

Mercado, Empresas & Cia.

GELITA DO BRASIL OBTÉM CERTIFICAÇÃO ISO 9001:2015

Líder global na produção de gelatina e colágeno, a Gelita do Brasil obteve a certificação ISO 9001:2015 em suas três unidades: Cotia, Mococa e Maringá. A certificação nessa norma atesta que a empresa possui um sistema de gestão da qualidade implementado e que demonstra capacidade de fornecer produtos e serviços que atendem aos requisitos regulatórios e de seus clientes. A norma ISO 9001 passou por uma grande revisão em 2015. A nova versão vai além da gestão da qualidade e dos processos operacionais, dando maior ênfase à sustentabilidade do negócio, ao considerar como requisitos a análise do contexto da organização e o planejamento para abordar riscos e oportunidades. Segundo a Gelita, o processo de preparação para a certificação ocorreu ao longo de 2016 e durante as auditorias de certificação os auditores verificaram o atendimento dos requisitos da norma, entre eles principalmente o nível de satisfação dos clientes e o atendimento dos requisitos regulatórios. As outras unidades da Gelita no mundo já possuíam a certificação ISO 9001, mas as plantas brasileiras foram as primeiras a conseguir a certificação

na versão 2015. Comprometida em manter seus processos adequados às mais rígidas certificações disponíveis no mercado mundial, as unidades da Gelita no Brasil conquistaram ainda em 2016 a recertificação FSSC 22000, voltada à segurança de alimentos. De acordo com a Gelita do Brasil, dando continuidade no planejamento em integrar seu sistema de gestão, o próximo passo será obter, até o final de 2018, a certificação das três unidades do Brasil na norma ISO 14001:2015, focada na gestão ambiental. As gelatinas e os colágenos produzidos pela Gelita são aplicados em milhares de produtos, dos mais diversos segmentos, desde as indústrias alimentícia, farmacêutica, de saúde e nutrição, assim como pet e de aplicações técnicas.

GELITA
Improving Quality of Life

MASTERSENSE ANUNCIA AMPLIAÇÃO DE SUA SEDE EM JUNDIAÍ

A MasterSense inaugurou, em março de 2017, sua nova sede, mantendo sua localização estratégica em Jundiaí, SP, à beira da Rodovia Anhanguera e com fácil acesso à Rodovia dos Bandeirantes. Em ritmo acelerado de crescimento, parte do plano de expansão foi aumentar em cerca de três vezes a capacidade de armazenamento, oferecendo maior agilidade ao atendimento logístico, com docas exclusivas para recebimento e para expedição. A nova sede contempla, ainda, a expansão da sua área de Inovação, com a inclusão de laboratório de aplicação de aromas salgados e da planta piloto de sorvetes, além da ampliação dos laboratórios de panificação e aplicação de aromas doces. Segundo a MasterSense,

com esse investimento a empresa reafirma um dos pilares de sua missão, que é alimentar o mercado de alimentos e bebidas com serviços de excelência. A MasterSense está de portas abertas para receber seus clientes e fornecedores na Rodovia Anhanguera, km 62 - s/nº - CLA G. 7, 8 e 9 - Jundiaí, SP.


MasterSense
ingredientes e aromas

EMULZINT LANÇA LINHA SENSE-IT PARA PREPARO DE PÃES ESPECIAIS

A Emulzint, indústria holandesa de ingredientes para panificação e confeitaria, acaba de lançar a linha Sense-it, um concentrado de ingredientes diferenciados e selecionados como grãos, sementes, frutas e castanhas, que proporciona experiências sensoriais incomparáveis. Alinhada a uma tendência mundial de produtos com ingredientes saudáveis e ainda assim muito saborosos, a Emulzint percebeu que cada vez mais pessoas buscavam consumir pães artesanais de aparência rústica com grãos, sementes, frutas ou castanhas, entretanto estes produtos demandam das padarias altos custos e complexidade na produção. Segundo a Emulzint, para permitir que o mercado de panificação não perca esse novo filão, a empresa lançou a linha Sense-it, que traz uma base de grãos, fibras e melhoradores e dá a possibilidade de produção de pães especiais em padarias de todos os portes. A linha Sense-it pode ser aplicada nas tradicionais misturas para pães já comercializadas pela Emulzint ou, ainda, em receitas exclusivas desenvolvidas pela padaria. Segundo a empresa, Sense-it transforma as próprias receitas de pão em uma receita *premium* e diferenciada; tudo isso em aproximadamente 2 minutos, através de um processo de preparo simples, fácil e rápido. Uma das principais vantagens de Sense-it é agregar valor aos produtos comercializados nas padarias. A linha traz inovação, oferecendo aos panificadores mais possibilidades de sabores e combinações; qualidade, pois são concentrados feitos com ingredientes selecionados; versatilidade, permitindo a utilização em qualquer receita de pães; e praticidade, com aplicação simples e rápida. Ou seja, Sense-it traz um menor custo e uma maior margem de lucro se comparada à produção artesanal de pães especiais. A Linha Sense-it, que é comercializada em caixas de 5 kg, pode ser usada na produção de pães doces ou salgados, brioches, panetones e até em pretzels. Está disponível nos seguintes sabores Sense-it Andino, Sense-it Cranberry e Sense-it Macadâmia. Sense-it Andino oferece os benefícios do amaranto, quinoa vermelha e chia em um único produto. São três grãos originários da região dos Andes, com nutrientes essenciais, que ajudam na sensação de saciedade e possuem propriedades antioxidantes. Além de



