

# Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

15 de junio de 2023



## HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



¿En qué país han subido más los precios del aceite de oliva?

Investigan variedades de olivo adaptadas a condiciones de sequía.

Recuperación de las exportaciones comunitarias a los dos años de la suspensión de aranceles adicionales por EEUU.

Todo lo que tienes que saber sobre el etiquetado nutricional de los alimentos.

Nuevo proyecto para transformar el alperujo.

La variable salud es muy importante para gran parte de los consumidores en todo el mundo.



### Siéntete parte de la agricultura del futuro

En CaixaBank queremos apoyar a todas las personas que transformáis el sector agroalimentario. Por ello, hemos creado el mayor **ecosistema de innovación agro** con el que podremos poner en marcha nuevos proyectos de digitalización, dar un impulso a jóvenes y mujeres a través de la innovación y ofrecer acceso a Fondos Next Generation EU para una agricultura sostenible.

Entra en cualquiera de nuestras más de 1.600 oficinas, que cuentan con más de 3.000 gestores especializados, o en [CaixaBank.es/agrobank](https://www.caixabank.es/agrobank) y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



AgroBank

# ¿En qué país han subido más los precios del aceite de oliva?

La corta campaña de aceite de oliva 2022/23 en Italia y España no sólo ha traído un aumento de precios del aceite de oliva en origen en todos los países productores del arco mediterráneo, sino que, además, ha favorecido al sector olivarero griego que ha encontrado una oportunidad para mejorar su posición vendedora.

Así, tal y como se puede apreciar en las tablas adjuntas, en la categoría de virgen extra se puede observar que Italia, que partía desde hace muchos años con una posición de precios por delante de España y Grecia sigue manteniendo la misma y se ha visto obligada a reducir la subida de precios en torno a los 10 puntos respecto a los otros países competidores. Con un precio de 6,12€/kg y un aumento del 44% se mantiene como el país con precios más altos, mientras que España experimenta una subida de las cotizaciones del 55%, hasta situarse en un precio medio de 5,31€/kg.

Pero es el caso de Grecia donde se observa un mayor acercamiento a los precios que se fijaban en España e Italia, ayudado sobre todo porque la producción de aceite de oliva en este país ha sido muy superior a la media de las últimas campañas. La necesidad de Italia de comprar mayores volúmenes en el exterior ha ayudado a los operadores griegos a negociar mejores contratos.

Esta favorable situación de los precios también se ha visto muy marcada en la categoría de aceite de oliva virgen, donde podemos observar muy pequeñas diferencias entre las cotizaciones de los tres países; y en este contexto es digno de mencionar como Grecia se convierte en el país donde se han producido los mayores incrementos de precios en origen, con un 74%.

	Precio en origen	Evolución Abril 2022 vs Abril 2023
ESPAÑA	530,8 €/100 kg	55%
ITALIA	612,5 €/100 kg	44%
GRECIA	502,1€/100 kg	52%

Fuente: Comisión Europea.



		Evolución Abril 2022 vs Abril 2023
ESPAÑA	502,4 €/100 kg	52%
ITALIA	505 €/100 kg	63%
GRECIA	475,6 €/100 kg	74%

Fuente: Comisión Europea.

Fuente: Olimerca

## Investigan variedades de olivo adaptadas a condiciones de sequía

Finca La Pontezuela, en colaboración con la Universidad de Córdoba (UCO), ha iniciado un proyecto de investigación para analizar la adaptación de variedades de olivo de diferentes países al cultivo en seco.

El ensayo, que evaluará 12 variedades procedentes de Marruecos, Túnez, Italia, Grecia, Turquía, Siria e Irán, y también de España, se realizará en un total de 5 hectáreas de terreno.

La evaluación agronómica de estas variedades de olivo, adaptadas a condiciones climatológicas adversas, de baja pluviometría y altas temperaturas, tiene como objetivo estudiar las posibilidades de plantación en España y examinar su comportamiento, además de su adaptación al cambio climático, según ha informado Finca La Pontezuela.

El proyecto se llevará a cabo en colaboración con un equipo de investigadores de la Unidad de Excelencia María de Maeztu-Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba (DAUCO) especializados en el campo de la olivicultura a través de un convenio de colaboración que tiene una vigencia de cinco años prorrogables.

Para el presidente de Finca la Pontezuela, Juan Antonio Gómez-Pintado, “es la primera vez que se realiza un proyecto de investigación de estas características en España, que una universidad pública y empresa, y que tiene el propósito de estudiar la adaptación de variedades de olivar de otros países al cambio climático para su posterior implantación en nuestro país”.



