

## La industria de alimentos

En este momento, en que la globalización de la economía está tomando cada vez más fuerza, las industrias de alimentos con visión de clase mundial tendrán que estar dentro de los lineamientos que exige el rotulado nutricional a nivel internacional, pues de esta forma cumplirá con los requisitos para la comercialización en otros países. También podrá desarrollar o ampliar su portafolio de productos utilizando los términos descriptores para mayor posicionamiento en la mente del consumidor. Desde el punto de vista de la publicidad, tendrá claridad sobre aspectos de comunicación que podrán ser aprobados tanto en sus empaques como en los comerciales de televisión. Finalmente, será una oportunidad para que los profesionales de la salud, al conocer los beneficios que ofrecen los alimentos y antes de tener que prescribir un medicamento, pensarán primero en nutrición como sinónimo de prevención.

### Glosario de términos:

#### Caloría

Adición del contenido de energía de los alimentos. El cuerpo necesita calorías como “combustible” para cumplir con todas sus funciones, como la respiración, la circulación de la sangre y la actividad física. Cuando una persona está enferma, el cuerpo puede necesitar calorías extra para combatir la fiebre u otros problemas.

#### Kilocaloría:

Es la cantidad de calor necesaria para aumentar en un grado centígrado (14.5 a 15.5 °C) la temperatura de un kilogramo de agua.

#### Término descriptor:

Hace referencia a la palabra utilizada para poder informar al consumidor sobre las propiedades nutricionales de un alimento. Esto se destaca en las etiquetas de los productos como por ejemplo:

- Libre de grasa (se interpreta como un producto que contiene menos de 0.5 gramos de éste nutriente).
- Fortificado (es utilizado cuando la industria ha fortificado por ejemplo las pastas con Vitaminas y minerales).

#### Posicionamiento:

Es el lugar mental que ocupa la concepción del producto y su imagen cuando se compara con el resto de los productos o marcas competidoras, además indica lo que los consumidores piensan sobre las marcas y productos que existen en el mercado