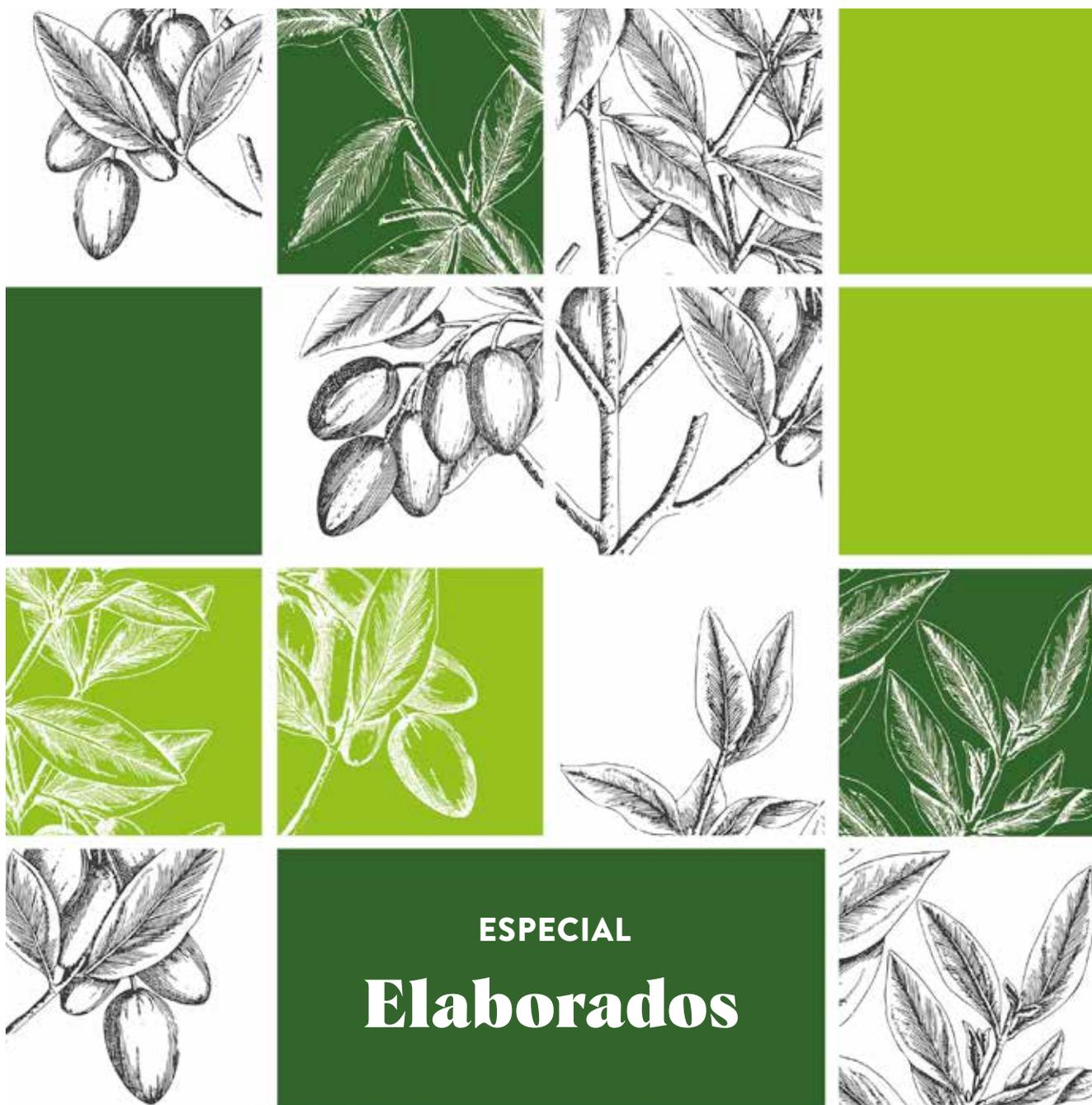


REVISTA ALIMENTARIA



MATERIAS PRIMAS

Aprovechamiento de las algas que proliferan en el Mar Menor

SOSTENIBILIDAD

Innovación para reducir el uso de fertilizantes tradicionales

BEBIDAS

Vinos con menor grado alcohólico sin perder calidad

Agropréstamo BBVA

Para seguir haciendo las cosas bien

Hoy, **invertir en tecnología y digitalización** se ha convertido en una forma más de cuidar, como siempre, tu **productividad, eficiencia y rentabilidad**.

En BBVA disponemos de **soluciones especializadas de financiación** para tu explotación agrícola o ganadera.

- **Contrata ahora nuestro Agropréstamo.**
- Y si has domiciliado este año la PAC con nosotros, no tendrás comisión de apertura.

Pregunta a nuestros especialistas en oficina o consulta espacio Agro en bbva.es



EDITORIAL



LA SALUD Y LA INNOVACIÓN, MOTORES DE CRECIMIENTO

En este Especial recogemos las últimas investigaciones sobre los diversos productos elaborados, desde el aceite de oliva, pasando por el pan, los snacks, las infusiones o el chocolate.

En el caso del aceite de oliva, veremos proyectos dedicados a mejorar la sostenibilidad ambiental y la rentabilidad del olivar, como es el caso de Soil O-live, que busca diagnosticar la salud del suelo en los olivares mediterráneos, así como estudiar medidas de restauración y remediación ambiental que mejoren la calidad de dicho suelo; y de Olivares Vivos, que ha estudiado la biodiversidad del olivar en cuatro países: España, Portugal, Grecia e Italia, ampliando a más zonas el estudio que ya había realizado en Andalucía.

En cuanto a nuestra entrevista, en esta ocasión ponemos el foco en un sector de creciente importancia,