**El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar**

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life Kubota

les.kubota.eu.com / @kubotaspain / #kubota



Según el investigador Carlos Trapero, del Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba, “esta investigación permitirá avanzar en el conocimiento de la tolerancia de distintas variedades de olivo a condiciones de falta de agua, así como de los posibles mecanismos involucrados”.

Fuente: [Mercacei](#)

## Recuperación de las exportaciones comunitarias a los dos años de la suspensión de aranceles adicionales por EEUU

**M<sup>a</sup> José Maluenda Garcia. Ingeniero Técnico Agrícola**

A mediados de junio de 2021, la UE y EEUU llegan a un acuerdo de suspender la aplicación mutua de aranceles adicionales por un periodo de 5 años, una excelente noticia para todos los sectores, como manifestó el Ministro de Agricultura Luis Planas “es una vuelta a la senda del multilateralismo en el comercio internacional, que pone fin al gravamen que afectaba al sector agroalimentario español en los principales productos de exportación: aceite de oliva envasado, aceitunas verdes, vino envasado con graduación alcohólica inferior a 14%, quesos, cítricos, entre otros, que les permitirá recuperar los flujos de exportación a EEUU”. Para las aceitunas negras españolas el 12/01/2023, EEUU baja los aranceles menos del 4%, desde el 14,97% al 11,08%. Tasa que sumada a otro concepto de "antidumping" de casi el 20 % supone un arancel de casi 31 % para los exportadores de España, sólo un ligero descenso frente al 35 % impuesto antes de la corrección. La delegación de la Unión Europea (UE) ante la Organización Mundial del Comercio (OMC), ha expresado su desacuerdo ante los nuevos aranceles compensatorios impuestos por EEUU a la importación de aceitunas negras españolas, La UE ha concedido desde el principio suma importancia a este conflicto comercial, ya que temía que una decisión de la OMC favorable a Washington fuera utilizada por EEUU como precedente para desafiar la política de subsidios agrarios de Europa bajo el paraguas de la PAC. Igualmente, señalo que «EEUU ha intentado con una serie de cambios superficiales bajar muy poco el arancel» y sigue «cuestionando la ilegalidad de todas las ayudas europeas» a los productos agrícolas, pese a lo dictaminado por la Organización Mundial del Comercio (OMC). Por eso, sostiene que la UE tendrá que forzar a Estados Unidos para que elimine esa medida arancelaria en el nuevo proceso burocrático que se abre ahora, con la creación de otro panel que lleve a EEUU ante la OMC.



**Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar**

**bioland**  
ENERGY

  
GRUPO  
oleícola**jaén**

Av. Viñes, KM 3.5 - La Carolina (Jaén)  
(+34) 953 68 08 15 - [bioland@grupoleicolajaen.com](mailto:bioland@grupoleicolajaen.com)

Desde el inicio de la aplicación de aranceles adicionales, he creído necesario seguir el alcance de estas medidas en el sector agrícola comunitario y principalmente en España, en los artículos sobre el comercio entre la UE y EEUU en 2018, en el primer semestre de 2020, el comercio comunitario con EEUU con la eliminación de aranceles durante cuatro meses, y posteriormente aplicable a cinco años a partir de mediados de 2021. En este estudio, analizaremos el comercio en los dos años de aplicación de la eliminación de aranceles adicionales, con resultado positivo para las exportaciones comunitarias y españolas en 2022. El sector exportador comunitario en 2022 se multiplica por 2,4 al valor de las importaciones, lo que ha supuesto una recuperación de las exportaciones con un crecimiento interanual 18,6%, y de 29,8% respecto a 2018. Las importaciones han registrado un aumento interanual de 30,2%, y una caída de 3,3% respecto al mismo periodo (cuadro 1).

Ver artículo completo [aquí](#)

Fuente: [Agrodigital](#)

## Todo lo que tienes que saber sobre el etiquetado nutricional de los alimentos

La inflación ha obligado a los hogares a modificar sus hábitos alimentarios. Según una [encuesta de la OCU](#), las dificultades económicas han propiciado que los españoles hayan reducido el consumo de productos frescos como la carne y el pescado (32%), pero también las frutas y verduras (18%).

