

# Mercado, Empresas & Cia.

## GEMACOM AGORA É GEMACOM TECH

Ao completar 20 anos, a Gemacom se reapresenta a seus clientes, parceiros e amigos com uma nova marca, a Gemacom Tech, uma empresa moderna e inovadora que deixa de oferecer apenas ingredientes para alimentos e passa a atuar no mercado oferecendo tecnologia em ingredientes. A Gemacom Tech mantém o seu nome Gemacom, e passa a adotar também a terminologia Tech, referente ao inglês *technology* ou, em português tecnologia, reforçando ainda mais os novos objetivos traçados pela empresa. A adoção desta terminologia não fica apenas no nome e na marca, está sendo adotada também na realidade e no dia-a-dia da

empresa, em suas instalações industriais, nas unidades de Juiz de Fora e de Guarani, nos investimentos em novos mercados, na contratação e formação de profissionais altamente qualificados, e na modernização de uma estrutura física altamente avançada tecnologicamente. A Gemacom Tech se reapresenta ao mercado com o objetivo de agregar e surpreender cada vez mais os seus clientes, com soluções inovadoras para a produção de alimentos, e com a certeza de que a tecnologia e a inovação estão presentes em suas fórmulas e no sucesso da empresa e de sua nova marca.

**Gemacom Tech**  
Tecnologia em Ingredientes

## NOVAS REGRAS PARA COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS

Novas regras para o setor alimentício entram em vigor em meados de abril. A ANVISA prepara uma portaria incluindo mensagens de advertência nos rótulos publicitários dos produtos comercializados, no caso de alimentos que possam ameaçar a saúde do consumidor. A idéia é alertar os consumidores para o risco do consumo excessivo de alguns alimentos e a associação entre a composição do produto e doenças, como por exemplo, bebidas açucaradas e obesidade; gorduras saturadas e diabetes tipo 2; gordura *trans* e doenças cardiovasculares; gordura de origem animal e câncer; açúcar livre e cárie. A veiculação das frases é a primeira parte da regulamentação que a ANVISA tenta estabelecer desde 2006 sobre a publicidade de alimentos, quando fez a primeira consulta pública sobre o assunto. A outra parte trata da restrição à publicidade infantil, que sofre resistência das associações de propaganda e de emissoras de rádio e TV, e não será decidida por enquanto.

## VILMA ALIMENTOS INVESTE EM SILO DE TRIGO

A Vilma Alimentos está investindo R\$ 4 milhões na criação do primeiro silo de trigo de Minas Gerais. Localizado na cidade de São Gotardo, região do Alto Paranaíba, o silo tem capacidade de armazenamento de 15 mil toneladas. Atualmente, a produção da empresa consome por ano 180 mil toneladas de trigo. O objetivo é criar uma estratégia de abastecimento que gere maior competitividade, qualidade e produtividade para a indústria. Além do espaço para armazenamento, a Vilma tem o objetivo de fechar parceria com os produtores locais de trigo, adquirindo sementes para fornecer aos produtores. No Brasil, a produção de trigo gira em torno de 4,5 milhões de toneladas/ano. Em Minas, são apenas 90 mil toneladas. A ação tem o objetivo de fomentar o crescimento da triticultura no Estado.

A Vilma Alimentos faturou US\$ 188 milhões em 2009, número 4,35% maior que em 2008. A empresa lançou mais de 60 produtos e implementou um plano de expansão que culminou com a sua presença em todos os Estados brasileiros.

## NATIV PESCADOS INAUGURA UNIDADE FABRIL



A Nativ Pescados inaugurou suas novas instalações em Sorriso, MT. A empresa, fundada em outubro de 2006, nasceu com o objetivo de atuar no segmento de pescados de aquicultura, atuando em toda a cadeia produtiva, desde a reprodução das espécies, até a produção de produtos industrializados processados e a sua comercialização. As operações começaram em setembro de 2008 com a linha de produção de carnes *in natura* e em dezembro do mesmo ano iniciou-se a linha de produtos industrializados. A projeção de faturamento é de R\$ 36 milhões para 2010,

R\$ 63 milhões para 2011 e R\$ 84 milhões para 2012. Os investimentos somam R\$ 54 milhões, com previsão de mais R\$ 8 milhões em 2011 e R\$ 11 milhões em 2012, fechando esta fase com R\$ 73 milhões. Segundo a empresa, as suas novas instalações fabris representam uma nova fase da aquicultura brasileira, onde a Nativ parte para a estruturação da cadeia produtiva, desde a produção de alevinos até o processamento final. Atualmente, a capacidade de abate de peixe é de 8 mil toneladas ao ano e a produção é de 3 mil toneladas de produtos industrializados anualmente.