possuir ingredientes selecionados, o Sense-it Andino contém massa madre, que traz um toque artesanal e rústico para os pães. Já Sense-it Cranberry traz o toque suave de cranberry, levemente adocicado, combinado com o toque cítrico da laranja, é um *mix* que dá um ar de elegância e sofisticação às receitas. E, Sense-it Macadâmia oferece os benefícios da macadâmia, considerada a castanha mais fina do mundo, que aqui é combinada com a castanha do Pará, em uma fusão que realça a qualidade premium dos pães e proporciona uma sensação de crocância e textura incomparáveis.

Fundada no Brasil em 1977, a Emulzint pertence ao grupo holandês Zeelandia International Holding B.V., que está presente em mais de 60 países. Conhecida no mercado pela inovação, postura ética e ações com foco no cliente, possui mais de 100 produtos nas linhas de Panificação, Confeitaria e Indústria. Sua missão é oferecer soluções em produtos e serviços ao mercado com qualidade, de forma inovadora e buscando a excelência. Com sede em Jundiaí, SP, um dos maiores centros industriais do país, o parque industrial da empresa tem 20 mil m² e abriga as áreas de produção, administração, suporte ao cliente, marketing e vendas. A empresa mantém distribuição para todo o território nacional.



Emulzint
Grupo Zeelandia

J.MACÊDO É CERTIFICADA COM A FSSC 22.000

A J.Macêdo, fabricante dos produtos Dona Benta, Sol e Petybon, entre outros, acaba de conquistar a certificação internacional FSSC 22.000 (*Food Safety System Certification - Certificação do Sistema de Segurança de Alimentos 22.000*), referente à sua unidade de massas em São José dos Campos, SP. Reconhecida mundialmente, a certificação abre para a empresa a possibilidade de novos negócios e acesso aos mais exigentes mercados globais. A FSSC 22.000 demonstra que uma empresa dispõe de um sistema de gestão de segurança de alimentos robusto e eficaz, capaz de atender aos requisitos de órgãos

reguladores, clientes na cadeia de alimentos e consumidores. Baseada na ISO 22000, ela segue também as especificações PAS 222, ISO/TS 22002-4 e ISO/TS 22002-1. O objetivo da J.Macêdo é ampliar a certificação para as outras unidades da empresa. Segundo a J.Macêdo, a empresa possui um cronograma a ser seguido, que teve início pela fábrica de massas em São José dos Campos. Agora, o escopo será ampliado para as fábricas de mistura para bolos, gelatina, farinha doméstica e fermento. Ao mesmo tempo, a empresa busca a certificação do moinho de Fortaleza, Simões Filho, Salvador, Londrina e Maceió.

TETRA PAK ANUNCIA AQUISIÇÃO DE FABRICANTE DE EQUIPAMENTOS PARA QUEIJO MUSSARELA

A Tetra Pak anunciou a compra da Johnson Industries International, empresa especializada no design, desenvolvimento e fabricação de equipamentos para produção de queijo mussarela. A companhia também fabrica uma grande variedade de máquinas para cortes, trituração e salga do produto. A aquisição amplia o extenso portfólio da Tetra Pak de tecnologias para produção de queijo e reforça sua posição como um dos líderes mundiais em soluções para essa indústria. Com sede em Wisconsin, nos Estados Unidos, a Johnson Industries International é um dos principais fornecedores do segmento na América do Norte, com produtos de alta qualidade e grande volume de comercialização. Segundo a Tetra Pak, a parceria acrescenta expertise e tecnologias essenciais ao mercado de queijos, cada vez mais importante nos negócios da empresa. Para a Johnson Industries International, a transação possibilitará que as inovações da empresa contem com os recursos e a experiência internacional da Tetra Pak. A Johnson Industries International permanecerá em sua localização atual e com foco no seu core business.