Tanto es así que hay una tendencia que se ha hecho viral en las redes sociales: comprar con 50 euros una cesta equilibrada, ver cuántos productos se pueden adquirir y si son de alta o baja calidad. Y, aunque parezca fácil, lo cierto es que en los últimos tiempos es muy difícil lograrlo: es incluso más sencillo copiar alguno de los bailes de los 'tiktokers' más conocidos. Pero eso no quiere decir que los consumidores dejen de preocuparse por lo que comen.

Los datos avalan esta creencia. Un [estudio del Ministerio de Agricultura](#) destaca que 7 de cada 10 consumidores consulta el etiquetado de los productos siempre o casi siempre, aunque se aprecian diferencias dependiendo de la edad de los consumidores, siendo los mayores de 55 años los que menos leen el etiquetado. Los aspectos más importantes para el consumidor son: fecha de caducidad o consumo preferente, lista de ingredientes y condiciones de conservación y utilización.

En cuanto a las manías, la mayoría prefiere que el etiquetado refleje el listado de ingredientes completo para saber qué come. En total, 9 de cada 10 consumidores se decanta por conocer los

**NUTRI NAV**

### ¿Sacas hasta la última gota a tu software de gestión?

Nosotros te decimos cómo

[Solicita una demo](#)

Oficinas en: SEVILLA · ZARAGOZA · VALLADOLID | Tel: 900 909 619 | info@ayanet.es | basado en Microsoft Dynamics 365 Business Central | www.nutrinav.es



valores nutricional al completo. De hecho, 3 de cada 10 deja de comprar algún alimento por tener algún ingrediente que no le guste.

## El caso de Nutriscore

Cuando vamos al supermercado, en la mayoría de productos, nos encontramos con un etiquetado nutricional llamado Nutriscore. Esta ilustración presente en algunos productos es una herramienta de política de salud pública para promover dietas saludables. Los primeros etiquetados frontales fueron creados en 1989 en los países nórdicos bajo el nombre de Keyhole y a partir de entonces empezaron a surgir nuevos conceptos para intentar explicar los valores nutricionales a los consumidores, aunque el más conocido a nivel mundial es el Healthy Choice.

Más tarde, España se sumó a seis países europeos, Bélgica, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos y Suiza, para implementar el Nutriscore de forma voluntaria -porque no hay un real decreto aprobado sobre el tema- para que hubiera un mecanismo de coordinación transnacional y así facilitar el uso de un etiquetado común. El logotipo consiste en cinco colores (de verde oscuro a naranja oscuro) asociados a cinco letras (de la A a la E) que describen cinco niveles de calidad nutricional. La clasificación en una u otra categoría se realiza mediante el cálculo de una puntuación global relativa al contenido de nutrientes en 100 g de producto: los considerados "menos favorables" desde el punto de vista nutricional (calorías, azúcares, ácidos grasos saturados y sodio) y los "más favorables" (proteínas, fibra alimentaria y porcentaje de frutas, hortalizas, legumbres, frutos secos y aceites de oliva, colza y nuez).

## El debate en la Unión Europea

Pero en el seno de la Unión Europea (UE) existe un debate legal sobre [la información alimentaria que se debe facilitar al consumidor](#): "El Nutriscore no tiene en cuenta el compuesto antioxidante del aceite de oliva y da la misma valoración al aceite de oliva virgen extra que a un aceite refinado vegetal que lo único que tendría sería el valor de los ácidos grasos", comenta Rafael Urrialde, vocal de la Junta Directiva de la Sociedad Española de Nutrición (SEÑ) y doctor en Ciencias Biológicas por la Universidad Complutense de Madrid. Y es que el Nutriscore no evalúa dentro de la dieta global las vitaminas, los minerales o los ácidos grasos esenciales: "El Nutriscore tiene deficiencias que perjudican de manera clara el aceite de oliva virgen y el aceite de oliva virgen extra. Es sorprendente que el aceite de oliva virgen extra obtenga la misma puntuación que el aceite refinado cuando estamos hablando de calidad nutricional e indiscutiblemente hay que tener todos los parámetros en cuenta", enfatiza Rafael Urrialde.

El portavoz de la Comisión Europea de Salud, Seguridad Alimentaria y Transporte, Stefan De Keersmaecker, explica que en consonancia con la estrategia [De la Granja a la Mesa](#) y el [Plan Europeo de lucha contra el cáncer](#) están trabajando en la revisión del reglamento sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. "Como en todas las propuestas legislativas, se está preparando

**oliveCEPT®**  
Pulsos Eléctricos: más aceite y mejor calidad  
Optimiza la extracción de aceite de oliva con la tecnología de pulsos eléctricos

- Mayor rendimiento de AOVE
- Calidad mejorada
- Mejor eficiencia

Infórmate sin compromiso



una evaluación de impacto. Se basa en pruebas científicas aportadas por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA), el Centro Común de Investigación, consultas con ciudadanos, partes interesadas y encuestas específicas a Estados miembros, empresas, PYME y organizaciones de consumidores y de salud", dice el portavoz de la UE.