## QUALIDADE DE VIDA É TER UMA VIDA COMPLETA.



Só a experiência nos faz saber o que é realmente importante para o nosso dia-a-dia. Por isso, a divisão de Nutrição e Ingredientes da M.Cassab traz **uma linha completa de edulcorantes, mixes de vitaminas e minerais, acidulantes, ingredientes para bebidas energéticas e outros aditivos relacionados a uma alimentação saudável. Tudo assessorado pela melhor equipe técnica e a mais alta tecnologia.** Nutrição e Ingredientes M.Cassab. Sua vida se completa com esta mistura.

M&C Comunicação





## VOGLER COMPLETA 20 ANOS DE CARA NOVA

A Vogler está completando 20 anos e para comemorar essa data inseriu em seu planejamento estratégico ações de comunicação e marketing, que incluem a renovação da sua logomarca e a modernização do seu site. A nova marca une a solidez e a segurança de uma empresa reconhecidamente compromissada com seus objetivos e uma imagem moderna, renovada e em franca ascensão. As cores foram mantidas: o azul simboliza a tradição, fidelidade, segurança e a confiança, o amarelo é visível à distância, remetendo a inteligência e bom humor e, finalmente, o vermelho que é estimulante e inovador. Já o novo site possui uma navegação dinâmica e interativa, aproximando ainda mais o cliente das soluções Vogler, onde os produtos estão relacionados em uma lista geral e também inseridos nos diversos segmentos de atuação, facilitando assim sua busca. Foi criado o SAV - Serviço de Atendimento Vogler - com o propósito de atender com agilidade os clientes nas mais diversas dúvidas e solicitações.

A Vogler Ingredients surgiu a partir de uma necessidade da indústria alimentícia que buscava empresas focadas no mercado alimentício e que garantissem, além de qualidade, compromisso e regularidade na disponibilidade dos ingredientes. Atualmente, o desafio da empresa é inovar, oferecendo produtos que garantam saúde e bem-estar para atender e superar as expectativas desse mercado. Nos últimos anos, a Vogler investiu em tecnologia de ponta para oferecer sistemas personalizados, desenvolvidos em sintonia com diversos e eficientes ingredientes. Para



isso montou um laboratório de análise, desenvolvimento e aplicação de produtos, além da sala de misturas líquidas. Já consolidada e crescendo a cada dia, a divisão Vogler Systems é composta por tecnologias focadas em aplicações que garantem a sinergia ideal para combinações de ingredientes, gerando sistemas eficientes, com alta qualidade e excelente desempenho. A parceria também é um dos pontos fortes da Vogler, que distribui itens de renomadas marcas mundiais que contribuem para a regularidade e segurança alimentar. Um dos novos negócios da Vogler é a divisão Vogler Flavors, focada em aromas e emulsões. Essa divisão é responsável pela distribuição exclusiva no Brasil da linha Sensient

Flavors, uma das líderes em inovação, manufatura e fornecimento de aromas, realçadores de aromas e vegetais desidratados, sistemas nutricionais e outros ingredientes para alimentos doces e salgados, bebidas, lácteos e confeitos para o mercado mundial.



## TYSON AMPLIA ATUAÇÃO NO PARANÁ

A Tyson do Brasil está apostando cada vez mais na ampliação da sua rede comercial no Paraná. Até o final do ano, serão mais de 450 pontos de venda só na região metropolitana de Curitiba, um crescimento de mais de 300% em relação aos números atuais. A linha de cortes congelados de frangos da marca Macedo também chegará aos principais supermercados de Londrina, Maringá, Umuarama, Campo Mourão, Cascavel e Foz do Iguaçu. Com esta estratégia, a Tyson comercializará 320 mil quilos de frangos por mês em Curitiba e 300 mil quilos por mês no Noroeste do Estado, até o final do ano. Parte do plano está apoiado no crescimento da unidade produtiva de Campo Mourão, que recentemente recebeu certificado para início das exporta-

ções e ainda cumprirá a função de Central de Distribuição de produtos para a região e também para outros destinos do mercado doméstico.

