

## Productos alimenticios y confianza

Fundación Triptolemos

**A**limentarse es una necesidad que no podemos recortar de nuestro presupuesto. Necesitamos aproximadamente unas 2.500 Kcal al día, dependiendo por supuesto de nuestra actividad, mecanismo basal, etc. Estas Kcal que necesitamos los expertos nos recomiendan que las tomemos de forma equilibrada y variada: poco de mucho y mucho de todo. El porcentaje de distribución de energía recomendado: 60% hidratos de carbono, 28% grasas y 12% proteínas. Y también sabemos que con las cosas de comer no se juega.

Los productos alimenticios debidamente etiquetados y que están a nuestra disposición en los comercios bajo sus diferentes formas: tiendas especializadas, supermercados, hipermercados, mercados etc. deben cumplir como mínimo los requerimientos técnico-sanitarios que exige la legislación vigente.

¿Tienen los productos que encontramos en los comercios la misma calidad?: la respuesta es no. Tenemos que hablar de diferentes tipos de calidades: calidad legal (cumple con los requisitos que exige la legislación), calidad higiénica (seguridad), calidad tecnológica, calidad nutricional (composición, funcionalidad), calidad sensorial (sabor, textura, sabor, color). La Administración mediante sus leyes y el etiquetado, debe garantizar, la calidad higiénica y de composición. La calidad sensorial y funcional nos la garantizará la marca, que aporta en muchos casos su particular perfil sensorial. Este perfil hace que definamos nuestras preferencias frente a determinados productos alimentarios. Si como consumidores tenemos una preferencia clara por un producto con una calidad determinada y constante y, podemos pagar por ella, difícilmente este producto será sustituible en nuestra cesta, y especialmente si nos da placer su consumo.

A pesar de que las autoridades deben garantizarnos un mínimo legal, en determinados productos buscamos un plus de confianza. ¿Quién nos ofrece esta confianza en el producto?: la marca. Construir una marca cuesta mucho y destruirla muy poco. Los profesionales y productores que nos ofrecen sus productos y los avalan con su marca, saben del reto que supone. Ellos son el agricultor, el transformador de materias primas, que actúan como cocineros al fin, y dan su nombre al producto que nos presentan, ya sea en el supermercado (productos envasados) o en el restaurante. Un producto no debe ser solo comunicación, sería una marca asimétrica, y sería normal que tuviese problemas en el mercado. Detrás de una entidad con experiencia debe haber un trabajo de constante innovación, de adaptación al mercado, de calidad (higiénica, nutricional, sensorial) y además la relación de la calidad con el precio debe de ser la adecuada.

Y en cualquier caso debe de ser cierto y más evidente en situaciones de dificultades económicas que es difícil encontrar "duros a cuatro pesetas".

### Acerca de Triptolemos

Nacida en Febrero de 2002, la Fundación Triptolemos tiene como objetivo el fomento y la promoción de actividades agroalimentarias, destinadas a facilitar el cumplimiento de los objetivos de los Derechos alimentarios del hombre y muy especialmente pone el acento en:

- Alimentos a coste asequible
- Incrementar los conocimientos nutricionales
- Incrementar la calidad y ayudar a garantizarla dando respaldo, entre otros, al concepto de euro-calidad.
- Incrementar la confianza en el sistema.

[www.triptolemos.org](http://www.triptolemos.org)