Actualmente existen seis tipos de etiquetado en la Unión Europea: la barra de colores y letras del Nutriscore, el logo de herradura, el sello de elección saludable, el símbolo del corazón, las baterías del NutrInform Battery y el semáforo. Según los datos de la Región Europea de la OMS sobre salud alimentaria, los gobiernos de 15 países han respaldado una política de FOPL (del inglés Front-Of-Pack-Labeling) interpretativa y en 13 de ellos se ha adoptado un logotipo.

### La importancia del logotipo

"Nuestra ambición es capacitar a los consumidores para que tomen decisiones alimentarias informadas, saludables y sostenibles", argumenta el portavoz de la UE en materia alimentaria. Desde Bruselas aún no se han pronunciado y lo harán en el último semestre de este año. "No se tienen que crear sistemas paralelos porque quien tiene que aprobar las alegaciones de salud, la información nutricional y los parámetros que tiene que tener el etiquetado es la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA)", recalca Rafael Urrialde. Este organismo europeo está formado por más de 9.000 científicos y son los que dan su visto bueno en cualquier tema relacionado con la seguridad alimentaria comunitaria. Posteriormente es el Parlamento quien lleva la regularización para la autorización y publicación en el Diario Oficial de la UE. La crisis por la falta del cuidado de los alimentos en los años 90 llevó a crear la EFSA para conseguir un criterio científico riguroso respecto a lo que comen los consumidores.

El etiquetado de los octógonos en Latinoamérica, apoyado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS), se originó en Chile y ya hay más de 10 países de la región que han adoptado la misma medida. Los octógonos, de color negro, son etiquetados asépticos porque pone el relieve exclusivamente en los productos con alto contenido de sodio, azúcar, sal, grasas, grasas saturadas y grasas trans.

Los consumidores cuando ven que un producto de Nutriscore lleva la etiqueta verde (A y B) lo añaden a su dieta a grandes cantidades y por el contrario los alimentos en rojo (E) los evita y esto hace que los nutrientes de los alimentos no tengan ningún impacto en la salud. Por eso es importante mejorar la educación nutricional de los usuarios sobre dietas saludables y sostenibles mediante campañas informativas: "Porque lo más importante ya no es solo el producto, sino la cantidad y la frecuencia de consumición", enfatiza Rafael Urrialde.

Fuente: [El Periódico de España](#)



# Nuevo proyecto para transformar el alperujo

Bajo el nombre Green APP: Green alpeorujo processing plant se ha puesto en marcha un proyecto para transformar una planta de compostaje de alperujo basada en medios de compostaje tradicionales (mezcla de éste con otras materias primas), en una planta industrial que pueda procesar una gran cantidad de alperujo y en menor tiempo, obteniendo a su vez un producto de mayor calidad.

Este proyecto cuenta con la participación de Citoliva, el Centro Tecnológico Metálico y del Transporte (Cetemet), BTM Simbiosis, la Diputación de Jaén, la SCA Oleícola Valdepeñas de Jaén, con la colaboración de Única Group.

## Objetivos

Entre los objetivos de este proyecto se encuentran:

- Que el modelo de compostaje propuesto en el proyecto se pueda asimilar a un modelo industrial y que sea viable económicamente.
- Que el proceso desarrollado permita la obtención de una enmienda orgánica de alta calidad.
- Tender a la eliminación de todos los sub-productos producidos por una almazara, en especial los más contaminantes.
- Reducción de los tiempos de compostaje que redunden en un programa de alta viabilidad económica.

## Resultados esperados

- Una reducción notable de las emisiones de CO<sub>2</sub>.
- Un aumento de la calidad del compost resultante.
- Industrialización del propuesto de compostaje a nivel industrial y económicamente viable.
- Obtención de una enmienda orgánica de alta calidad.
- Eliminación de todos los subproductos producidos por una almazara, en especial los más contaminantes.
- Reducción de los tiempos de compostaje que redunden en un programa de alta viabilidad económica.