A Tyson Foods é uma das maiores processadoras de carne de frango, bovina e suína do mundo. Está na segunda posição das maiores produtoras de alimentos da Fortune 500. A empresa desenvolve grande variedade de produtos à base de proteína e alimentos preparados e é reconhecidamente líder nos setores de varejo e serviços de alimentação nos mercados em que atua. Possui clientes e consumidores nos Estados Unidos e em mais de 90 países. No Brasil, opera com três unidades de produção de carne de frango, localizadas em São José e Itaiópolis, SC, e em Campo Mourão, PR.

## BRASIL FOODS DIVULGA RESULTADOS DE 2009

A criação da BRF Brasil Foods, a partir da associação entre Perdigão e Sadia, fez de 2009 um marco na história da indústria de alimentos do Brasil. A Brasil Foods nasceu como um dos maiores *players* globais do setor alimentício, reforçando a posição do país como potência no agronegócio. Com faturamento de R\$ 24,4 bilhões e valor de mercado de US\$ 11,4 bilhões, registrados no ano passado, a Brasil Foods é a quarta maior exportadora brasileira, maior exportadora mundial de aves e maior empresa global de proteínas em valor de mercado. A receita líquida da Brasil Foods em 2009 ultrapassou a casa dos R\$ 20,9 bilhões. O lucro líquido ajustado foi de R\$ 360 milhões. O mercado interno apresentou ótimo

resultado operacional e foi responsável por 58% das vendas líquidas, o equivalente a uma receita aproximada de R\$ 15,3 bilhões. O melhor desempenho ficou por conta da atividade de processados/elaborados de carnes, que apresentou faturamento líquido de R\$ 8 bilhões, o equivalente a crescimento de 9,5% ante o exercício anterior. No mercado externo, os resultados da Brasil Foods refletem os impactos do cenário internacional adverso, por conta da crise que provocou forte retração de preços e de volumes. A esse fator, somam-se a alta volatilidade cambial e a pressão da elevação de custos e despesas em toda a cadeia produtiva, entre outros. As exportações atingiram cerca de R\$ 9,2 bilhões.

## SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS CRESCE EM 2010

O setor de alimentos e bebidas tem boas perspectivas para 2010. O volume de produção deve aumentar 5% este ano, e as vendas reais podem subir entre 4,5% e 5%, segundo estimativa da Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA). Em 2009, o faturamento do setor alimentício foi de R\$ 291 bilhões, alta de 3,1% em relação ao ano anterior. A Associação também estima alta das exportações de alimentos este ano para US\$ 32 bilhões, o que representa uma recuperação frente à crise em 2009, ano em que o faturamento foi de US\$ 30,8 bilhões. As empresas de am-

bos os setores estão investindo para ampliar sua capacidade de produção. A AmBev, dona de marcas como Antarctica, Brahma, Skol, Bohemia, Gatorade, H2O e Pepsi, vai investir R\$ 2 bilhões para ampliar a capacidade de produção de suas fábricas, para atender à demanda e para atualização tecnológica e inovações. Na tendência de crescimento da indústria de alimentos no país, a Frescatto, que produz pescados nobres, prevê um aumento de receita de 10% para este ano. A empresa está lançando uma linha de espetinhos de camarão empanados e cozidos.



## A solução natural para fatiados

Visando atender à demanda do mercado por produtos de conveniência, a Purac tem a solução natural para aumentar a vida de prateleira e a segurança alimentar de produtos fatiados, tais como, presunto, mortadela, bacon, etc.

A Purac é seu parceiro em segurança alimentar, desenvolvendo produtos inovadores e fornecendo suporte técnico há mais de 70 anos. Para maiores informações, visite: [www.purac.com/meatandpoultry](http://www.purac.com/meatandpoultry)



São Paulo, Brasil  
T: +55 11 5509 3099  
F: +55 11 5103 0599

## PROBIÓTICA INVESTE NA ÁREA DE INGREDIENTES

A Probiótica, empresa que atua há mais de 20 anos na produção de suplementos alimentícios, focando suas atividades na área de nutrição esportiva, está investindo em uma nova área: a de ingredientes. A nova divisão, que oferece as melhores soluções na distribuição de matérias-primas, mantém o mesmo objetivo que tem norteado a empresa durante todos esses anos: a melhoria contínua e a satisfação de seus clientes.

A probiótica é, atualmente, a maior importadora sul-americana no merca-



do de suplementos alimentícios. Seu parque industrial incorpora as mais variadas linhas de suplementos alimentícios da América Latina e, através de suas filiais nos Estados Unidos e Europa, comercializa seus produtos e importa as melhores matérias-primas dos principais produtores mundiais.

