

# ÉNFASIS

## ALIMENTACION

Año XX | N°9 | Octubre 2014

LATINOAMERICA

INFORME ESPECIAL:  
DISEÑO DE ALIMENTOS

# Cuando la forma importa

A stack of sliced apples and an orange slice. The stack consists of a whole red apple with a green leaf on top, followed by a slice of green apple, a slice of red apple, and a slice of orange. The background is white.

INCLUYE DIRECTORIO DE EXPOSITORES

*Food  
Technology  
Summit*

Argentina  
2014

MÉTODOS DE CONTROL  
*Técnicas  
para almacenar*

INGREDIENTES  
*El poder  
de los aditivos*

PRODUCTOS ALIMENTICIOS  
*Auge de las bebidas  
sin alcohol*



Director	Daniel A. Nacach
Directora de Eventos	Laura Fernández
Gerente Comercial Internacional	Tomás Hirsch <i>thirsch@enfasis.com</i>
Gerente Comercial México & Centroamérica	Alejandro Cantarelli <i>acantarelli@enfasis.com</i>
Publicidad Internacional	Cecilia Pereyra <i>cpereyra@enfasis.com</i>
Publicidad México & Centroamérica	Patricia López <i>plopez@enfasis.com</i>
Secretaría de Redacción	Marcela Vincenti <i>mvincenti@enfasis.com</i>
Editora en Jefe México & Centroamérica	Sandra Huchim <i>shuchim@enfasis.com</i>
Redacción	Paola Papaleo <i>alimentacion@enfasis.com</i> Griselda Vega <i>gvega@enfasis.com</i>
Diseño Gráfico	Laura Bonatto Marchello <i>lbonatto@enfasis.com</i>
Traducciones	Nora Baldacci
Suscripciones	Beatriz Stancanelli <i>suscripciones@enfasis.com</i> +5411 4554 8300
Impresión	Gráfica Pinter S.A.



[www.enfasis.com](http://www.enfasis.com)

## INFORME ESPECIAL: DISEÑO DE ALIMENTOS



El alimento en su concepto tradicional, como satisfactor del hambre, ha ido evolucionando hacia una concepción más compleja en la cual interactúan las distintas disciplinas que se integran a lo largo de su desarrollo. Así, tanto desde lo nutricional, lo sensorial y la conveniencia, su diseño es pensado funcionalmente para otorgar al consumidor una experiencia totalizadora que lo lleve a repetir su acción de compra.

- ▶ **Morfología que seduce** 6  
Por Pedro Reissig
- ▶ **Cristalizando retos** 12  
Por Juan Pablo Medina
- ▶ **Diseño multisensorial** 16  
Por Guillermo Dufranc
- ▶ **Innovación alimentaria guiada por el diseño** 22  
Por Ana Victoria Molina Vargas
- ▶ **Funcional y saludable** 26  
Por Francia Madrid González
- ▶ **Cambio de dirección en innovación** 32  
Por Ricardo Castellano

ENFASIS ALIMENTACION, revista mensual, octubre 2014. 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: Medellín No. 338 Piso 3, Col. Roma Sur (06760) Cuauhtemoc, México 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](mailto:altapack@ms76.hinet.net). Address: 8F-5, No 97, Sec. 3, Taichung Port Rd., Situn District, Taichung City 407, Taiwan.



## ▶ MÉTODOS DE CONTROL

### Films que amplían la vida útil de los alimentos **48**

Por Adrián Godfarb y Carlos Calabrano

El embalaje en film es una técnica de almacenamiento que ha ido evolucionando hasta adaptarse a las exigencias actuales de conservación y manipulación de los productos alimenticios.

## ▶ INGREDIENTES

### Seguros e indispensables **54**

Por Susana Socolovsky

En el actual mundo globalizado, el moderno sistema alimentario es capaz de alimentar a siete mil millones de personas, no obstante será necesario aprovechar los avances tecnológicos más recientes para continuar mejorando el abastecimiento de alimentos e incrementar la salud y el bienestar de una población global en crecimiento.



## ▶ PRODUCTOS ALIMENTICIOS

### El potencial de las bebidas sin alcohol **84**

Por Howard Telford

América Latina tiene fuertes perspectivas de crecimiento en su mercado de bebidas no alcohólicas impulsado por una población joven, las preferencias por alternativas saborizadas y la modernización de su sector retail.

## ▶ COMERCIALIZACIÓN

### Una cadena de suministro sostenible: ¿Obligación o necesidad? **106**

Por Máximo Rainuzzo

El packaging sostenible puede actuar como diferenciador en un mercado difícil y aumentar la reputación de la compañía, por ello es importante evaluar la introducción de esta filosofía en todo el ciclo productivo.

## ■■■ INDICE

- 38 *Actualidad Alimentaria*
- 42 *Estrategias para cárnicos frescos*  
Fuente: CarneTec
- 60 *Aditivos que marcan la diferencia*  
Por Valeria Damy y Fernanda Gómez
- 66 *Sabores que seducen*  
Por Lic. Fernando González Lukacs
- 72 *Balancear la dieta, problema de peso*  
Fuente: ADM
- 78 *Obesidad, gran reto de la industria*  
Por Gabriel Brown
- 90 *Bebidas funcionales de amaranto integral*  
Por Dr. Cuauhtémoc Reyes
- 94 *Fortificadas con más sabor y menos calorías*  
Por Rodolfo Garza
- 98 *El que no arriesga no gana*  
Por Lic. Amalie Ablin
- 110 *Responsabilidad y compromiso*  
Por Lourdes López Zuckermann
- 114 *RSE y el marketing de alimentos*  
Por Ornella Raffaghello
- 118 *Alimentación y ambiente sustentables*  
Por Griselda Vega
- 122 *Calidad y sabor que se conservan*  
Por Griselda Vega
- 128 *Nuevos Productos*
- 132 *Agenda*



Agradecemos a Food Morphology, Agrana Fruit México, Tridimage, Food Design México, Manuli Packaging Argentina, Archer Daniels Midland Company, Jungbunzlauer, Villavicencio y DuPont Nutrition & Health 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