



FRESCOS A RAYA

CONSERVACIÓN

// Rayos X para garantizar la seguridad del producto

MEDIO AMBIENTE

// ¿Cómo se comportan los olivos ante el cambio climático?

MATERIAS PRIMAS

// Grasa láctea: Nuevo paradigma

Meet the Lamb: El sabor de nuestra tierra

Mediante la campaña de información y fomento del consumo de la carne ovina
Meet the Lamb:

- Se pone de relieve la elevada calidad de la carne ovina que constituye un producto esencial integrante del Patrimonio alimentario europeo
- Se refuerza el sector de la cría de ovejas, pilar de la tradición ganadera europea desde la antigüedad hasta nuestros días
- Se promueve la ganadería tradicional sobre la base de la alimentación natural de los animales
- Se pone en valor la producción mediante prácticas seguras y trazabilidad, con los estándares de la U.E.
- Se destaca la función que desempeñan todos los actores de la cadena, desde el ganadero hasta el carnicero.

Meet the Lamb: un programa europeo de la Organización Nacional Interprofesional Cárnica (EDOK)



26, Arkadias str., 11526, Athens
Tel: +30 210 7701113
www.edokhellas.com - email: info@edokhellas.com



Mucho que contar

En este número en que nos despedimos del 2018 y damos la bienvenida al año 2019, dedicamos nuestro especial al sector Frescos y, como no podía ser de otra manera, lo hacemos recuperando algunas de las acciones más significativas que han tenido lugar en este sector durante los últimos 365 días. Unos datos que nos ayudarán a entender el peso que este sector tiene en el ámbito nacional e internacional. Es imposible abordar esta sección sin hacernos eco de la celebración el pasado mes de septiembre de la segunda edición de la Feria del sector cárnico, Meat Attraction. Un evento que reunió a 163 empresas representando a casi 400 marcas procedentes de 16 países, y que puso de manifiesto, entre otras cosas, que el supermercado de proximidad es el canal preferido por los consumidores a la hora de hacer sus compras de carne fresca, que la carne es un alimento saludable, y que el sector está comprometido con la innovación mediante cortes innovadores, nuevos tipos de envases o la apertura de nuevos mercados internacionales.

Unas semanas después tuvo lugar Fruit Attraction. Un escaparate magnífico en el que cerca de 70.000 profesionales y 120 países presentaron al mundo las tecnologías, el conocimiento y la innovación aplicados a la industria hortofrutícola. Una apuesta por la I+D+i que pone en valor la capacidad innovadora del sector para mejorar el rendimiento de las explotaciones así como lograr la diversificación y la competitividad en los mercados internacionales. Junto con el hortofrutícola y la carne, se encuentra la acuicultura, un sector que nos convierte en el principal productor dentro de la Unión Europea. La acuicultura está trabajando en la pesca del futuro para afrontar los retos en torno a la innovación y la sostenibilidad.

En todos ellos existe una común denominador, la I+D como “palanca de cambio”, destinada a impulsar las tecnologías, el conocimiento y la innovación en este campo para mejorar el rendimiento de las explotaciones y diversificar las oportunidades de competitividad en los mercados internacionales, con menores costes, destacando su sostenibilidad y eficiencia.

Aprovecho para desearos unas Felices Fiestas y un Próspero 2019, y os animo a que hagáis de Revista Alimentaria el catalizador que congrege y dé visibilidad a nuestro sector agroalimentario.

