

Hola

ELABORADOS

SOSTENIBILIDAD

// Cómo transformar un gas nocivo en un azúcar comestible

MUNDO ANIMAL

// Plantas aromáticas para piensos de acuicultura

FRESCOS

// Nuevo kit para lograr frutos rojos más seguros



Luz verde a las mejores opciones alimenticias.

Aumenta la confianza del consumidor con los ingredientes BENEEO.

En la actualidad, los consumidores buscan hacer coincidir la necesidad de disfrutar de un estilo de vida saludable con la preocupación de lo que comen – examinan la información nutricional en los envases de los productos que consumen. Sin embargo, con tanta información disponible, ¿en qué pueden confiar y cuál es la mejor opción? Los consumidores buscan soluciones simples y se centran en ingredientes que conocen. Las marcas pueden ganar su lealtad siendo transparentes, ayudándoles a elegir las mejores opciones en alimentación. Mejore el contenido nutricional de sus productos con los ingredientes funcionales de origen natural de BENEEO.

Síguenos en: [in](#) [▶](#) [t](#)
www.beneo.com

beneo
connecting nutrition and health

Calidad y salud, la mejor pareja para los productos elaborados

Nadie tiene dudas de que los productos frescos deben tener un peso importante en nuestra cesta de la compra porque son imprescindibles para mantener una dieta equilibrada. No sucede lo mismo cuando pensamos en la palabra “elaborados”... Sin embargo, el aceite, los derivados cárnicos o los productos de panadería y bollería, algunos de los alimentos elaborados más representativos, son integrantes clave de nuestra industria agroalimentaria y también deben estar presentes en nuestro plato, cada uno en la cantidad adecuada recomendada por los expertos en nutrición y salud. Si pensamos en una tostada con aceite de oliva y jamón serrano, todos estamos de acuerdo en su idoneidad, y en que estos alimentos son piezas irremplazables de la Dieta Mediterránea y de nuestra cultura gastronómica.

La evolución de estos sectores es continua, tanto para mejorar la eficiencia de su producción, como para garantizar la calidad y seguridad de sus productos. Esto es palpable sobre todo en el caso de los derivados cárnicos, que buscan nuevos sistemas para asegurar la calidad y evitar el fraude.

Por su parte, el aceite de oliva es uno de los productos más estudiados. En las próximas páginas podremos comprobar cómo avanzan las investigaciones para conocer los mecanismos que producen sus numerosos beneficios en nuestra salud. También estaremos al tanto de cómo trabaja el sector para mejorar su forma de extraer el aceite, su aprovechamiento de los residuos, etc.

No nos olvidamos de dar a conocer algunas investigaciones que buscan lograr productos de panificación más saludables, mediante el uso de cereales antiguos, o la incorporación de ingredientes novedosos.

Esperamos que nuestros contenidos les resulten de 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 y Sara Cowley
Coordinación: Cristina García Blanco
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

Impreme: Gráficas Jomagar S.L.
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. Ex 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

Sumario

Especial Elaborados

El aceite, los derivados cárnicos o los productos de panadería y bollería son algunos de los alimentos elaborados más representativos, además de ser integrantes clave de nuestra industria agroalimentaria. La evolución de estos sectores es continua, tanto para mejorar la eficiencia de su producción, como para garantizar la calidad y seguridad de sus productos. Sin olvidarnos de avanzar en el desarrollo de opciones más saludables, en línea con las demandas de los consumidores.