A empresa é apontada pela *Natural Products Association*, dos Estados Unidos, como um modelo padrão na fabricação de suplementos alimentícios do mundo.

## NISSIN CHEGA AO MERCADO ARGENTINO



A Nissin está chegando à Argentina para conquistar consumidores do Mercosul. Com o conceito *Lo más costoso es elegir*, a ação de marketing conta com displays, cartazes e materiais promocionais. Nesse primeiro momento a estratégia é conquistar visibilidade no ponto de venda, iniciando o processo de aproximação da marca com o consumidor. A Nissin chega ao novo mercado com três de seus 11 produtos: o tradicional Nissin Lámen, Cup Noodles e Talharim. Além do Brasil e, agora, Argentina, a Nissin está presente nos Estados Unidos, Coréia, Tailândia, Filipinas, Índia, China e Alemanha.

## MARFRIG COMPRA GLOBOAVES

A Marfrig Alimentos concluiu a aquisição de um ativo do Grupo Globoaves, uma unidade frigorífica de pequeno porte para abate de frango caipira com a marca Nhô Bento. O valor da negociação é de R\$ 9,2 milhões. Segundo a Marfrig, a operação ampliará a diversificação da oferta em proteínas animais na divisão Nova Seara, que concentra sua atividade em aves, suínos e industrializados no Brasil. Em 23 de fevereiro, a empresa havia informado que estava em negociação com o Grupo Globoaves para aquisição ou arrendamento de unidades frigoríficas de pequeno porte.

## JBS GANHA FATIA DE MERCADO NA AUSTRÁLIA

De olho em um mercado que concorre com o Brasil em volume de exportação de carne bovina, o JBS-Friboi segue sua estratégia de ganhar participação na Austrália. Para isso, o grupo tem investido em aquisições, como o acordo para compra da australiana Rockdale Beef, por meio de sua subsidiária Swift Austrália. A capacidade de abate da Rockdale é de 200 mil bois por ano e de confinamento de 50 mil bois, simultaneamente. Em termos de comparação, o JBS-Friboi possui capacidade de abate de 12,600 milhões de bois por ano, o que faz da empresa a maior abatedora de carne bovina do mundo. Esta é a segunda investida da empresa brasileira no mercado australiano este ano. Em fevereiro, o frigorífico incorporou os ativos da produtora de ovinos Tatiara Meat Company (TMC) por 30 milhões de dólares australianos, o equivalente a US\$ 27,5 milhões. Com a transação, a subsidiária Swift Austrália do JBS tornou-se a maior processadora de carne ovina daquele país, com capacidade de abate de 24,5 mil cabeças por dia.

## NESTLÉ REFORÇA SEGMENTO DE LÁCTEOS E ÁGUA MINERAL

A Nestlé aplicará 65% do R\$ 1 bilhão que pretende investir neste ano em marketing em aquisições nos segmentos de lácteos e de água mineral. Segundo a empresa, as primeiras negociações ocorrem em território mineiro. Em um prazo de cinco anos, a Nestlé pretende dobrar sua operação no segmento de lácteos em Minas Gerais. Hoje, a produção no Estado é de 800 milhões de litros de leite ao ano. Atualmente, a Nestlé é a maior empresa brasileira do setor de lácteos. Nos últimos dez anos, a subsidiária brasileira viu seu faturamento pular de R\$ 4,6 bilhões para R\$ 16 bilhões em 2009. Os 35% restantes do plano de investimentos da empresa serão destinados à construção e à operação de fábricas novas e de unidades já existentes.



## PRESERVAÇÃO NATURAL PARA SUCOS E BEBIDAS À BASE DE FRUTAS

A Purac lança um novo produto de preservação para a indústria de bebidas, o PuraQ® Xtend AX37. Esta é a mais recente novidade na linha PuraQ, que oferece um portfólio de soluções naturais em ingredientes alimentícios. O produto foi especialmente desenvolvido para sucos e bebidas à base de frutas, aumentando o sabor e a qualidade dos produtos de “forma natural”.

O *Alicyclobacillus* é um microorganismo formador do esporo originário do solo e causa problemas de deterioração em sucos de frutas, tais como sucos de maçã, pêra, laranja, pêssego e uva. Também pode causar problemas em misturas de sucos, bebidas à base de sucos de frutas, suco de tomate e tomates enlatados. No suco de maçã, por exemplo, a deterioração se manifesta através do sabor e do odor, tanto em produtos de prateleiras como em refrigerados. Este problema pode custar muito caro aos produtores, resultando em reclamações dos consumidores ou, até mesmo, na retirada dos produtos das prateleiras, como ocorrido nos últimos anos.