INNOPHOS É A NOVA PARCEIRA DA VOGLER

A multinacional Innophos, um dos principais fabricantes de fosfatos do mundo, é a mais nova parceira da Vogler Ingredients. Referência na fabricação e no desenvolvimento de inovações e tecnologias em saudabilidade, a Innophos vem apresentando crescimento sempre acima da taxa de mercado, êxito alinhado à visão da Vogler Ingredients de crescimento sustentável e constante. A chegada da Innophos agrega muito ao rico portfólio da Vogler, que passa a distribuir - para os segmentos alimentício, de bebidas e Pet Food - uma linha completa de fosfatos, com estoque local em seu moderno Centro Logístico. Além de contar com todo o *know-how* da Innophos, a Vogler disponibiliza uma equipe técnica/comercial para assessorar na identificação das melhores soluções do mercado.



O SUCESSO DO SEU PRODUTO NASCE COM A ESCOLHA CERTA

alibra



Compostos lácteos
 Creme de leite
 Concentrados e isolados proteicos do soro e do leite
 Caseinatos de sódio e de cálcio
 Caseína
 Estabilizantes
 Espessantes
 Gorduras em pó
 Lactose micronizada
 Óleos em pó
 Queijos análogos
 Coberturas tipo requeijão
 Condimento em pó sabor queijo
 Sais fundentes e corretores de pH
 Flocos de batata
 Cacau alcalino
 Aglomerados para *vending machine*
 Saborizantes concentrados
 Sabores naturais em pó
 Soro de leite em pó
 Corante carmim
 Ácido cítrico
 Goma xantana
 Polidextrose
 Sorbitol
 Monoglicerídeo destilado saturado
 Glutamato monossódico
 Goma tara
 Hidróxido de cálcio
 Fosfato dissódico
Soluções customizadas



NOVO SITE JBS DESTACA PORTFÓLIO DE PRODUTOS E MARCAS

A JBS acaba de lançar o site da Empresa no Brasil (www.jbs.com.br). Mais moderno, interativo e de fácil navegação, o portal destaca a diversidade dos negócios da empresa, o portfólio variado de produtos e marcas em todo o mundo e que refletem a posição da JBS como uma empresa global de alimentos. A página está totalmente reformulada, de acordo com as diretrizes globais da companhia: sustentabilidade, qualidade e inovação, além de mostrar a trajetória da JBS em seus 64 anos. Uma linha do tempo interativa permite aos usuários viajarem pela história da empresa - da origem como frigorífico, até se transformar na maior processadora de proteína animal do mundo. Informações sobre os demais setores de atuação da empresa - couros, biodiesel, colágeno, sabonetes, glicerina e outros - também estão de fácil acesso ao usuário. Segundo a empresa, o novo portal proporciona uma comunicação mais organizada, completa e direta. Novas ferramentas facilitam a navegação e deixam a página ainda mais dinâmica. O site conta ainda com um banco de imagens para download a qualquer momento.



DUAS RODAS SUPERA META E FECHA 2016 COM CRESCIMENTO NO FATURAMENTO

Com um crescimento de 17% em 2016 e um faturamento de R\$ 735 milhões no mesmo período, a multinacional Duas Rodas, líder brasileira na produção de aromas e ingredientes para a indústria de alimentos e bebidas, celebra seus 91 anos de mercado com os resultados positivos do ano anterior e expectativas promissoras em relação a 2017. A superação da meta de crescimento estabelecida, que era de 15% inicialmente, está entre os principais motivos de comemoração, sobretudo pelo cenário de recessão econômica que marcou o ano passado. Uma prova de que a Duas Rodas não tem se intimidado diante do cenário econômico fragilizado, é o fato de a empresa colocar em prática o “Plano Expansão 2020”, que conta com investimentos de aproximadamente R\$ 400 milhões no período entre 2016 e 2020. Esses recursos serão direcionados para aquisições, ampliação de fábricas, automação e tecnologia. Somado a isso, os bons resultados de 2016 são atribuídos ao fortalecimento das oito unidades da empresa, sendo quatro no Brasil (Santa Catarina, São Paulo, Sergipe e Amazonas) e quatro no exterior (Argentina, Chile, Colômbia e México). Na Argentina, por exemplo, foi inaugurada em 2015 uma nova fábrica com um aporte de US\$ 7,5 milhões. No Brasil, a divisão de