Este proyecto comenzó el pasado mes de septiembre y se desarrollará hasta agosto del próximo 2024. Cuenta con un presupuesto de 284.756 euros financiados por la Consejería de Agricultura de Andalucía y el Fondo Europeo Agrario de Desarrollo Rural (FEDER).

Fuente: [Olimerca](#)





# La variable salud es muy importante para gran parte de los consumidores en todo el mundo

Raquel Mateos y Jara Pérez son investigadoras del Instituto de Ciencia y Tecnología de los Alimentos y Nutrición (ICTAN-CSIC) en Madrid

**¿Han cambiado mucho las tendencias de consumo de los hábitos alimentarios en el mercado español en los últimos años?**

Sí, las tendencias de consumo y los hábitos alimentarios en el mercado español han cambiado en los últimos años. Los consumidores españoles cada vez están más preocupados por su bienestar por lo que buscan productos orientados a mejorar su salud física y mental. Los consumidores son cada vez más conscientes de la relación que existe entre la alimentación y la salud y, por ello, demandan alimentos potencialmente más saludables, aunque en ocasiones, dada la baja educación alimentaria de la mayoría de la población, esas elecciones pueden no ser necesariamente las más sanas (por ejemplo, consumiendo ciertos embutidos 'light' como merienda en lugar de fruta fresca). Además, cada vez tienen más interés por los alimentos de origen vegetal, lo que repercute en un menor consumo de carne y una mayor búsqueda de alternativas vegetales de todo tipo de productos.

A esto se le añade su preocupación por el impacto ambiental de los alimentos que compran. El consumidor presenta más conciencia de la sostenibilidad y esto explica la mayor demanda de alimentos ecológicos, por ejemplo, e interés por las marcas responsables y sostenibles. Y, por último, la pandemia de COVID-19 ha impulsado el comercio electrónico y la entrega a domicilio de alimentos, modelo que conjuga a la perfección con el nuevo ritmo de vida y menor tiempo libre, pero que, por el contrario, margina al pequeño comercio que habitualmente no dispone de esta vía de comercialización. Por lo tanto, cada vez más el consumidor español trata de llenar la cesta de la compra de forma que pueda dar respuesta a su mayor conciencia sobre la alimentación saludable con ciertos matices, la sostenibilidad, el impacto ambiental y el estilo de vida.

**El sector del aceite de oliva constata que el consumidor joven no demanda mucho el producto, por preferir comidas procesadas y comida rápida ¿Es una tendencia generalizada que afecta a otros alimentos también?**

Es cierto que el aceite de oliva es menos demandado por el consumidor joven que el de mayor edad. Esta tendencia no es exclusiva del sector del aceite de oliva y también se viene observando en otros alimentos. Este cambio es consecuencia del mayor consumo de alimentos 'ready to eat' por parte del sector juvenil en comparación con los consumidores de mayor edad, lo que se asocia a un estilo



de vida más acelerado y con menor tiempo libre para cocinar. Este cambio ha obligado a la industria agroalimentaria a formular nuevos productos que se adapten a las inquietudes y preferencias del público juvenil.

A este respecto se han detectado dos tendencias, por un lado, muchas empresas están innovando y tratan de crear nuevos productos para ofrecer soluciones que requieran menor tiempo de preparación además de saludables para aquellos jóvenes que no tienen mucho tiempo libre, viven solos, desean comer de forma sana y experimentar con nuevos sabores. Sin embargo, por otro lado, otras empresas han centrado sus estrategias en la educación y la promoción de estilos de vida saludable que incluyan alimentos frescos y naturales. Esta iniciativa responde al interés por lo fresco y productos locales, especialmente a partir de la pandemia, lo que posiblemente repercuta en un mayor consumo de aceite de oliva a la larga por parte de los jóvenes. Aunque la tendencia hacia los alimentos ultraprocesados y la comida rápida es una realidad entre los consumidores jóvenes, existen esfuerzos por parte de la industria alimentaria y de la salud pública para promover una alimentación más saludable y equilibrada que incluya bien alimentos preparados con perfiles nutricionales adecuados o bien preparaciones a base de productos frescos como el aceite de oliva entre otros ingredientes.

### **¿Hasta qué punto la variable salud es una decisión importante para un amplio número de consumidores?**

La variable salud por supuesto que es muy importante para gran parte de los consumidores en todo el mundo. Cada vez más personas han tomado o están tomando conciencia de la importancia que tiene tanto el tipo de alimentos consumidos como las prácticas culinarias, además del estilo de vida en su estado de salud y bienestar. Por ello, el mercado de alimentos y bebidas saludables ha experimentado un incremento importante en todo el mundo, promovido por la demanda de los consumidores que buscan alternativas más saludables. Esto ha dado lugar a un mayor consumo de alimentos frescos y naturales, alimentos orgánicos, productos bajos en grasas y azúcares, alimentos con menor contenido en sal o productos con propiedades nutricionales específicas (ricos en fibra, proteínas, vitaminas y minerales).

