

AEAZN

Asociación Española de
Autocontrol de Zumos y Néctares

Seminario sobre calidad e innovación en el sector zumos y néctares
Madrid, 10 de noviembre 2016

#CIZumos

www.aeazn.es



Campañas de autocontrol AEAZN y EQCS 2016

Begoña Landajo
Secretaría Técnica



1

Campaña
AEAZN 2016

2

Avance de resultados
AEAZN 2016

3

Principales
observaciones

4

Campaña EQCS
2016: Tomate

5

Principales Retos



1

Campaña AEAZN 2016



Campaña AEAZN 2016. Características

- Tratamos que sea representativo del consumo español.
- Se toman muestras de productos tanto de miembros como de no miembros de AEAZN.
- Se analizan mayor número de muestras de aquellos productores con mayor cuota de mercado.
- Se analizan “siempre” los productos con problemas provenientes de la campaña del año anterior.
- Se divide en campaña general y campaña específica.

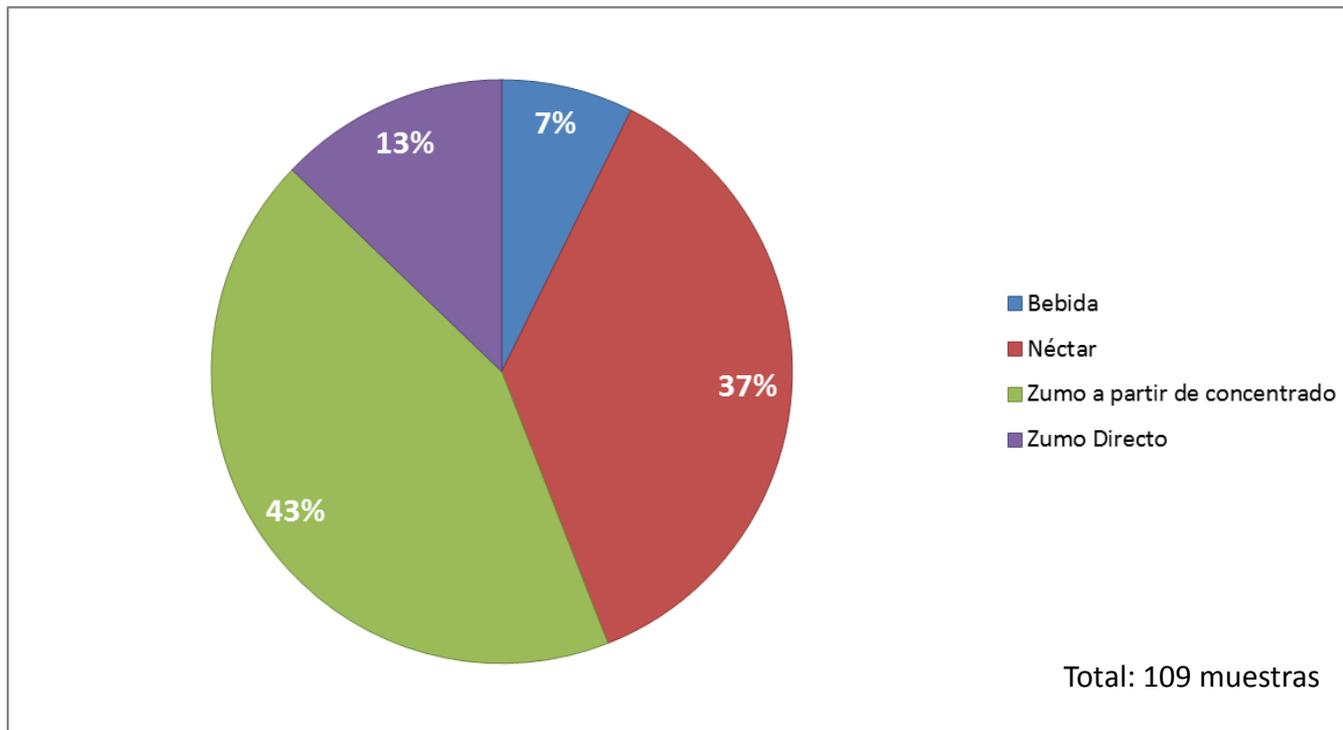


Campaña AEAZN 2016. Plan de muestreo

	Número	%
TIPO DE PRODUCTO		
Z. Directo	37	17%
Z. a partir de concentrado	92	41%
Néctar	81	37%
Bebida	12	5%
TOTAL	222	
SABORES		
Naranja (y variedades)	52	23%
Piña (y variedades)	38	17%
Melocotón (y variedades)	39	18%
Manzana (y variedades)	27	12%
Tomate	15	7%
Uva	10	4%
Otros (Granada, Pera, etc.)	41	18%