Fernando Martínez

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



Staff

Director General: Fernando Martínez
Redacción: Ana Camarero y M^a Jesús Díez
Publicidad: Carolina Gallego

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

Imprime: Gráficas Andaluz
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

AENOR laboratorio
Alimentación

Décimo aniversario del centro de control de calidad y seguridad AENOR Laboratorio

Aenor Laboratorio cumple 10 años en el sector alimentario. Una década en la que se ha convertido en centro de referencia en los controles de calidad y seguridad para los diferentes operadores del sector: sector primario, industria, retail, horeca y Administración Pública. El centro, que arrancó su actividad en 2008, cuenta con la acreditación de ENAC (Entidad Nacional de Acreditación) de acuerdo con la Norma UNE-EN ISO/IEC 17025, fundamental en estos centros de ensayos. Aenor Laboratorio ofrece a las organizaciones nuevos servicios y certificaciones como el control periódico, criado en entorno libre de anisakis o criado sin antibióticos, entre otros.

IA2 Instituto Universitario de Investigación Mixto Agroalimentario de Aragón
Universidad Zaragoza

IA2 presenta el proyecto "Alimentando Vocaciones"

El Instituto Universitario de Investigación Mixto Agroalimentario de Aragón (IA2) ha diseñado el proyecto "Alimentando Vocaciones" para el fomento de vocaciones científicas entre los jóvenes del ámbito rural aragonés, con especial atención al sector femenino (niñas y jóvenes). Este proyecto educativo quiere favorecer la inclusión, la igualdad y la generación de nuevas oportunidades en el mundo profesional en todos los ámbitos geográficos. "Alimentando Vocaciones" está dirigido a escolares de Educación Primaria y Educación Secundaria. Para este segundo tramo educativo está prevista la celebración de la I Feria de Agroalimentación de Aragón que tendrá lugar en marzo de 2019.

SOLAN DE CABRAS

Un proyecto comprometido contra el cáncer de mama

Por quinto año consecutivo, Solán de Cabras ha renovado su compromiso con la Asociación Española contra el Cáncer (AECC) en la lucha contra el cáncer de mama para concienciar a la sociedad de esta problemática.

Se trata de un proyecto altruista realizado en colaboración con gimnasios de Madrid y Barcelona con el objetivo de donar minutos de atención psicológica a pacientes de la AECC y a sus familiares. "Para nosotros es un orgullo poder poner nuestro granito de arena y conseguir ayudarles a través de la colaboración con la AECC en este proyecto. Nuestro compromiso es firme y seguiremos haciéndolo año tras año", ha afirmado Nieves Solís, Brand Manager de la compañía.

TRAPA

Premio Solidario Castilla y León 2018 por su responsabilidad social

Trapa ha sido galardonada en la categoría de Mejor Empresa en los Premios Solidarios Castilla y León 2018, concedidos por la ONCE, por su responsabilidad social en el fomento del empleo de las personas con discapacidad, la diversidad, la igualdad de oportunidades y la conciliación laboral de sus trabajadores. Desde Trapa aseguran que "este reconocimiento es para nosotros un honor, ya que nos confirma que vamos por el buen camino; sin embargo, es solo un paso más de lo que queda aún por construir, a nivel empresarial, social e institucional; en materia de igualdad de oportunidades en el mundo laboral".



ABUCHEOS



Los productores ecológicos, castigados por un error administrativo

La Unión de Ganaderos, Agricultores y Silvicultores de la Comunidad de Madrid (UGAMA) denuncia que las bases reguladoras para la producción ecológica sean incompatibles con el pago verde del FEAGA. La organización recuerda que la Orden 985/2018 por la que se establecen en la Comunidad las bases reguladoras de la concesión de ayudas a la adopción y mantenimiento de prácticas y métodos de agricultura o ganadería ecológica, dentro del PDR 2014-2020, cuenta con dotación cercana de 7 millones de euros cofinanciados por Bruselas y MAPA, de los cuales tan solo el 15% sería aportado por la Comunidad, resultando inexplicable que sea incompatible con el pago verde.