como son las infusiones. Así, contamos con Javier Giménez, presidente de la Asociación Española de Té e Infusiones (AETI), que hace hincapié en la importancia de la innovación en el sector, que hace que en 10 años prácticamente se renueve el 50 % del mercado: “Todas las empresas, a nivel individual, está trabajando en innovación, porque es la clave para que el mercado continúe creciendo”.

Esta innovación se centra en los principales drivers de crecimiento, como son el sabor y la funcionalidad. Además, “en el caso de los jóvenes, también son importantes los nuevos conceptos de sostenibilidad, de producto ecológico, de mezclas más exóticas, etc.”, añade Giménez.

FERNANDO MARTÍNEZ

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

STAFF

Director General: Fernando Martínez

Redacción: María Jesús Díez y Alejandra Ospina

Publicidad: Ana María Vidal

Digital: Javier Martínez

Legislación: M^a Ángeles Teruel y Alexandra Teruel

Administración: Teresa Martínez y Raquel Triviño

Creatividad, diseño y maquetación:
Cinco Sentidos diseño y comunicación S.L.

Imprime: Gráficas Jomagar S.L.

Edita: Ediciones y Publicaciones Alimentarias, S.A.

Depósito Legal: M611-1964

ISSN: 0300-5755.

COMITÉ CIENTÍFICO

Ricardo Ramos Ruiz. Director adjunto del Instituto IMDEA Alimentación

Inés Echeverría. Directora I+D+i CNTA

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. Consejo Superior de Deportes

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 y presidente del grupo de trabajo sobre el Canal Retail de Food for Life-Spain

M^a Carmen Vidal Carou. Catedrática de Nutrición y Bromatología. Campus de la Alimentación. Universidad de Barcelona

Theresa Zabell. Presidenta de la Fundación ECOMAR.