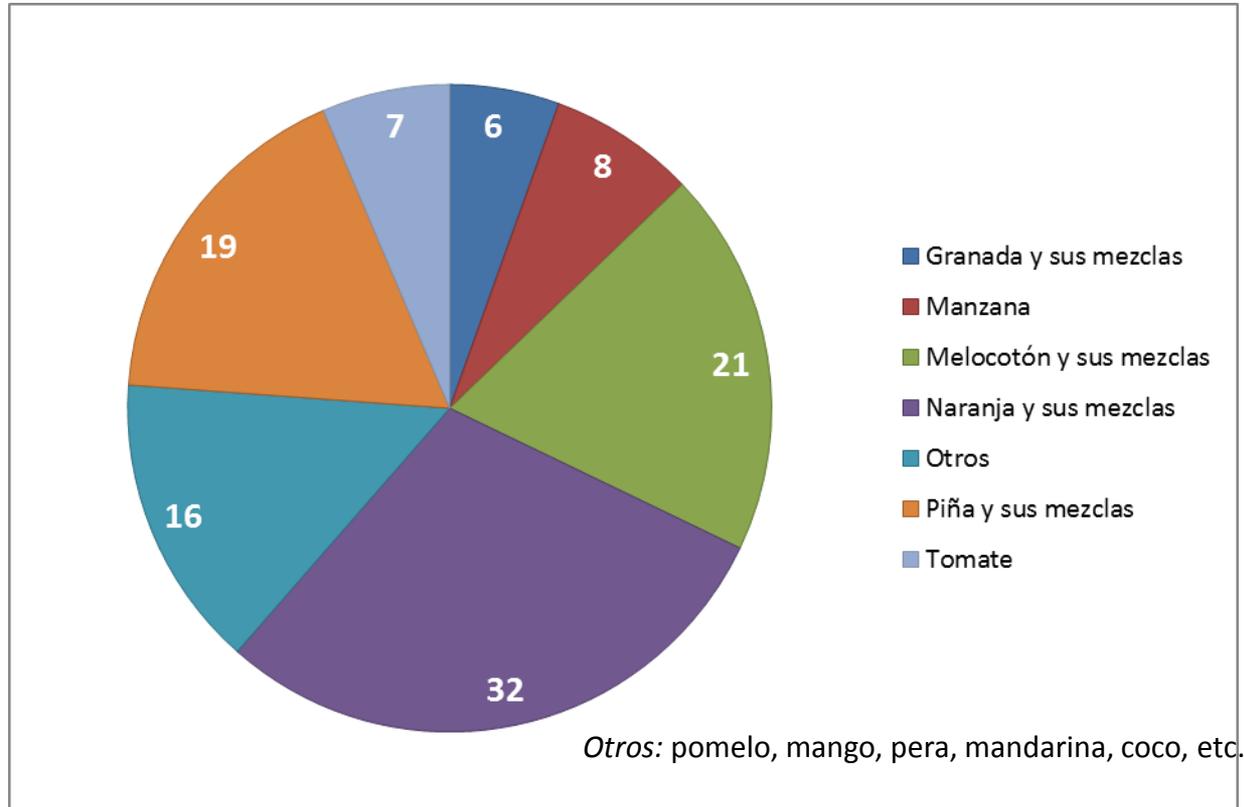
- Mayor presencia de bebidas.
- Aumento de productos de sabores “no tradicionales”.
- Consolidación de internet como canal de venta.