Investigan la preinscripción de plantaciones como DOC Rioja

Las organizaciones agrarias Asaja y UAGR han pedido que se depuren responsabilidades por el fraude realizado presuntamente por solicitantes de plantación de viñedo para elaborar Cava que pretendieron inscribir las parcelas como vino de Rioja. El Gobierno riojano "aseguró que irán hasta el fondo del asunto y llegarán hasta las últimas consecuencias", destacan las organizaciones agrarias. El director general de Desarrollo Rural del Gobierno riojano, Daniel del Río, ha confirmado que "cuando se detectaron los hechos, lo primero que hicimos fue dictar una resolución que implicaba la suspensión cautelar de los permisos de plantación para evitar problemas".



Denuncian las malas prácticas comerciales en la carne de conejo

Los productores de carne de conejo han denunciado públicamente las abusivas prácticas comerciales que se da en España y pide a Luis Planas, ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, que ponga en marcha mecanismos para solucionar la problemática del sector productor lácteo. La organización mantiene que, de no introducir medidas que equilibren el sector, las explotaciones seguirán perdiendo la rentabilidad y los ganaderos, por tanto, abandonando su actividad, con la consiguiente destrucción de empleo y riqueza en el medio rural; mientras los consumidores pagan cada vez más caros los productos lácteos. Asimismo, señala que el mercado lácteo tiene un comportamiento anormal, al margen de las reglas de la oferta y la demanda.



Insisten en la situación de desequilibrio que sufre el sector lácteo

La Unión de Uniones de Agricultores y Ganaderos insiste en la situación de desequilibrio que se da en España y pide a Luis Planas, ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, que ponga en marcha mecanismos para solucionar la problemática del sector productor lácteo. La organización mantiene que, de no introducir medidas que equilibren el sector, las explotaciones seguirán perdiendo la rentabilidad y los ganaderos, por tanto, abandonando su actividad, con la consiguiente destrucción de empleo y riqueza en el medio rural; mientras los consumidores pagan cada vez más caros los productos lácteos. Asimismo, señala que el mercado lácteo tiene un comportamiento anormal, al margen de las reglas de la oferta y la demanda.

Sumario

Especial Frescos

Los alimentos frescos están de moda y esto lo demuestra el incremento de un 2,8% en el consumo de los mismos a lo largo del pasado año. Una circunstancia, el aumento de este tipo de productos en la cesta de la compra, que está marcada por el desarrollo de alimentos cada vez más seguros, que cumplen con rigurosísimas medidas de control e inspección para garantizar la seguridad alimentaria de un producto, desde que su materia prima -vegetales, carnes o pescados- se cultiva, cría o extrae, hasta que el producto final es adquirido por el consumidor.

PÁG. 17



Conservación

Rayos X para garantizar la seguridad del producto

PÁG. 54



Medio Ambiente

¿Cómo se comportan los olivos ante el cambio climático?

PÁG. 84



Materias Primas

Grasa láctea: Nuevo paradigma

PÁG. 89

+ contenido

6 "Nuestro Comité opina..."

8 **Entrevista a Javier López, Director de PROVACUNO**

- 17 Especial Frescos
- Uso de reactivos colorimétricos en seguridad alimentaria
 - La inteligencia económica: el radar de las crisis agroalimentarias
 - La industria cárnica española exhibe su potencial para continuar creciendo
 - Brexit y la calidad de los alimentos: perspectivas del consumidor
 - Nuevas herramientas analíticas para minimizar los residuos de antibióticos en carne
 - Hepatitis E: un riesgo emergente a estudio
 - Fruit Attraction 2018, el lugar adecuado en el momento oportuno
 - Innovación que da fruto
 - Sistemas de control para lograr unos recursos marinos sostenibles
 - Las mareas del Estrecho favorecen la riqueza biológica
 - Importancia alergénica de anisakis y otros anisákidos
 - Una producción que busca la calidad frente a la producción masiva

51 Alimentación Especial

- Redescubriendo los fermentados: Entendiendo el poder de los alimentos vivos

54 Conservación

- Rayos X para garantizar la seguridad del producto

58 Bebidas

- Una "lengua electrónica" para detectar las uvas "en su punto"

61 Elaborados

- ¿Cómo clasificar los alimentos para que los consumidores tengan clara su calidad?