Os esporos do *Alicyclobacillus* podem sobreviver à maior parte dos tratamentos de pasteurização. Na verdade, o tratamento de aquecimento pode, inclusive, ativar os esporos a iniciar seu crescimento. A maior parte dos problemas de contaminação apenas aparece vários dias após o envasamento, o que torna difícil detectá-los a tempo. Além disso, os microorganismos tendem a ser resistentes aos conservantes, como o sorbato e o sulfito.

Segundo Ivo van der Linden, gerente de categoria em preservação de alimentos, da Purac Holanda, “Com aproximadamente 80 anos de experiência em fermentação e comercialização de ácido láctico e lactatos para a indústria alimentícia, a Purac se tornou uma especialista em preservação de alimentos. Este patrimônio forma a base ideal para inovar e desenvolver novas soluções em preservação, permitindo que os fabricantes de alimentos acompanhem as últimas tendências do mercado consumidor. Recentes estudos e pesquisas de mercado mostraram



que o *Alicyclobacillus* é um problema real na indústria de sucos. O problema da deterioração não é sempre identificado pelo produtor, mas percebido claramente pelos consumidores, prejudicando a imagem da marca. O PuraQ Xtend AX37 combate este problema de frente e oferece às indústrias de bebidas uma maior segurança, garantindo aos seus produtos um alto padrão de qualidade. O uso do PuraQ Xtend AX37, um ingrediente natural, permite ainda ao fabricante evitar o uso de métodos mais rigorosos, o que ajuda a preservar a integridade do sabor original da fruta”. Para Ricardo Moreira, gerente de desenvolvimento de novos negócios da Purac Brasil: “A indústria de sucos, no Brasil, é uma fatia importantíssima do segmento de bebidas e, sem dúvida nenhuma, um dos maiores patrimônios de nosso país tropical! Este produto além de promover maior estabilidade microbiológica, possibilita uma melhoria significativa no sabor da fruta, por evitar os processos agressivos de proteção térmica”.

A PuraQ está intensificando seus esforços na inovação e desenvolvimento de produtos para expandir ainda mais o portfólio da linha PuraQ. Introduzindo novas soluções em ingredientes alimentícios para a indústria, objetivando a segurança alimentar, maior vida de prateleira e soluções para sabores em uma grande variedade de alimentos, abrangendo desde bebidas, dips e produtos de conveniência, até molhos e carnes.



**PURAC**  
pure by nature



**NORSAL**  
Ind. e Com. Norsal  
www.norsal.com.br  
Tel: (84) 3332-2426 - Areia Branca/RN  
Tel: (11) 3767-3810 - São Paulo/SP



Localizada na província salineira de Areia Branca, no Rio Grande do Norte, numa das maiores áreas salineiras da América do Sul, na Salina Miramar, a Norsal desde 1976 se dedica à produção do sal marinho e à comercialização das suas mais variadas formas, em todo o mercado brasileiro.

LINHA DE PRODUTOS INDÚSTRIA



Norsal - refinado, granulado, micronizado.  
Miramar - moído extra-fino e grosso

## NASCE UM LÍDER GLOBAL EM AÇÚCAR, AMIDO E BIOENERGIA

O Grupo Tereos anunciou sua intenção de criar a Tereos Internacional, um líder global nos setores de alimentos e de bioenergia, por meio da combinação de sua subsidiária no Brasil, a Açúcar Guarani, com os ativos de cereais do Grupo Tereos (Syril, Benp, DVO e suas subsidiárias) na Europa, e seus ativos de cana-de-açúcar do Oceano Índico. Com uma receita proforma de aproximadamente US\$ 2,5 bilhões, a empresa recém criada produzirá açúcar, produtos à base de amido e álcool para o setor de alimentos e outros, bem como produzirá bioenergia (etanol e eletricidade). Em uma clara demonstração de confiança contínua do Grupo Tereos no Brasil, a Tereos Internacional terá sua sede em São Paulo, Brasil. Com vendas em mais de 100 países, a Tereos Internacional alavancará sua ampla presença geográfica para atender clientes globais nos setores de alimentos e bebidas, energia, nutrição animal, farmacêutico e outros, na medida em que se expande internacionalmente. A combinação estratégica dará à Tereos Internacional uma base de operações nos mercados desenvolvidos e emergentes, enquanto adquire melhor estrutura financeira e capacidade para aproveitar as oportunidades de crescimento, inclusive em novos produtos, como saúde e nutrição e química ambiental, e em países de rápido crescimento nas Américas e na Ásia. Segundo o presidente da diretoria executiva da Tereos, Philippe Duval, na última década, a Tereos se tornou uma empresa importante no setor de açúcar e etanol no Brasil e no segmento de amido na Europa e, ao combinar essas atividades em uma nova empresa que terá presença marcante no Brasil e na Europa, realiza um novo e decisivo passo para acelerar sua estratégia de crescimento. Para o diretor presidente da Açúcar Guarani, Jacyr Costa Filho, este é um passo significativo para a Guarani, que demonstra a forte confiança da Tereos no potencial do Brasil, sendo a criação da Tereos Internacional um movimento transformador que fornecerá recursos adicionais e uma melhoria no balanço patrimonial