Distribución por tipo de producto



Campaña AEAZN 2016. Plan de análisis

Distribución por sabores



2

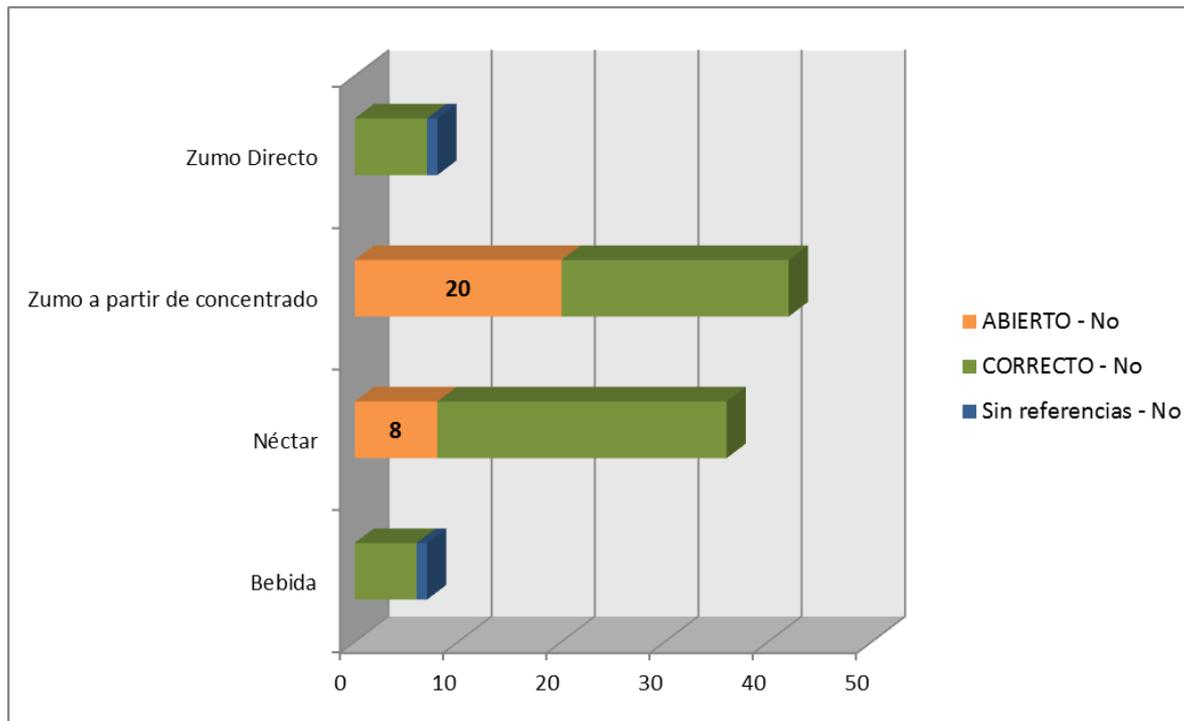
**Avance de resultados
campana AEAZN 2016**



Avance de resultados campaña AEAZN 2016

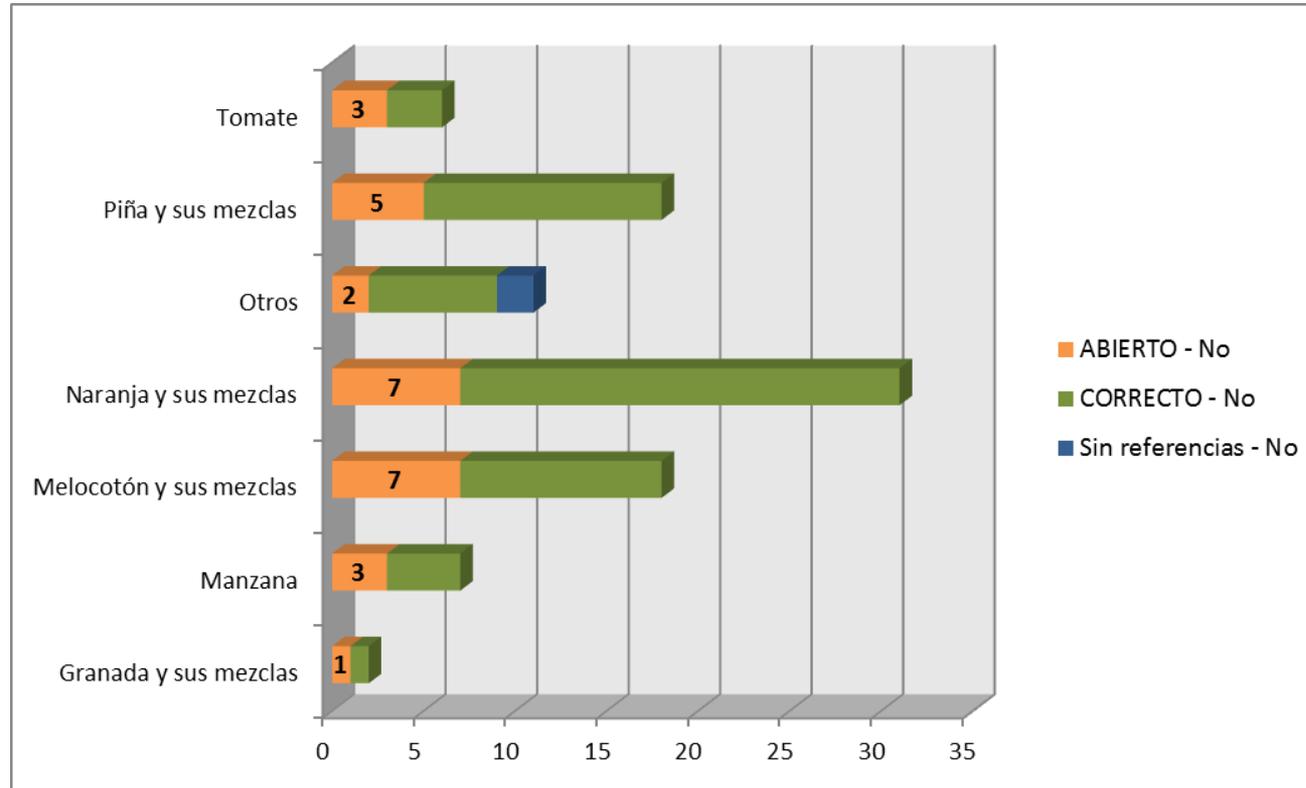
	Campaña General	Campaña específica	Campaña EQCS
Nº Muestras tomadas	207	15	5
Nº Muestras analizadas	89	15	5
Nº Muestras de seguimiento	22 (25%)	-	-
Nº Muestras correctas	62 (aprox. 70%)	4	3