64 Servicios

- Informe de la Comisión Europea sobre la aplicación de las normas de derecho de la competencia de la Unión Europea en el sector agrícola
- El seguro de crédito o exportar con red
- Alma innovadora
- Aprender a aplicar la epidemiología para mejorar la salud de los peces

- "La mujer en el entorno rural es vulnerable e invisible" (Entrevista a Jerónima Bonafé)

- El primer eslabón de la cadena marca el camino con su apuesta por la calidad

82 Mundo Animal

- Leguminosas: una opción agrícola con múltiples ventajas

84 Medio Ambiente

- ¿Cómo se comportan los olivos ante el cambio climático?

86 Distribución y Logística

- Hacia la movilidad sostenible

89 Materias Primas

- Grasa láctea: nuevo paradigma
- Innovación en el almidón de arroz: mayor resistencia para una mejor textura

96 Artículo: "Nutracéutico de aceite de oliva Virgen Extra enriquecido en luteína y zeaxantina"

106 En el próximo N°...

REINO UNIDO: todos contra el plástico

Las principales marcas y cadenas de supermercados han anunciado una serie de medidas para reducir su uso, en línea con las demandas de la sociedad

Miguel Flavián
Fundador GM&Co

Desde la súbita toma de conciencia que siguió a la emisión del programa del científico David Attenborough Blue Planet II a finales de 2017, el plástico se ha convertido en un material maldito, a pesar de su indudable utilidad.

La opinión pública tomó conciencia del impacto que tiene el no reciclar el plástico, y desde entonces se suceden las iniciativas en todos los ámbitos (la propia sociedad, el gobierno, las empresas) para reducir el uso de plástico y tratar de reciclar más.

“ Las empresas tratan de eliminar el plástico de la cadena de suministro y las tiendas ”

El gran consumo es uno de los sectores más sensibles a las tendencias de la sociedad, y suelen ser de los que más rápido responden. Por eso las principales marcas y las cadenas de supermercados han anunciado una serie de medidas que tienen como objetivo general reducir el plástico que se tira al medio ambiente. Se utiliza mucho plástico que el que tiene el Reino Unido capacidad para reciclar, y las empresas van a tratar de eliminarlo de la cadena de suministro y las tiendas, o utilizar plásticos distintos u otros materiales que se puedan reciclar de forma más barata y no presenten tantos problemas.

Iceland fue la primera cadena que anunció medidas al respecto. Su director general, Richard Walker, lanzó la campaña “Too Cool For Plastic” en enero, anunciando su compromiso de eliminar el plástico de sus productos de MDD antes del 2023. Los nuevos lanzamientos de platos preparados ya vienen en envase de materiales basados en papel, sin plástico. También anunciaron dejar de vender bolsas de un solo uso, por las que cobraban 5 peniques, una medida que los demás también aplican, o que cambian para pasar a vender bolsas más resacas y algo más caras, pero que se pueden usar varias veces.



Miguel Flavián.

La mayoría de las demás cadenas también se han comprometido a, en un futuro cercano, eliminar el plástico, utilizar solamente plástico reciclable, y reducir en general el uso de materiales de packaging, para reducir el impacto. La organización WRAP, que hasta ahora ha trabajado en el ámbito del desperdicio alimentario, ha conseguido acordar con un buen número de fabricantes y distribuidores de este país una serie de acciones que se recogen en el llamado UK Plastic PACT, y que tiene como objetivo crear un entorno de economía circular para los plásticos, de forma que se reciclen en su totalidad.