Pilar Jiménez Navarro. Jefa del Departamento Laboratorio de Salud Pública Subdir. Gral. de Salud Pública de Madrid

M^a Teresa García Jiménez. Directora de los Diplomas de Alimentación y Nutrición (1992-2016). Escuela Nacional de Sanidad. Ministerio de Sanidad. Instituto de Salud Carlos III Profesora de la Universidad Francisco de Vitoria Consultora internacional

Eduardo Cotillas. Director de I+D+i de FIAB y Secretario General de la Plataforma Tecnológica “Food for Life-Spain”

Rosa Gallardo. Directora de la Cátedra Inteligencia artificial y agricultura-Universidad de Córdoba

Jorge Edwards. Director creativo Edwards Visual Branding & Packaging Design

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-C.
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

SUMARIO



ESPECIAL ELABORADOS

En este Especial nos centramos, dentro de la amplia tipología de alimentos que integran los productos elaborados, en el aceite de oliva. Son muchos los proyectos dedicados a mejorar la sostenibilidad ambiental y la rentabilidad de este cultivo tan representativo y valioso para los países mediterráneos. También hablaremos sobre las últimas investigaciones relativas al pan, los snacks o el chocolate. **Pág. 25**

Pág. 26 • Proyecto Soil O-live: el estado de salud del suelo es importante para la calidad del aceite de oliva

Pág. 29 • El olivar del Mediterráneo es un cultivo estratégico para la

conservación del patrimonio natural

Pág. 32 • OLEAF4VALUE desarrolla innovadores productos biológicos a partir de la hoja de olivo

Pág. 35 • Panes sin gluten 100 % de

granos germinados

Pág. 38 • Inteligencia Artificial para controlar las plagas en el sector agrario

Pág. 41 • Nuevas barritas energéticas enriquecidas con harina de insecto

SUMARIO

MATERIAS PRIMAS

Aprovechamiento de las algas que proliferan en el Mar Menor

Pág. 54

SOSTENIBILIDAD

Innovación para reducir el uso de fertilizantes tradicionales

Pág. 66

BEBIDAS

Vinos con menor grado alcohólico sin perder calidad

Pág. 70



COMITÉ EDITORIAL

“Nuestro Comité opina...”

Págs. 10-11

REPORTAJE

“III Congreso de la Industria Alimentaria de Castilla y León: Innovación, talento y sostenibilidad impulsan el crecimiento del sector”

Págs. 12-15

ENTREVISTA

Entrevista a Javier Giménez, presidente de la Asociación Española de Té e Infusiones (AETI) **Págs. 16-22**





16-17 septiembre 2024 - Sevilla

Valores Mediterráneos

Origen | Producto | Sostenibilidad

La plataforma de negocios de alimentación y bebidas para el sector retail y de la gran distribución



AUTÉNTICA CONGRESS



Contáctanos en:
exhibit@autenticafoodfest.com
+34 919 551 551
www.autenticafoodfest.com

Auténtica es un evento de:
NEBEX.T
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS

En colaboración con:
 Junta de Andalucía
Consejería de Agricultura,
Pesca, Agua y Desarrollo Rural



Pág. 42 Food Design

- Food Design como herramienta para socializar, aprender o recordar

Pág. 46 Conservación

- XV Premios Nacionales de Diseño y Sostenibilidad de Envase: apuesta por los materiales sostenibles y la doble funcionalidad

Pág. 50 Frescos

- Nuevo fertilizante que no contamina el Mar Menor

Pág. 54 Materias primas

- Aprovechamiento de las algas que proliferan en el Mar Menor

Pág. 58 Distribución y logística

- Taquillas inteligentes que logran optimizar los procesos logísticos un 37 %

Pág. 62 Alimentación Especial

- Nueva app piloto para

prevenir y reducir la obesidad infantil gracias a técnicas de gamificación

Pág. 66 Sostenibilidad

- Innovación para reducir el uso de fertilizantes tradicionales

Pág. 70 Bebidas

- Vinos con menor grado alcohólico sin perder calidad

Pág. 74 Food Tech

- El sistema LIFE GREEN SEWER permite reutilizar agua residual para el riego agrícola