para a Açúcar Guarani continuar a crescer no Brasil e criar uma empresa mais forte e mais resiliente, com acesso a novos mercados. Para o futuro diretor presidente da Tereos Internacional, André Trucy, a combinação de ativos complementares e as excelentes equipes em três continentes permitirão atender melhor os clientes por todo o mundo com uma maior oferta de produtos, colocando a empresa em uma posição muito forte para aproveitar as oportunidades de crescimento em produtos de valor agregado e mercados de rápido crescimento.

A Tereos é um grupo de cooperativas agro-industriais especializado no processamento primário de beterraba, cana-de-açúcar e cereais. Graças a um compromisso entre 12.000 agricultores franceses que são seus sócios cooperados, o Grupo Tereos tem se expandido consideravelmente nos últimos 20 anos, aumentando em 50 vezes sua produção total de açúcar, amido e álcool. Suas 33 plantas de produção na Europa, América do Sul e África oferecem mercado de longo prazo para 900.000 hectares de terras cultivadas. A Tereos é atualmente um dos líderes mundiais nas suas áreas de atuação.

A Açúcar Guarani é uma das mais importantes empresas no setor de açúcar e etanol no Brasil. Sua principal atividade é o processamento de cana-de-açúcar para produção de açúcar, etanol e energia. É a terceira maior processadora de cana-de-açúcar e a quarta produtora de açúcar no Brasil e uma das principais produtoras de etanol, com capacidade de moagem estimada de 15,8 milhões de toneladas de cana-de-açúcar na safra de 2010/2011. A Guarani possui seis unidades, das quais cinco estão localizadas no Brasil, na região Noroeste do Estado de São Paulo, e uma em Moçambique. A Tereos é sua acionista controladora.



## COCA-COLA E NESTLÉ APOSTAM NA VENDA PORTA A PORTA

A indústria de alimentação cada vez mais vê a venda porta a porta como canal de venda para aumentar sua penetração entre os consumidores de baixa renda e não perder espaço para concorrentes. A Coca-Cola, por exemplo, passou a atuar com a venda direta por meio de vans que vendem o refrigerante em garrafas de vidro, nos Estados de Pernambuco e Paraíba e no Norte da Bahia, o que é feito pela sua engarrafadora na região, a Coca-Cola Guararapes. A meta é ampliar a ação em mais cidades este ano e começar a comercializar o refrigerante Fanta por este canal, por ser a segunda marca de maior penetração na classe C. No último mês, a Coca-Cola Brasil divulgou resultados e reforçou que este ano investirá mais R\$ 2 bilhões no país, valor 14% acima do de 2009. A meta é alcançar, entre 2010 e 2014, um aporte total de R\$ 11 bilhões. Em 2009, foi registrado um crescimento de 4% no seu volume de vendas

frente ao ano passado e um faturamento de R\$ 17 bilhões. No caso da Nestlé, a venda direta começou em 2006 na cidade de São Paulo e a escolha foi atuar com micro distribuidores, que selecionam revendedoras que hoje já são sete mil e ampliam-se a cada mês. Existem catálogos com kits de produtos da marca, que está aumentando sua atuação no país. No final do ano passado, por exemplo, a subsidiária da multinacional suíça começou a atuar no Nordeste com a venda direta, sendo a meta para a região a captação de cerca de 80 distribuidores e 4 mil revendedoras até o final do ano; além disso, há intenção de expandir para o Centro-Oeste e Norte do país. Atualmente, a empresa conta com cerca de 200 micro distribuidores no Brasil, tendo começado com apenas oito e 800 revendedoras. Em 2008, a Nestlé faturou mais de R\$ 1 bilhão com a nova área de negócios, que cresceu 15%, e começa a representar cada vez mais para a empresa.