Algunas cadenas, entre ellas Waitrose y Aldi, han optado por eliminar de forma rápida (antes del fin de año) las bandejas de plástico negro, que tienen el problema de no ser detectadas por los sistemas que separan la basura y seleccionan los elementos que van a parar a la industria del reciclado. Tesco ha decidido que a partir del 2019 no va a utilizar envases de plástico que ellos consideren sea difícil reciclar. Al ser el líder de la distribución en este país, con un 27,4% de la cuota en estos momentos, la medida tendrá un impacto importante.

Morrisons ha optado por eliminar plástico de varios lugares de la tienda, sustituyendo las bolsas de plástico que se ofrecen en la sección de

panadería y frutas por bolsas de papel, una sección en la que ya tienen mucha más venta a granel que sus competidores, que ofrecen la mayoría de productos envasados en bandejas o bolsas. También en la sección de frutas y verduras, han decidido eliminar el envase de algunos productos como los pepinos, que tradicionalmente vienen envueltos en un plástico retractilado. Se tiene claro que esta última medida va a suponer un aumento de la merma, puesto que el producto se va a deteriorar con mayor facilidad, pero tratan de mejorar otros aspectos de la cadena de suministro y conseguir minimizar este efecto.

“ También buscan materiales que se puedan reciclar de forma más barata ”

En sus cafeterías van a instalar fuentes de agua, para que los clientes puedan rellenar en ellas las botellas y no tengan que comprar agua.

También son interesantes las iniciativas para utilizar plástico reciclado. La más llamativa es la de Tesco, que está probando utilizar este material para el asfaltado de los aparcamientos de las tiendas, y Aldi que lo utiliza en la fabricación de nuevos envases. Waitrose, por ejemplo, está trabajando en la utilización de materiales alternativos para la fabricación de los envases, y con proyectos llamativos que utilizan hojas y tallos de plantas de tomate para hacer bandejas de tomates, o utilizar restos de las plantas de las lentejas para fabricar el cartón de las cajas donde el producto final se envasa. Fabricantes como Nestlé, Unilever y Coca Cola también están anunciando medidas para introducir más plástico reciclado en el packaging de sus productos, y de esta forma, reducir el impacto.

Estas últimas iniciativas se enmarcan también en los objetivos que se han puesto muchos negocios para reducir el plástico que utilizan en sus operaciones. Algunos fabricantes y distribuidores ya tenían políticas de reducción de envases, como por ejemplo Waitrose, que declaran haber reducido el uso de packaging en un 50% desde el 2009, y Tesco, que también ha hecho públicos sus

resultados, anunciando que lo ha reducido en un 37% desde el 2007.

Una de las medidas que, digamos, parecen más de cara a la galería e incluso potencialmente peligrosas, es la de Morrisons, que permite que sus clientes entreguen un contenedor de plástico al carnicero o pescadero, para que ponga allí la compra. Se entiende el afán de analizar todas las operaciones y ver como se puede reducir el uso de plástico en todas ellas, pero tampoco hay que entrar en prácticas sanitariamente cuestionables.

Los sistemas de retorno de envases de productos de gran consumo no se dan en el Reino Unido, y ahora se han iniciado algunos pilotos. Tesco e Iceland están probándolo en unas pocas de sus tiendas, y también aparecen iniciativas en algunos lugares de mucho tránsito donde los consumidores pueden depositar las botellas de bebidas a cambio de incentivos, que quizá ayude y sea más exitoso que las abundantes papeleras donde se pueden tirar específicamente estos envases.

Parece que el momento que ha alcanzado la concienciación por los residuos plásticos ya no tiene vuelta atrás, y a pesar de que por ahora tengamos declaraciones de buenas intenciones (no todas tienen objetivos con cifras y fechas) y algunas medidas sean más cosméticas que otra cosa, ya están en marcha un buen número de proyectos. Sin duda van a contribuir a reducir el uso del plástico en el gran consumo británico, repercutiendo de forma positiva en el medio ambiente, algo que debemos celebrar. ■

Una de las medidas más importantes es la eliminación del uso de bolsas de plástico.