PÁG. 20



Sostenibilidad

Cómo transformar un gas nocivo en un azúcar comestible

PÁG. 65



Mundo Animal

Plantas aromáticas para piensos de acuicultura

PÁG. 71



Frescos

Nuevo kit para lograr frutos rojos más seguros

PÁG. 88

+ contenido

- 6 "Nuestro Comité opina..."
- 8 Servicios Energía
 - GLP, un paso hacia la sostenibilidad del planeta
- 12 **Entrevista a Fernando Móner, Presidente de CECU**
- 20 Especial Elaborados
 - Efectos en la salud cardiovascular de dos biomoléculas del aceite de oliva ❤️
 - Aceite de oliva frente a la enfermedad de Parkinson
 - Avances para extraer aceite de oliva virgen más saludable
 - Plástico sostenible a partir de los huesos de oliva
 - Nueva herramienta genética para deducir el origen ibérico de la carne
 - Inteligencia Artificial para detectar fraudes en el jamón ibérico 📄
 - Aperitivos saludables que facilitan el consumo de frutas y verduras ❤️
 - En busca de una "cesta saludable" para la alimentación infantil
 - Elaboración de panes de trigo de la variedad tradicional Xeixa
- 44 Servicios
 - Nuevas indicaciones para el registro de tu marca tridimensional
- La crisis de la COVID-19 provoca restricciones a la exportación
- Platos al vacío a baja temperatura, la mejor ayuda para los chefs
- Un máster para la sostenibilidad del sector agroalimentario
- "Es muy difícil identificar si la evaluación de un CV o de un artículo puede tener detrás un sesgo de género"
- Plátano de Canarias IGP, principal fruta con sello europeo de calidad diferenciada en España
- 58 Conservación
 - Platos preparados de alta calidad para mercados internacionales ⚠️
- 62 Bebidas
 - Nuevo proyecto para disminuir la incidencia de la podredumbre blanca
 - Levaduras a la carta para mejorar la producción de bebidas alcohólicas
- 65 Sostenibilidad
 - Cómo transformar un gas nocivo en un azúcar comestible ⚡️
 - Uso de enemigos naturales para combatir insectos plaga en cultivos
- 71 Mundo Animal
 - Plantas aromáticas para piensos de acuicultura
- Estudian cuál es la mejor alimentación para las vacas nodrizas
- Programa europeo MEDITS: 25 años analizando los ecosistemas marinos del Mediterráneo
- 78 Distribución y Logística
 - Consumidor y COVID-19: nuevos hábitos y su impacto en la industria del retail y el consumo
 - ¿Cómo influyen los olores en los puntos de venta?
- 83 Materias Primas
 - Industria láctea internacional - Ingredientes prebióticos en productos lácteos
 - Identifican genes de referencia útiles para la mejora genética del trigo
- 88 Frescos
 - Estudio de notoriedad en consumidores sobre la denominación comercial "anchova del Cantábrico"
 - Nuevo kit para lograr frutos rojos más seguros 📄
- 94 Alimentación Especial
 - Bacterias lácticas de aceitunas de mesa con potencial probiótico
 - El cacao mejora la microbiota intestinal en casos de diabetes tipo 2 ❤️
- 98 Artículo: "COCINAS EN LA ANTÁRTIDA: Base Antártica Española Gabriel de Castilla"
- 106 En el próximo N°...



VIAJES EL CORTE INGLÉS PRIMERA AGENCIA DE VIAJES AL SERVICIO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

ESPECIALISTAS EN FERIAS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

Viajes El Corte Inglés destaca por su experiencia en la organización de Ferias Agroalimentarias a nivel Nacional e Internacional.

Más información:

División Agroalimentario Almería

Avda. Montserrat, 2

Tel.: 950 620 780

agroalimentarioalmeria@viajeseci.es

División Agroalimentario Huelva

Palacios, 10 | Bajo Derecha

Tel.: 959 540 616

agroalimentariohuelva@viajeseci.es

División Agroalimentario Sevilla

Ctra. Camino de las Erillas, s/n

Tel.: 954 578 779

agroalimentariosevilla@viajeseci.es

VIAJES El Corte Inglés

AGROALIMENTARIO

Proyecto AnnualFoodAgenda de EIT Food: alianzas entre ciencia y empresa

Esta iniciativa busca inspirar a las nuevas generaciones para aumentar su conocimiento sobre el mundo de la alimentación

Mariana Silva y M.Victoria Moreno-Arribas
Instituto de Investigación en Ciencias de la Alimentación (CIAL), CSIC-UAM
victoria.moreno@csic.es

Aunque no seamos conscientes, la ciencia ha pasado a ocupar un lugar tan relevante en nuestra sociedad que es inevitable la rápida evolución que estamos viendo. Esta realidad ha tomado todavía más fuerza en un contexto en el que la prioridad principal es atajar la actual crisis sanitaria y social COVID-19 que sufren todos los países del mundo. En el proceso de lucha contra el coronavirus SARS-CoV-2, la ciencia y la tecnología están desempeñando un papel imprescindible.

Por su parte, las empresas cada vez tienen más necesidad de la ciencia y además lideran este camino para llegar hasta la sociedad directamente. La ciencia por sí sola no es capaz de dar solución a los retos que demanda la sociedad: detecta la solución y actúa para abordar cómo llevarla a cabo, pero si no interviene la empresa como elemento capaz de transformar la sociedad, difícilmente conseguiremos la solución tan necesaria de los retos tan complejos a los que nos enfrentamos.