Distribución por tipo de producto

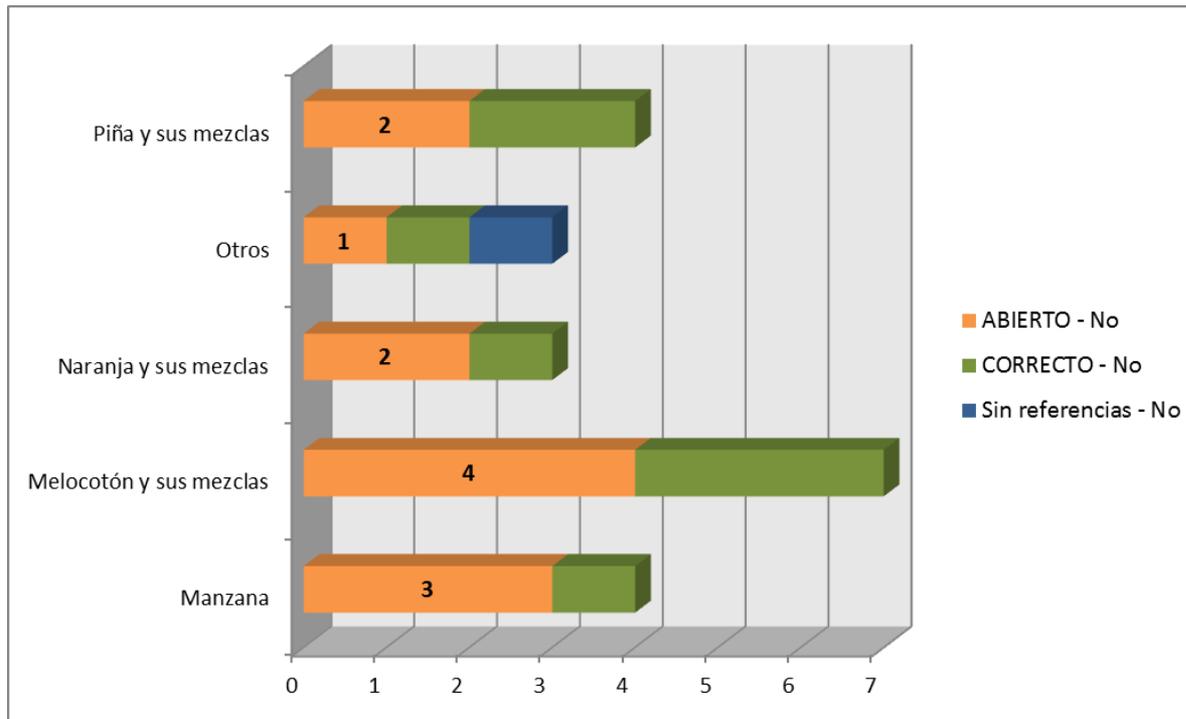


Avance de resultados AEAZN 2016: Campaña general

Distribución por sabores

