

ÉNFASIS

ALIMENTACION

Año XIX | N°4 | Mayo 2013

LATINOAMERICA

INFORME ESPECIAL: OBESIDAD
APORTES DE LA INDUSTRIA

A la medida de la salud



MÉTODOS DE CONTROL
*Analizar
con los sentidos*

INGREDIENTES
*Preservar
con antioxidantes*

PRODUCTOS ALIMENTICIOS
*Marketing
de alimentos*



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 Cecilia Pereyra
cpereyra@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
Griselda Vega
gvega@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: OBESIDAD: APORTES DE LA INDUSTRIA

La industria alimentaria tiene grandes desafíos y oportunidades en la lucha que, a nivel mundial, enfrentan tanto especialistas como la sociedad en general en contra del aumento de la obesidad y el sobrepeso. A través de productos que valoren la calidad nutricional y proporcionen una alimentación saludable, sin descuidar el sabor, podrán ponerse a la vanguardia de desarrollos responsables que, sumados a políticas de salud y prevención, favorezcan al consumidor.



6

- ▶ *Los nutrientes, aliados contra la obesidad* 6
Por Jauna Salinas
- ▶ *Suplementos, un mercado en ascenso* 12
Por Griselda Vega
- ▶ *Consumo y oportunidades* 16
Por María Fernanda Elías
- ▶ *Obesidad infantil, un problema de peso* 18
Por Mercedes Rodríguez Toussaint
- ▶ *Nutrición Positiva* 22
Por Silvia A. Marteau y Luis H. Perego
- ▶ *Nutrigenómica, el futuro de la nutrición* 28
Por Nimbe Torres y Torres

ENFASIS ALIMENTACION, revista mensual, mayo 2013. 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

Mango, sabor innovador y distintivo 36

Por Carmen Santillán

Para crear y producir soluciones de sabores y aromas únicos e innovadores, la evaluación sensorial es una herramienta imprescindible dentro de la industria de alimentos.

▶ INGREDIENTES

Calidad nutricional y preservación organoléptica 48

Por Valeria Damy y Camila Contigiani

Los tocoferoles son las principales sustancias con propiedades antioxidantes presentes de forma natural en aceites de semillas. Junto a esto, algunas técnicas para reducir la oxidación son la inhibición del oxígeno en el alimento, su conservación en la oscuridad y las bajas temperaturas.



▶ NUTRICIÓN

Alergia e intolerancia: un reto alimentario 56

Por Ana María Calderón de la Barca y María Esther Mejía León

Los compuestos que generan las alergias se denominan alérgenos y cuando se encuentran en los alimentos en forma de proteínas o polisacáridos, sus consecuencias se conocen como alergias alimentarias.

▶ COMERCIALIZACIÓN

Producto o consumidor: ¿Adónde debe apuntar el marketing? 62

Por Juan Manuel Manzola

Debe tener en cuenta toda la cadena productiva, y debe resaltar sus características de inocuidad, los procesos de control de calidad, y los valores de la salud y sustentabilidad.



■■■ INDICE

- 32 Actualidad Alimentaria
- 40 Evaluando las emociones
Por Celia Ortigoza Hernández,
Norma Flores López y otros
- 52 Sintéticos y naturales
Por Livia Castro
- 60 Tan relajantes y estimulantes
Por Elisa Gómez Reyes
y Karime Chaín Morales
- 68 Sinergia favorable
Por Paola Papaleo
- 70 Avance vegetariano
Por Innova Markets Insights
- 76 Nuevos Productos
- 80 Agenda



Agradecemos a Givaudan, Dr. Esteban Carmuega e Innova Market Insights 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