Pág. 78 Servicios

- Curso ceiA3 de ciencia de datos aplicada a la autenticación de alimentos
- BASQUE FOOD CLUSTER estudia las necesidades de formación de las empresas alimentarias vascas
- Nuevos Decretos en relación con las

Industrias Agrarias y Alimentarias de Euskadi: especial mención a la venta de proximidad

- Estudio sobre el conocimiento acerca del jamón ibérico de los españoles, franceses y alemanes
- El oro líquido que viene del mar: Blue Marine Oil pone en valor los descartes de la pesca
- “Los pequeños artesanos que elaboramos chocolates Bean to bar estamos trabajando para añadir valor a los orígenes”
- Calidad e innovación, claves en el compromiso con el consumidor global

Pág. 98 Artículo:

“Estudio fisicoquímico y fitoquímico del fruto de *Genipa americana* L. de Pucallpa-Perú”

Pág. 106 En el próximo N°...



La solución con haba para un futuro más verde y sabroso. Comprueba como conseguir la textura de los lácteos, sin ellos.

Hay que reconocer que cada vez más consumidores creen que no consumir lácteos aporta múltiples beneficios a la salud. Prepare sus aplicaciones para el futuro haciéndolas libres de lácteos para responder tanto a las políticas más estrictas sobre nitrógeno como a los deseos cambiantes de los consumidores. Ofrecer alternativas a los lácteos que proporcionen un sabor exquisito y una textura aireada es todo un reto, pero con los ingredientes de BENEIO se convierte en pan comido.

Descubra nuestra solución alternativa para un queso estilo feta que hará la boca agua a los consumidores amantes del queso. BENEIO lo pone fácil en esta nueva revolución quesera. ¡Póngase en contacto con nosotros para conseguir nuestra innovadora receta!

Aproveche el momento y opte por las habas como alternativa de origen vegetal.



¿quiere saber más sobre BENEIO?

Escanea aquí.

www.beneio.com

beneio
connecting nutrition and health

NUEVO ETIQUETADO DE LOS VINOS

Las etiquetas deberán incluir información sobre: valores energéticos, intolerancias o alergias, declaración nutricional y lista de ingredientes

Carmen González Chamorro.

Departamento de Química y Tecnología de Alimentos de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM)

El 8 de diciembre de 2023 entró en vigor el nuevo etiquetado del vino, cuyo principal objetivo es garantizar la seguridad alimentaria y el derecho a la información de los consumidores. La sociedad actual desea saber cada vez más sobre los productos que consume, para tomar decisiones informadas sobre el amplio abanico de oferta disponible en el mercado para cada categoría. La implementación de esta nueva normativa va a satisfacer las necesidades de consumidor digital, con rápido acceso a la información o “hiperconectado”, siendo una oportunidad para el sector, cada vez más implicado en los procesos de digitalización. Esta normativa responde a las necesidades y tendencias del consumidor actual, que reclama productos saludables y sanos.

Este cambio en las normas de etiquetado de los vinos y vinos aromatizados son el resultado de la publicación del nuevo Reglamento de la UE 2117/2021 que obliga a incluir la información nutricional y lista de ingredientes además de la información alimentaria incluida en los reglamentos de la UE 1169/2011 y 1308/2013.

Todos los vinos y vinos aromatizados vendidos en la UE, tanto en el mercado tradicional como en la tienda online, están legalmente obligados a proporcionar la información requerida, en la etiqueta física del producto o facilitarla electrónicamente mediante etiqueta electrónica, código QR o un enlace a la web, siempre y cuando el código QR esté disponible en el producto (ver figura 1). Es importante resaltar

que la información contenida sobre ingredientes en las etiquetas digitales o códigos QR no puede reemplazar la información obligatoria presente en la etiqueta, tan solo complementarla.