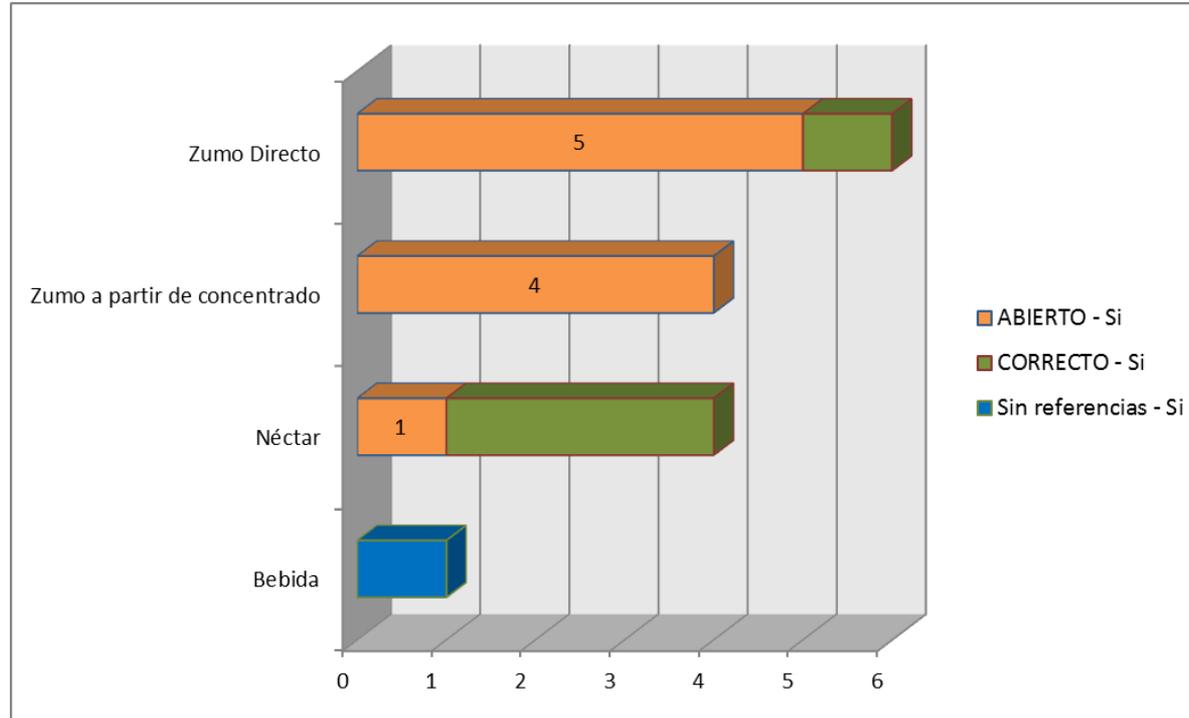


Productos con seguimiento. Distribución por sabores



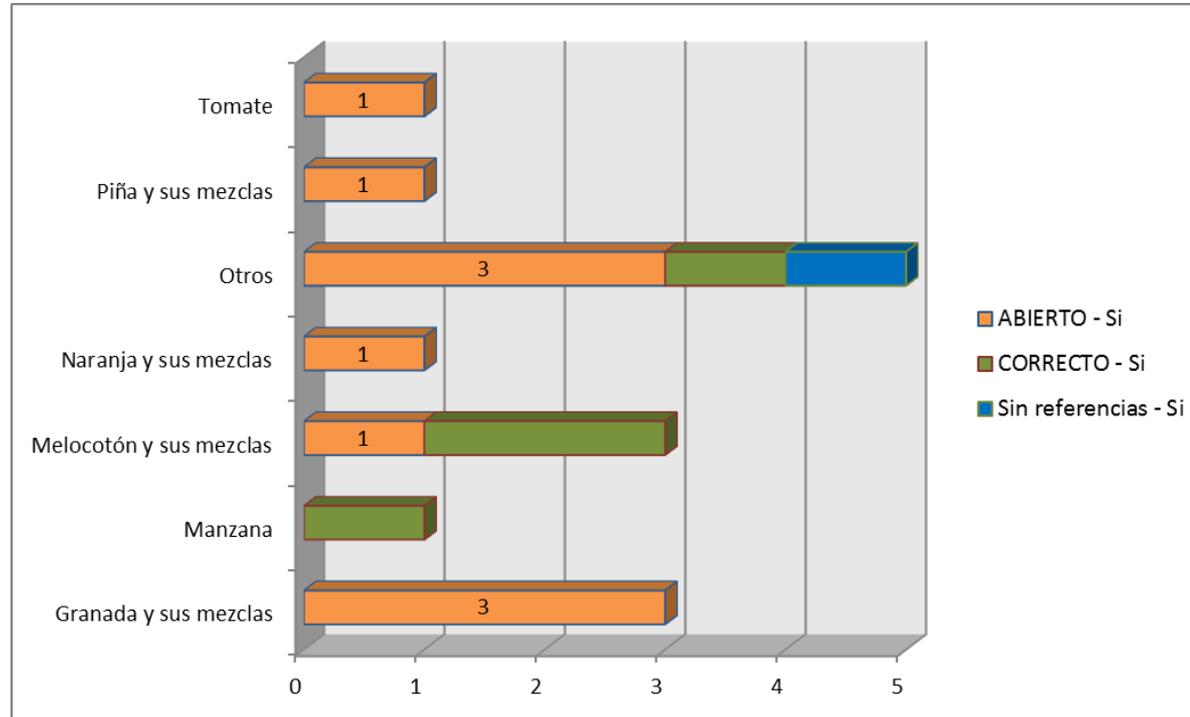
Avance de resultados AEAZN 2016: Campaña específica