Además, los consumidores también se fijan y prestan atención en la seguridad alimentaria y la sostenibilidad de los alimentos que consumen, lo que influye y determina sus decisiones de compra. Aunque aún queda mucho por hacer, pues la prevalencia de ciertas enfermedades prevenibles sigue aumentando, la dieta como herramienta para cuidar de la salud es una variable cada vez más importante para un amplio número de consumidores, y está impulsando un cambio significativo en las tendencias de consumo de alimentos y bebidas en todo el mundo.

**Cada vez es mayor y más abundante la oferta de Food Delivery de comida para llevar a casa. ¿Es un síntoma más del abandono de la cocina tradicional, de dedicar tiempo a la compra y a elaborar comida en casa?**

**LABORATORIO unaproliva**

LABORATORIOS UNAPROLIVA SOCIEDAD ANONIMA  
NIF/CIF A-23319619  
Domicilio: Pol.Ind.Los Olivares C/Mancha Real Parc 38 23009 JAEN  
Telefono 953 240 530 Movil 601 430 255  
Correo Electronico: Lab@laboratoriounaproliva.com  
www.laboratoriounaproliva.com

Especializados en el análisis físico químico y organoléptico del Aceite de Oliva

NUESTRO COMPROMISO EFICACIA Y RAPIDEZ

Efectivamente, nos encontramos en un momento en el que, si bien programas televisivos de cocina o aspectos relacionados con el mundo de la restauración, cada vez generan mayor interés, a la vez se va reduciendo el tiempo dedicado a cocinar en el hogar. Por un lado, es indiscutible que los ritmos de vida actuales, con largas jornadas laborales, distancias que recorrer en las grandes ciudades, etc., no favorecen que exista un espacio diario dedicado a la preparación de alimentos. Sin embargo, en ocasiones también existen percepciones erróneas respecto al tiempo que es necesario invertir para comer de manera saludable, ya que por ejemplo con recursos como legumbres, pescados o verduras en conserva es posible realizar preparaciones nutricionalmente adecuadas de manera rápida.

Y esto enlaza con un concepto del que cada vez se habla más, que es de la alfabetización nutricional, entendida no solo como un conocimiento básico de las propiedades nutricionales de los alimentos, sino también de sus posibilidades de preparación, sus tradiciones de uso, etc. En este sentido, actualmente tenemos ya una generación, en torno a los 40 años de edad, con una falta clara de habilidades culinarias, lo que puede tener graves repercusiones en su salud y en la de sus hijos.

### **Cada vez hay más consumidores que se dejan llevar por mensajes sin base científica en redes sociales o pagados por multinacionales ¿Qué se puede hacer para combatir esta desinformación?**

Sin duda, la cuestión de las falsas informaciones es un problema muy importante en este campo; de hecho, estudios realizados por distintas entidades como la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología o el colectivo “Salud sin bulos” han mostrado que la alimentación es uno de los temas sobre los que circulan más mitos o informaciones sin contrastar. En ese sentido, desde nuestro punto de vista se podrían realizar acciones a varios niveles. Por un lado, los organismos públicos relacionados con la materia, como la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), o entidades autonómicas, deberían tener como un objetivo prioritario el convertirse en referentes para la población general; en ese sentido, durante la pandemia hemos visto cómo, junto con fake news, ha habido discursos científicos rigurosos que han tenido un amplio calado en la población.

Por otro lado, es importante que en la escuela, desde los primeros años, se forme a los niños y jóvenes en aspectos como el pensamiento crítico, entender cómo funciona el método científico... Estas cuestiones son muy importantes para que cuando, por ejemplo, les llegue a través de redes sociales una “información” sobre el último alimento anticancerígeno, sean capaces de mirar si trata de un estudio in vitro o un estudio in vivo, con implicaciones muy diferentes. Los propios investigadores debemos trasladar nuestros conocimientos a la sociedad mediante el contacto con los medios de comunicación, organizando charlas o talleres... para poder trasladar cómo se investiga y en qué consiste el proceso real de conocimiento, alejado de esos “hallazgos espectaculares” que suelen circular por redes sociales.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

