

ÉNFASIS

ALIMENTACION

Año XVIII | N°6 | Julio 2012

LATINOAMERICA



INFORME ESPECIAL:
INGREDIENTES PARA BEBIDAS

Intensidad natural

MÉTODOS DE CONTROL
*Prevención y control
de contaminantes*

COMERCIALIZACIÓN
*Marketing
comunicacional*

PRODUCTOS ALIMENTICIOS
*Nuevos
desarrollos*



Director Daniel A. Nacach

Directora de Eventos Laura Fernández

Gerente Comercial Internacional Tomás Hirsch
thirsch@enfasis.com

Gerente Comercial México & Centroamérica Alejandro Cantarelli
acantarelli@enfasis.com

Publicidad Internacional Analía Campodónico
acampodonico@enfasis.com

Publicidad México & Centroamérica Patricia López
plopez@enfasis.com

Secretaría de Redacción Marcela Vincenti
mvincenti@enfasis.com

Editora en Jefe México & Centroamérica Sandra Huchim
shuchim@enfasis.com

Redacción Paola Papaleo
alimentacion@enfasis.com
Mauricio Pineda
mpineda@enfasis.com

Diseño Gráfico Laura Bonatto Marchello
lbonatto@enfasis.com

Traducciones Nora Baldacci

Suscripciones Beatriz Stancanelli
suscripciones@enfasis.com
+5411 4554 8300

Impresión Gráfica Pinter S.A.



www.enfasis.com

INFORME ESPECIAL: INGREDIENTES PARA BEBIDAS

▶ *Intensidad natural*

Fuente: Euromonitor

6

El crecimiento de las aguas saborizadas y bebidas frutales es una tendencia global que acompaña los nuevos hábitos en salud y bienestar. En Argentina, le han ganado terreno a las gaseosas, líderes en el segmento durante años, y se espera que sigan creciendo junto a las bebidas en polvo, deportivas y energéticas. Por su parte, en México las carbonatadas siguen en punta, aunque seguidas de cerca por los jugos y bebidas hidratantes.

▶ *Naturales, sabrosas y funcionales*

Por: Paola Papaleo y Mauricio Pineda

8

El mercado de bebidas está siendo cada vez más segmentado, al tiempo que surgen distintos tipos de consumidores. Cualquiera fuese la opción, existe un denominador común en su elección: sabor natural y beneficios para la salud. Así, la industria satisface este valor agregado con nuevos desarrollos e ingredientes que incluyen vitaminas, minerales, extractos vegetales, proteínas y fibras.

ENFASIS ALIMENTACION, revista mensual, julio 2012. El contenido de las notas firmadas no necesariamente representa la opinión del editor y es exclusiva responsabilidad de los autores. Autorizada como Publicación periódica por SEPOMEX, Registro Postal PP09-1248.

México: Revista auditada por la Secretaría de Gobernación Padrón de Medios Impresos Certificados Folio: 006-006. Certificado de reserva otorgado por el Instituto Nacional de Derecho de Autor N° 04-2004-020309582800-102. Número de Certificado de Licitud de Título: 13111. Número de Certificado de Licitud de Contenido: 16983. Domicilio de la publicación: Pílares 506, Colonia del Valle (03100), Benito Juárez, D.F.

Argentina: Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723. Registro Nacional de Propiedad Intelectual N° 572.030.

Representante de Énfasis en Taiwan: ALTA PUBLISHING COMPANY. Contact Person: Tony Shen. Tel.: 886-4-2350-3515 Fax: 886-4-2350-5151. e-mail: altapack@ms76.hinet.net. Address: 8F-5, No 97, Sec. 3, Taichung Port Rd., Situn District, Taichung City 407, Taiwan.



► MÉTODOS DE CONTROL

Control de contaminantes 32
 Carla Mejía y Markus Lipp

Un desafío para las agencias gubernamentales y de control es monitorear el nivel máximo de contaminante permitido a través de la cadena de suministro con el fin de proteger al consumidor de manera adecuada.

► INGREDIENTES

Mitos y realidades 40
 Por Dra. Ma. Eugenia Acuña Sánchez

Durante años los deportistas han estado en busca de la dieta ideal o el alimento que contenga los ingredientes que les haga aumentar el rendimiento físico. En esta incesante búsqueda, las vitaminas continúan siendo un elemento mágico, pues se estima que aproximadamente el 84% de los deportistas a nivel mundial toman suplementos vitamínicos.



► PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Bebidas sin sabor residual 54
 Por Maria Laura Artusi

Los efectos indeseables del sabor de los edulcorantes intensivos utilizados en bebidas, pueden ocasionar el rechazo del consumidor que busca productos saludables pero que conserven su sabor original. Es posible contrarrestar esta situación balanceando ácidos.

► COMERCIALIZACIÓN

Nuevos consumidores, nuevos paradigmas 76
 Por Guillermo Dufranc

El packaging es un importante decisor de compra. El envase debe resaltar entre tanta oferta. El diseño, con su creatividad y originalidad, es el encargado de darle valor y crear la identidad de los alimentos y bebidas según las nuevas convenciones.

■■■ INDICE

- 28 *Actualidad Alimentaria*
- 36 *PCR: prevención y diagnóstico*
 Por Mtra. Tania González Flores
 y Dr. Rafael Antonio Rojas Herrera
- 44 *Fortificación*
que marca la diferencia
 Por Valeria Damy, Natalia
 S. Bortolotto y Camila C. Contigiani
- 48 *La obesidad en las diferentes etapas de la vida*
 Por Dra. Frania Pfeffer
 y Marcela Pérez-Rodríguez
- 60 *La innovación en el desarrollo de productos*
 Por Mauricio Pineda
- 64 *Camu Camu: una fruta funcional*
 Por Ing. Roxana Palacios
- 66 *Desarrollo de vinos frutales*
 Por Hentie Swiegers y otros
- 80 *La importancia de un buen IMC en la industria*
 Por Oscar Hernández Moreno
- 84 *Entender al consumidor*
 Por Paola Papaleo
- 88 *Creación de sabores auténticos*
 Por Marcela Vincenti
- 92 *Nuevos Productos*
- 96 *Agenda*

Agradecemos a Purac, Montana, Chr. Hansen, Tridimage, Givaudan por haber facilitado el ingreso a sus instalaciones para las producciones fotográficas de la revista y/o reproducir fotos de su autoría.

Arte digital de Tapa: Laura V. Bonatto Marchello