Distribución por tipo de producto



Avance de resultados AEAZN 2016: Campaña específica

Distribución por sabores



Resumen avance de resultados AEAZN 2016

CAMPAÑA GENERAL, a día de hoy:

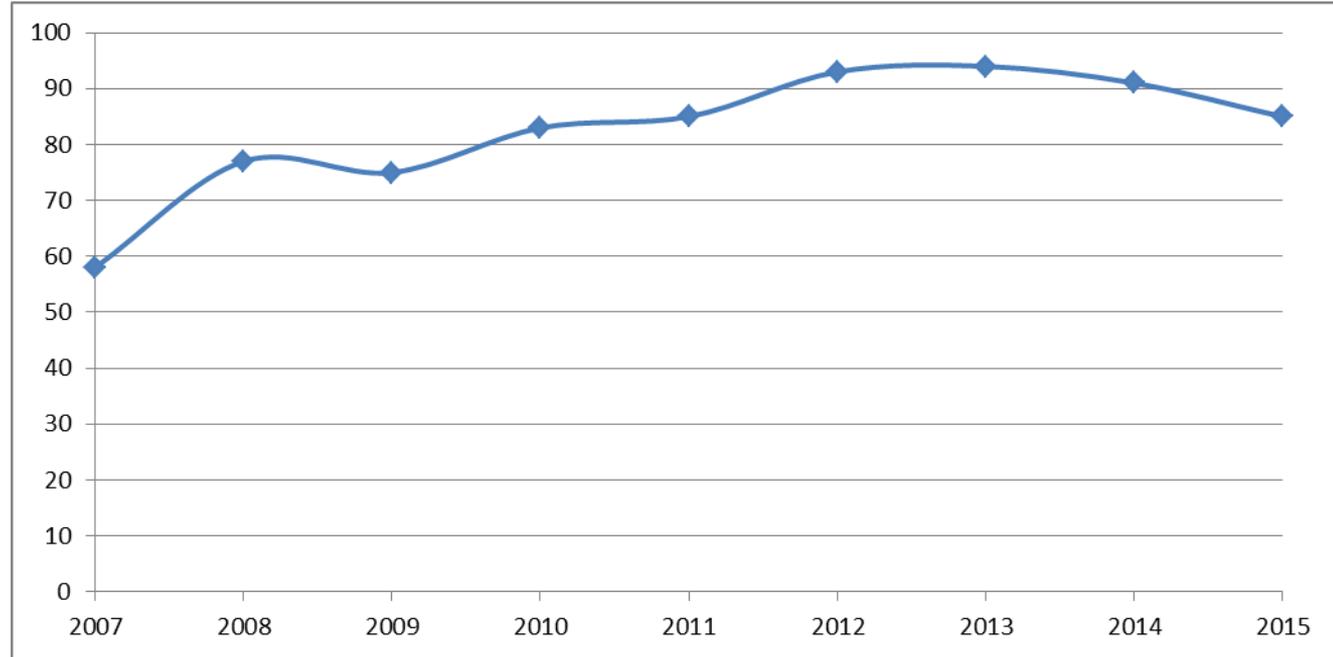
- Hay 27 muestras con expediente abierto.
- De las cuales, más del 50% (14 muestras) corresponden a muestras con seguimiento provenientes del año pasado.
- Expediente focalizados en muy pocas empresas.

CAMPAÑA ESPECÍFICA:

- De las 15 muestras analizadas, 10 de ellas están con expediente abierto.
- 5 muestras pertenecen a tres fabricantes extranjeros.

Resumen avance de resultados AEAZN 2016

AÑO	% MUESTRAS CORRECTAS
2007	58
2008	77
2009	75
2010	83
2011	85
2012	93
2013	94
2014	91
2015	85

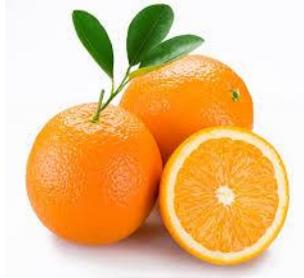


3

Principales observaciones



Principales observaciones físico-químicas



- **Naranja y variedades**
 - Valores desviados de acidez, ácido cítrico, ácido D-isocítrico, pectinas.



- **Melocotón y variedades**
 - Valores desviados de acidez, ácido D-isocítrico, Extracto libre de azúcar.

Principales observaciones físico-químicas



- **Piña y variedades**

- Valores desviados de acidez, ácido cítrico, D-isocítrico, ácido L-málico.



- **Manzana**

- Valores desviados acidez, ácido L- málico, potasio, ácido cítrico alto, al igual que la sacarosa.