Las etiquetas deberán incluir información sobre: valores energéticos, intolerancias o alergias, declaración nutricional y lista de ingredientes.

Según el Reglamento (UE) 1169/2011 se entiende por ingrediente cualquier sustancia o producto, incluidos aromatizantes, aditivos alimentarios y enzimas alimentarias, o cualquier componente de un ingrediente compuesto, utilizado en la fabricación o preparación de un producto alimenticio y todavía presente en el producto terminado, posiblemente en una forma modificada; los residuos no se consideran ingredientes.

Como ingredientes deberemos incluir (en orden decreciente de peso), la uva, como ingrediente más importante del vino, seguida del resto de materias que se le añaden al vino, cuando representen el 2 % o más, como sacarosa o mosto de uva concentrado o aditivos conforme al reglamento (UE) 2022/68. Los ingredientes que constituyan menos del 2 % pueden enumerarse en un orden diferente después de los demás ingredientes.

La información nutricional debe indicarse por cada 100 mL y deberá incluir valor energético incluido en las etiquetas con el símbolo (E) y calculado utilizando los factores de conversión enumerados en el anexo XIV del Reglamento (UE) 1169/2011. El

“El valor energético E (kcal o kj) aporta más información al consumidor que la tabla nutricional”

valor energético E (kcal o kj) aporta más información al consumidor que la tabla nutricional completa, que deberá expresarse de forma obligatoria según: grasas y ácidos grasos saturados, hidratos de carbono y azúcares, proteínas y sal, y opcionalmente; ácidos grasos monoinsaturados y poliinsaturados, polialcoholes, almidón, fibra alimentaria y vitaminas y minerales en cantidades significativas, información que quedará recogida en la etiqueta digital.

La información sobre intolerancias y alérgenos tiene carácter obligatorio y debe estar incluida en la etiqueta física del producto. Cualquier alérgeno potencial también deberá figurar de forma destacada en la etiqueta del vino y enumerarse bajo la palabra “Contiene”. Las sustancias o productos que causan alergias o intolerancias están recogidas en el anexo II del Reglamento (UE) 1169/2011. Aunque no son muy frecuentes las alergias producidas por bebidas alcohólicas, es una problemática preocupante para aquellos que las padecen y es importante estar bien informado sobre la compatibilidad del vino y las posibles restricciones alimentarias de los consumidores.

Los alérgenos que pueden estar presentes en el vino pueden ser



Carmen González Chamorro.

“El nuevo etiquetado favorece la comunicación de la información al consumidor de forma sencilla y fácil”

endógenos o exógenos. Entre los alérgenos de carácter endógeno podemos encontrar las aminas biógenas (histamina), cuyo origen pueden ser los procesos de maceración, fermentación o crianza, o las proteínas transportadoras de lípidos (LTPs), cuyo origen es la uva, levaduras y bacterias. Los alérgenos exógenos pueden aparecer en el vino como consecuencia de su uso en el proceso de vinificación, entre los que podemos encontrar: sulfitos, implicados en el proceso de conservación, y claras de huevo, caseína, gelatina, isinglass, chitosan y gluten, la inmensa mayoría de ellos implicados en los procesos de clarificación y acabado de los vinos.

Aunque el propio proceso de clarificación debería eliminar estas sustancias, con el fin de minimizar los riesgos causados por la ingesta

de una sustancia alergénica, la botella deberá estar etiquetada con el fin de indicar la posible presencia de alérgenos remanentes.

Este nuevo etiquetado del vino, tanto físico como digital, consecuencia de los cambios normativos de la UE, presenta ventajas no solo para el consumidor sino también para el sector productor, ya que favorece la comunicación de la información al consumidor de una forma sencilla y fácil, aumenta la transparencia y confianza en el sector y promueve la armonización de distintas normas de la industria alimentaria.