En el ámbito de la industria alimentaria, uno de sus desafíos es generar productos y servicios que

“ Las actividades fomentan el diálogo entre expertos y consumidores ”



Victoria Moreno.

resuelvan necesidades relevantes de la población. Y, para ello, no solo es inevitable partir del conocimiento científico, sino que este gran desafío difícilmente podría ser afrontado con posibilidades de éxito sin la colaboración entre la administración, las instituciones de investigación y la empresa.

La Unión Europea, consciente de esta necesidad, puso en marcha en 2018 el proyecto EIT Food (<https://www.eitfood.eu>), una iniciativa impulsada por el Instituto Europeo de Innovación y Tecnología (EIT) que trata de colocar a Europa en el centro de la revolución mundial en los campos de la innovación y la producción alimentaria. Su misión es construir una comunidad inclusiva e innovadora en la que el consumidor participe activamente, buscando el beneficio socio-económico en el contexto alimentario. La estructura regional de EIT Food se extiende por toda Europa. Su sede central se ubica en Lovaina (Bélgica) y cuenta con cinco nodos. El Nodo Sur integra socios de distintos países, así como agentes de innovación, y tiene su sede en España.

EIT Food es un gran consorcio europeo cuyo objetivo es modernizar el sector alimentario. Para ello se basa en la ejecución de diferentes proyectos de investigación entre los socios con aplicación en diferentes objetivos estratégicos: aumentar la confianza del consumidor en el sistema alimentario, crear opciones de alimentación más saludables, conectar el sistema con el consumidor, mejorar la sostenibilidad, promover el emprendimiento y la innovación en el sector de la alimentación e impulsar la enseñanza en este ámbito a través de programas de capacitación avanzada.

Como ejemplo de éxito, el proyecto #TheAnnualFoodAgenda (<http://annualfoodagenda.com/>) es una iniciativa centrada en el consumidor, que tiene entre sus objetivos inspirar a las nuevas generaciones para aumentar su conocimiento sobre el mundo de alimentación, impulsando la toma de decisiones saludables y sostenibles, fomentar el pensamiento crítico sobre los alimentos que se consumen o promover los últimos avances en el campo de la alimentación. El proyecto atrae a los consumidores, los alienta a pensar en los alimentos que consumen e involucra a su vez a toda la cadena de valor. Los socios de la actividad desarrollan conjuntamente una agenda de eventos interactivos, desplegando actividades de difusión en diferentes regiones europeas para lograr una amplia resonancia y cobertura de temas alineados con los objetivos de EIT Food. Estos eventos interactivos están dirigidos al público en general, con un enfoque particular en la población más joven, los productores de alimentos y los interesados en la alimentación. La agenda incluye actividades como exhibiciones interactivas, cafés científicos y talleres de actividades prácticas, diseñadas para inspirar

el debate y fomentar el diálogo entre expertos y consumidores, utilizando dinámicas de co-creación para fomentar el intercambio entre la academia, la industria, los productores y los consumidores en entornos cotidianos.

Annual Food Agenda organiza eventos temáticos en tres países: España, Reino Unido y Polonia. El proyecto cuenta con la participación de ocho socios, incluyendo empresas de la industria alimentaria, universidades y centros de investigación de cuatro países: España: Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Universidad Autónoma de Madrid-IMDEA Alimentación, Grupo AN; Polonia: Maspex e Instituto de Reproducción Animal e Investigación de Alimentos de la Academia de Ciencias de Polonia; Reino Unido; Universidad de Cambridge, PepsiCo, y Finlandia: VTT-Centro de Investigación Técnica de Finlandia.

A lo largo de 2019, Annual Food Agenda organizó 33 eventos temáticos de comunicación científica. Más de 5.000 personas, incluyendo niños, estudiantes y público general, asistieron a los diferentes eventos, además de todas aquellas que participaron a través de las redes sociales y de la web. Gracias a nuevos canales de gestión de la comunicación se abordan temas relacionados con la confianza del consumidor en los alimentos, preferencias de los consumidores, sostenibilidad, seguridad alimentaria y nuevos desafíos en alimentación y salud, poniendo en valor el compromiso público, la educación científica y la ciencia abierta. ■



Una de las actividades celebradas.