Principales observaciones físico-químicas

- **Otros sabores**
 - Granada: Valores desviados de densidad relativa y sacarosa.
 - Coco: No se disponen de referencias.
 - Otros: Niveles desviados de acidez, ácido cítrico, ácido D-isocítrico, ácido L-málico, índice de formol, potasio, fosforo total, magnesio.



Principales observaciones etiquetado

- No se indica el porcentaje de la fruta en los ingredientes.
- Alegaciones incorrectas tipo:
 - "Rico en Vitamina C y minerales"
 - "Sin químicos solo sabor natural"
 - "Sin adición de azúcar"
 - "Sin conservantes", "Sin colorantes"
- Uso incorrecto de alegaciones tipo:
 - "Sin azúcares añadidos" y "contiene los azúcares naturalmente presentes"

4

Campaña EQCS 2016: Tomate



Campaña EQCS 2016: Tomate

EQCS organiza anualmente una campaña de autocontrol a nivel europeo que el que se incluyen países con y sin sistema de autocontrol.



Control Scheme/Country	TOTAL
AEAZN	5
BSDA	5
Qualijus	5
SGF/IQCS	12
Belgium	3
Denmark	2
Italy	3
Poland	3
Sweden	3
TOTAL	41

Campaña EQCS 2016: Tomate

El alcance de los análisis incluye:

- Analíticas tradicionales de parámetros de calidad y autenticidad
- SGF profiling.
- Pesticidas.

Scope of analysis

relative density 20/20

brix (table)