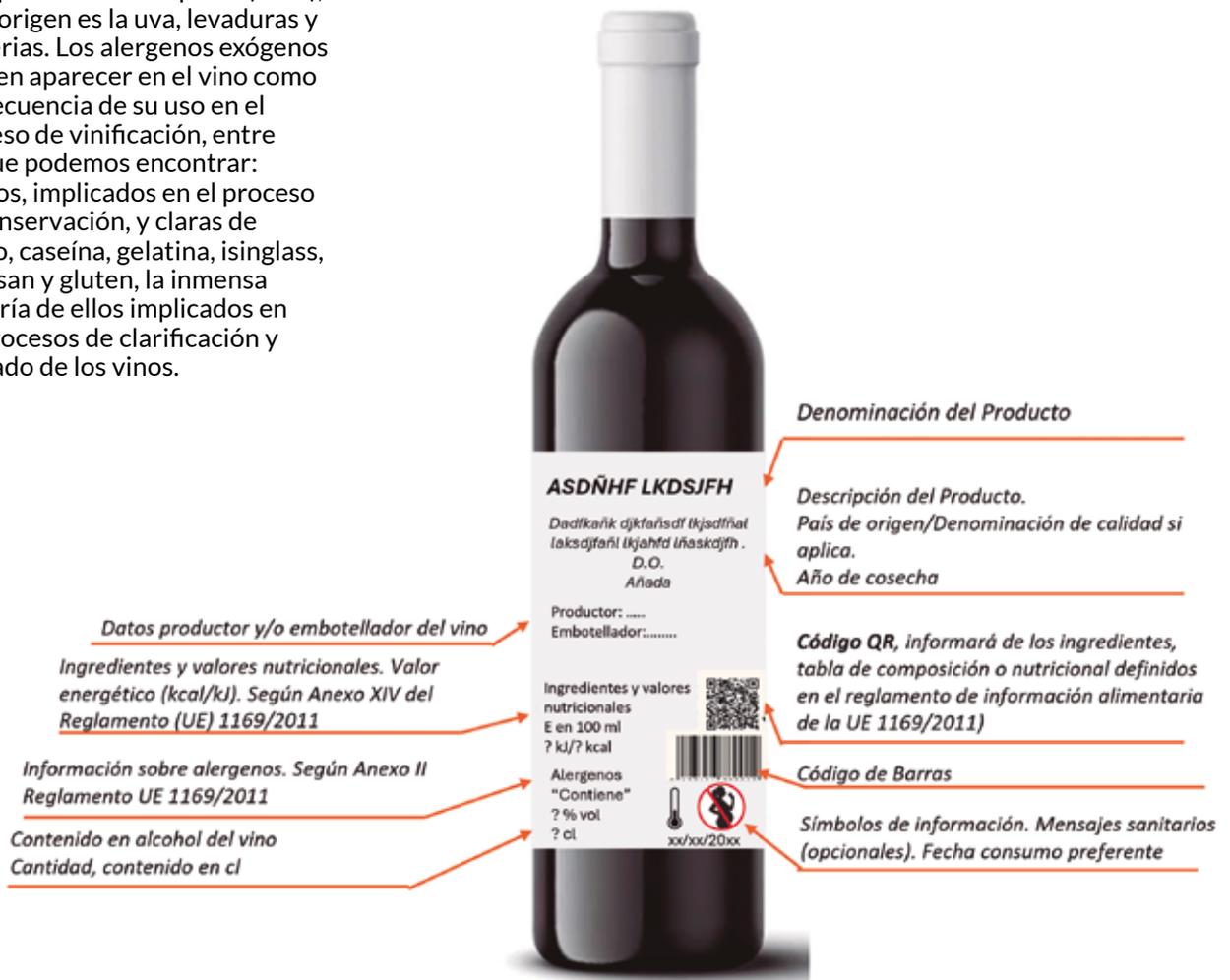


Figura 1.- Aspectos que debe incluir una etiqueta de vino según el nuevo sistema de etiquetado.