## SEARA INAUGURA MAIOR SISTEMA DE TRATAMENTO DE DEJETOS DE SUÍNOS DA AMÉRICA LATINA



A Seara Alimentos, do Grupo Marfrig, inaugurou o maior sistema de biodigestores para tratamento de dejetos suínos do Brasil, em Diamantino, MT. O empreendimento evita emissões de metano para a atmosfera equivalentes a cerca de 73 mil toneladas de CO<sub>2</sub> por ano, o que equivale ao plantio e pre-

servação de 15 milhões de árvores nativas ou 6.820 hectares de reflorestamento. Adicionalmente, gerará energia suficiente para abastecer o complexo de suínos da empresa no local, que envolve 11 mil matrizes e 282 mil animais terminados/ano. São duas as finalidades básicas do empreendimento da Seara em Diamantino: tratar os dejetos líquidos do complexo e purificar a água. No total, serão processados diariamente 2 milhões de litros de dejetos, produzindo aproximadamente 20 mil metros cúbicos de biogás por dia. Na primeira fase do empreendimento, já concluída, uma planta de 700 kW abastecerá o complexo de granjas, tornando-o auto-suficiente em eletricidade. Na segunda fase está prevista a ampliação da planta de geração de biogás para 2MW, que permitirá a exportação do excedente de energia para outra unidade do Grupo Marfrig no Mato Grosso. Além dos benefícios ambientais, o sistema de biodigestores da Seara proporcionará uma economia anual de R\$ 2,5 milhões em energia elétrica.

A Seara Alimentos é o segundo maior fabricante de produtos industrializados de aves e suínos do Brasil, o segundo maior produtor de aves e suínos e também o segundo maior exportador de carne de frangos e suínos. A capacidade instalada é de abate de 10,4 mil suínos/dia, 2,4 milhões de frangos/dia e 30 mil perus/dia. No total, são mais de 30 mil toneladas/mês de alimentos industrializados, distribuídos em uma ampla linha de produtos, com destaque para várias opções de lingüiças, salsichas, presuntos, hambúrgueres, mortadela, cortes especiais de frangos e suínos, salames e outros.

## SOLAE LANÇA FIBRA DE SOJA

A Solae desenvolveu um novo ingrediente de fibra de soja para a indústria de panificação: Fibrim 1240, uma combinação de fibra insolúvel, fibra solúvel e proteína. Quando incluído em sistemas de massa fermentada, fornece um programa de gerenciamento completo de umidade natural, permitindo maior absorção de massa e melhor rendimento. Fibrim 1240 também oferece como benefício o aumento da vida útil e experiência superior em relação ao sabor e nutrição. O novo ingrediente pode ser aplicado a uma série de produtos alimentícios, como cookies, pães, massa pronta para bolos entre outros.

Solae® Fibrim é processado para nenhum impacto no sabor, excelente absorção de água e funcionalidade consistente. Adicionalmente, atende às necessidades dos consumidores por alimentos que forneçam benefícios à saúde. Pesquisas recentes demonstram que a fibra de soja pode colaborar para a saúde digestiva, saúde do coração, resposta de glicose sanguínea saudável e baixo índice glicêmico dos alimentos.

A Solae é a líder mundial no desenvolvimento de tecnologia inovadora à base de soja para a indústria de alimentos, carnes e produtos nutricionais. Fornece soluções que

Solae™



trazem uma combinação única de benefícios econômicos, nutricionais e funcionais. Com mais de 1.000 produtos utilizados por mais de 3,5 mil clientes, os ingredientes de soja da Solae são utilizados por consumidores em todo o mundo em produtos como bebidas, barras de cereais, carnes, refeições vegetarianas e muito mais. Com sede em St. Louis, no Missouri, Estados Unidos, e receita anual acima de US\$1 bilhão, a empresa foi formada por meio de uma aliança entre as áreas de ingredientes alimentícios da DuPont - DuPont Protein Technologies - e da Bunge.