soluble solids

glucose

fructose

sucrose

titrat. acidity expr. as tart. acid pH 7,0

titrat. acidity expr. as citric acid pH 8,1

L-malic acid

citric acid

isocitric acid

sodium

potassium

calcium

magnesium

nitrate

phosphate/total phosphorus

heavy metals (Pb, Cu, Zn, Fe, Hg, Cd, Ni, Cr, Al, Mn and Sb) and arsenic

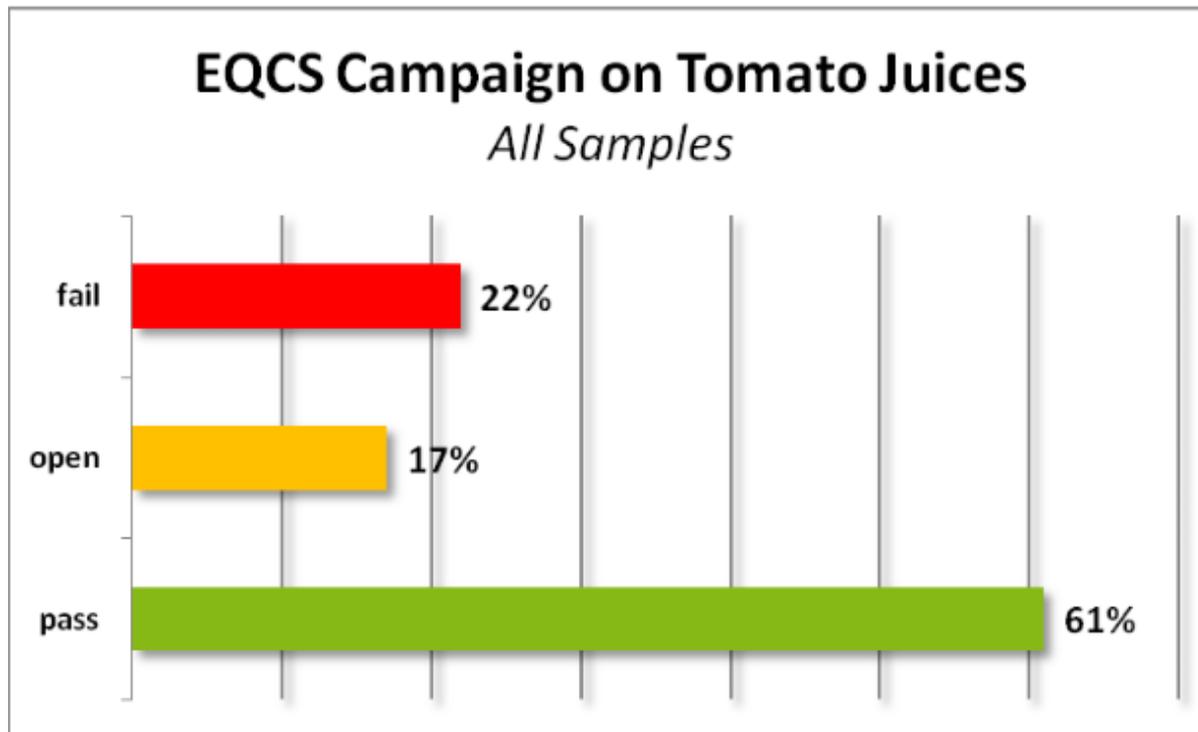
formol number

Chlorate/Perchlorate

Ergosterol

SGF-Profiling™

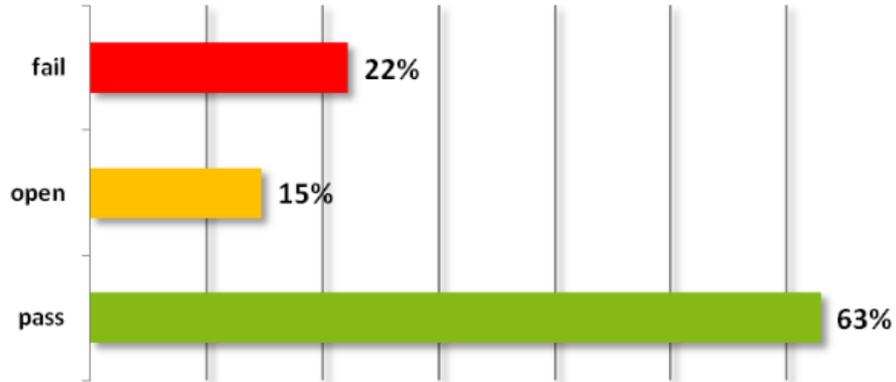
Pesticide Screening



Campaña EQCS 2016: Tomate

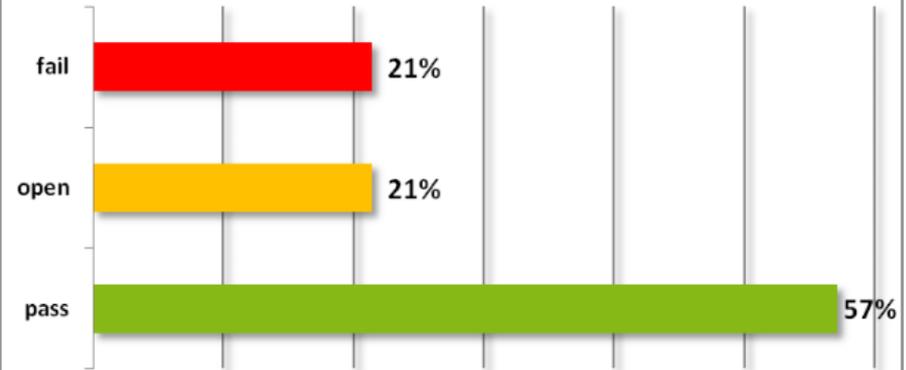
EQCS Campaign on Tomato Juices

EQCS



EQCS Campaign on Tomato Juices

without control scheme



Campaña EQCS 2016: Tomate

- 9 muestras en total se han evaluado con **incorrectas**.
- 7 muestras en total se han evaluado como **abiertas**.
- Principales desviaciones:
 - °Brix < CoP AIJN
 - Pesticida Chlorpyrifos* (> 0.010 mg/kg)
 - Presencia de Aluminio y Hierro

**Valores límite recientemente modificados por legislación (0.010 mg/kg desde el 10/08/2016)*

Campaña EQCS 2016: Tomate

- Los **países con sistemas de autocontrol EQCS** (AEAZN, BSDA, SGF / IQCS y QualiJus) **logran resultados ligeramente mejores** que los países sin sistema.
- **La calidad y la autenticidad** de los zumos tomate en Europa está **en un buen nivel**, pero debe prestarse especial atención a:
 - La correcta reconstitución del concentrado de jugo de tomate a la Nivel de sal añadido),
 - El seguimiento sobre el pesticida Clorpirifos y
 - Las condiciones de almacenamiento de zumos y concentrados de tomate para mantener el contenido de metales como hierro y aluminio en un nivel inferior.

5

Principales retos



Principales retos de futuro

- Continuar con las campañas específicas ya que se están demostrando útiles para identificar nuevos productos y nuevos mercados.
- Agilizar las actuaciones necesarias en productos con seguimiento de años anteriores.
- Disponer de guías de referencias para “nuevos” sabores.
- Ampliar la filosofía del autocontrol a otros agentes de la cadena, tal y como se está haciendo en otros sistemas de autocontrol europeos, como por ejemplo implicando a la distribución.

Muchas gracias por su atención



SEDE:
IBERCENTER, Edificio Vega Calle de Velázquez, 157, 1º
28002-Madrid
T: 91.559.24.52

SECRETARIA TÉCNICA:
AZTI
Astondo Bidea, Edificio 609
Parque Tecnológico de Bizkaia
48160 Derio, Bizkaia
T: 667 174 302