra, un nuevo producto de origen andaluz
- Desarrollo de alimentos fortificados a partir de desechos hortofrutícolas

82 Frescos

- Nuevas estrategias de análisis para la mejora y control de los alimentos
- Prevención de riesgos alimentarios por toxinas marinas emergentes

88 Alimentación Especial

- Microbiota y dieta en los 1.000 primeros días

91 Conservación

- Crean una cereza electrónica para mejorar su calidad

93 Bebidas

- Exprimiendo aún más el zumo de naranja

96 Artículo: "Estudio de la aplicación de agua electrolizada neutra para la inactivación de *Listeria monocytogenes* en tripas naturales"

106 En el próximo N°...



Carmen González Chamorro.
Departamento de Química y Tecnología de Alimentos de la
Universidad Politécnica de Madrid (UPM)

**“ La demanda de
estos productos
es limitada pero la
previsión es que
crezca ”**

VINOS sin alcohol y bebidas a base de vino: evolución y futuro

El consumidor preocupado por su salud, por prescripción médica, porque necesita conducir, o incluso por motivos religiosos, demanda estas bebidas

Los vinos sin alcohol y las bebidas a base de vino comienzan a posicionarse en el mercado para dar respuesta a las distintas necesidades de los consumidores. Unir en un mismo contexto “Vinos sin alcohol y bebidas a base de vino” resulta complicado, y quizás tan solo tenga sentido si hablamos de incentivar el consumo de vino, siempre con moderación, o de iniciar a los consumidores más jóvenes en el disfrute de bebida cuya historia ha discurrido paralela a la historia de la humanidad.

Si buscamos el concepto “Vino sin alcohol” no lo encontraremos ni en la legislación nacional, ni en la europea; tan solo encontraremos definiciones similares entre las definiciones de productos vitivinícolas de la OIV, donde define bebida obtenida por desalcoholización del vino (OIV-ECO-433-2012) a una bebida obtenida exclusivamente a partir de vino que ha sido objeto de tratamientos específicos para estos productos y en especial de una desalcoholización, cuyo grado alcohólico es inferior a 0,5 % vol. Por ello, deberemos referirnos a estas bebidas como “vinos desalcoholizados”, aunque en España existe un organismo que regula la elaboración de “vino sin alcohol”, el Consejo de Productores de Vino Desalcoholizado de España (CONVIDES), que define este producto como “el elaborado exclusivamente a partir de vino de calidad, al que se extrae el alcohol por métodos no agresivos hasta obtener una cantidad de alcohol inferior al 0,9% v/v, y que mantiene las propiedades organolépticas y las características principales del vino del que procede”.

Si analizamos los informes “Global Food & Drink Trends” realizados en los últimos años (2016 a 2019) por la agencia de estudios de mercado Mintel, en el que participan doce países y en el que se estudia el comportamiento de los mercados de Europa, Asia Pacífico y América, podemos concluir que hay tres tendencias en la alimentación y

●

“Es necesario seguir profundizando en las técnicas de desalcoholización”

bebidas que se mantienen recurrentes según las necesidades del consumidor: la sostenibilidad, la conveniencia y la salud.

Los consumidores tienden cada vez más hacia una cultura de alimentación saludable, y por tanto demandan alimentos y bebidas que faciliten este proceso. Pero también es necesario valorar la vía hedónica que regula los procesos de consumo de alimentos y bebidas. Los factores cognitivos, emocionales, sociales, económicos y culturales y las propiedades organolépticas de los alimentos son aspectos básicos a valorar para comprender la conducta alimentaria y su impacto sobre la salud.

Son precisamente estos aspectos emocionales, sociales y culturales los que hacen que el consumidor preocupado por su salud, por prescripción médica, porque necesita conducir, o incluso por motivos religiosos, demande bebidas de baja o nula graduación alcohólica.

Aunque en estos momentos la demanda de este tipo de productos es bastante limitada (0,14 % del total), expertos del sector coinciden en que el conocimiento del producto y la mejora en las técnicas de elaboración provocarán un aumento del consumo en los próximos años, que alcance el 1 % del total, pudiéndose llegar a los 9,8 millones de litros de vino sin alcohol.

La desalcoholización del vino, y la reducción del grado alcohólico, práctica de interés para paliar los cambios ocasionados en la maduración de las bayas como consecuencia del cambio climático,

son dos retos importantes a tener en cuenta por la industria enológica. Para obtener un “vino sin alcohol” es necesario elaborar un vino y someterlo a alguno de los procesos tecnológicos que nos permiten reducir o eliminar el contenido en alcohol.

Los tratamientos que se emplean actualmente en la industria enológica para reducir o eliminar el etanol de los vinos, afectan en mayor o menor medida a la calidad organoléptica de los vinos que se desea desalcoholizar. Las dos técnicas más utilizadas para la desalcoholización de los vinos son la ósmosis inversa y la evaporación con columnas de conos rotatorios (también denominadas deconstrucción del vino). A pesar de la capacidad de ambas técnicas para preservar el aroma y el sabor del producto elaborado, siguen ocasionando pérdidas de compuestos aromáticos.

Será necesario por tanto seguir profundizando en los distintos procesos de elaboración del vino de partida, prácticas de campo, procesos de fermentación, selección de levaduras, técnicas de desalcoholización con el fin de que el proceso afecte lo menos posible al vino y a la percepción final del consumidor, ya que son las características sensoriales y la satisfacción que el consumidor recibe tras el consumo de estas bebidas que además les permite mantener sus costumbres religiosas o hábitos de consumo saludables. ■



Las dos técnicas más utilizadas para la desalcoholización de los vinos son la ósmosis inversa y la evaporación con columnas de conos rotatorios.