## CACHAÇA 51 COMEMORA 51 ANOS

A Cachaça 51 está comemorando 51 anos em 2010. E, para celebrar a data, a Cia. Müller de Bebidas aproveita a campanha institucional com o mote “Boa idéia é ser brasileiro”, para divulgar o ano festivo, que também contará com ações de endomarketing. Além de um selo comemorativo com a inscrição “2010 - 51 anos de 51” na garrafa de 965ml, serão utilizados jingles para rádio, publicidade em jornais de cobertura esportiva e ações em bares. Afinal, são 51 anos de um trabalho constante da Cia. Müller para que a Cachaça 51 atingisse o patamar de ser, segundo a publicação Drinks International, o terceiro destilado mais consumido do mundo. A história da Cachaça 51 começou em 1959, em Pirassununga, SP. Desde então, a Cia. Müller de Bebidas só foi aprimorando a qualidade da produção, a estética da embalagem, assim como criou uma linha de produtos com origem na cinqüentenária cachaça. O slogan “Uma boa idéia” foi criado em 1978 e tinha como um dos seus grandes diferenciais o fato de não estar focado



diretamente nos atributos clássicos do produto (como sabor, qualidade, preço, etc.), mas, sim, no hábito de seu consumo. Ao longo do tempo, a marca 51 se tornou referência na categoria Cachaça, principalmente pela pureza e alta qualidade do produto. A qualidade internacional da cachaça é resultante de um cuidadoso processo de produção. A Cia. Müller gerencia, desde o corte da cana-de-açúcar até o engarrafamento, utilizando a mais avançada tecnologia no mercado de aguardentes, aprimorada ao longo de 51 anos de atividades, com duas unidades de produção, uma no interior de São Paulo e outra no Nordeste. A família 51 nesses dois últimos anos ganhou complementos à sua linha, como Cachaça 51 em lata, a 51 Ice, a 51 Ouro, a Mix 51 e a cachaça extra-premium Reserva 51.

## SELO BENEOTM CONQUISTA A AMÉRICA LATINA

O selo Beneo™, da Beneo-Orafti, está conquistando a América Latina, com cerca de 30 produtos já lançados desde 2006. Nos últimos 12 meses, a Beneo-Orafti observou um grande aumento no número de produtos lançados na América Latina em uma ampla gama de categorias. Para mencionar apenas alguns, vale ressaltar o leite Fibralac para adultos, na Costa Rica, a linha de pães “Estar Bem” da Wickbold, e os doces de leite da São Lourenço, ambos do Brasil.

O Programa Beneo™, que nasceu como uma iniciativa europeia conjunta entre os fabricantes de alimentos e a Beneo-Orafti na Bélgica, foi desenvolvido para comunicar

os benefícios da inulina e oligofrutose Orafti® (ingredientes prebióticos) para a saúde através de um selo de qualidade fácil de compreender. Esse selo oferece ao produto um símbolo reconhecível que indica ao consumidor que o produto contém quantidade suficiente de inulina ou oligofrutose Orafti® para apoiar uma alegação de saúde comprovada cientificamente. O selo Beneo™ foi criado originalmente para fornecer aos clientes uma ampla variedade de ferramentas para maximizar seu conhecimento



do mercado, inclusive com dados científicos, tendências de mercado e pesquisa de comunicação, e para incluir seus produtos em um pacote de comunicação global. Seu objetivo sempre foi o de traduzir as descobertas científicas em uma linguagem inteligível e atrativa. Desde o lançamento, mais de 380 produtos já foram lançados com o selo Beneo™ em 33 países, o que

demonstra o quanto este programa cresceu desde o seu lançamento na Bélgica a mais de nove anos atrás.

À medida que o Programa Beneo™ cresceu, também aumentou o número de lançamentos de produtos em todo o mundo. Os mais recentes lançamentos incluem o iogurte prebiótico pronto para beber Sigma, na Itália; três novas linhas de substitutos de refeição Nutricare (linha alta proteína, biscoitos e sobremesas), na Espanha; o pão Balance enriquecido com fibras, com efeito prebiótico, na Suíça; a bebida prebiótica de soja Sojo, e a bebida de soro de leite azedo Vitela com baixo teor de gordura, com probióticos e fibras prebióticas, na República Tcheca; a sobremesa de Tofu com Inulina, com alto teor de fibra, em Cingapura; o sorvete Fiber Land, com alto teor de fibra, em Taiwan; os suplementos alimentares Slimmez Fruit Juice Collagen, Mytrimmix Fat Loss Nutrition e Youth powerhouse BioLive Collagen, na Malásia; o substituto de refeição Life's Basics, rico em fibras, nos Estados Unidos; e o sorvete dietético Nutrial, na Argentina.



**beneo**  
orafti