Duas Rodas

panificação e confeitaria, fortalecida em 2015 com a aquisição da Mix Indústria de Alimentos, recebeu no ano passado um aporte de R\$ 13 milhões voltados às obras de sua nova fábrica, transferida para um espaço mais amplo em uma localização estratégica, próximo à Rodovia Anchieta, em São Bernardo do Campo, SP. O aporte direcionado à unidade contempla também a construção, em 2017, do novo Centro de Inovação e Tecnologia da Duas Rodas na região Sudeste. Com conceito de inovação e integração, o CTI terá laboratórios de pesquisa e desenvolvimento, laboratórios de aplicação, laboratórios de aromas, padaria, cozinha experimental e auditório. Outros projetos importantes previstos para 2017 são a implantação das novas instalações da fábrica da Duas Rodas, no Chile, que conta com um investimento de US\$ 7 milhões, além da ampliação das unidades da empresa na Colômbia, para as quais será direcionado um aporte de US\$ 2,9 milhões. A meta de crescimento estabelecida para o ano se mantém em 15%. Segundo a Duas Rodas, o reinvestimento de recursos sempre foi uma prática muito forte da empresa e que será mantida, a fim de conquistar crescimento com responsabilidade, consolidando o avanço em faturamento, mantendo a imagem positiva da marca e gerando resultados consistentes.

VIGOR RENOVA MARCA E REFORÇA SEU PROTAGONISMO NO MERCADO BRASILEIRO DE ALIMENTOS

A Vigor Alimentos, que acaba de completar 100 anos de atuação no mercado brasileiro, renova sua estratégia de negócios e investe R\$ 20 milhões no reposicionamento de sua marca institucional. A mudança está baseada em quatro importantes pilares: novo posicionamento, nova logomarca, novas embalagens e nova comunicação. O objetivo é consolidar a Vigor Alimentos como uma das maiores empresas de lácteos do mercado brasileiro. Nesse sentido, a



companhia promete construir uma marca ainda mais inovadora, cada vez mais presente na mídia e no ponto de venda, ainda mais atraente e com produtos que combinam sabores, texturas e benefícios exclusivos. De acordo com a Vigor Alimentos, o reposicionamento da marca representa um momento histórico. A mudança reflete um ajuste macro na empresa e um grande passo para o futuro. Para isso, a empresa investiu em pesquisas junto aos consumidores. A mudança teve início pelo seu principal ícone: a logomarca. A Vigor adotou uma identidade visual mais contemporânea, clean e menos arredondada. A fonte também foi trocada por um estilo leve e agradável. Já a assinatura mudou para: "Vigor. Descubra esse Sabor". Trata-se de um posicionamento que convida a experimentar e a descobrir toda a qualidade dos produtos da marca. Segundo a Vigor Alimentos, o objetivo é criar uma experiência pessoal rica, estimulante e próxima do consumidor; proporcionar sentimentos de admiração, prazer e confiança. A mudança proposta pela Vigor também prevê uma alteração completa de todas as embalagens que compõem o seu portfólio: dos requeijões e iogurtes até os queijos especiais e margarinas. A empresa quer colocar à mesa versões mais refinadas, desenvolvidas em São Francisco

(Estados Unidos), pela Sterling Becker, uma das principais empresas de design do mundo. O que se pretende é ter opções mais atraentes no ponto de venda, reforçando o lado sensorial da Vigor. Em alguns casos ainda serão aplicados selos e ícones de utilização que garantam tanto a qualidade quanto a forma de uso de cada produto. A nova trajetória da Vigor visa o longo prazo. Uma das principais estratégias é buscar ser mais conhecidos pelo restante do país. Até o ano de 2009,

83% das vendas eram feitas somente na capital paulistana. Sete anos depois, o percentual caiu para 50%. A vontade da empresa é que esse número reduza ainda mais - cerca de 35% até 2020. Com sua visão inovadora, a Vigor é a empresa que mais apresenta produtos exclusivos ao mercado brasileiro, a exemplo do iogurte grego. Só este ano, serão lançadas dez grandes novidades. O destaque fica por conta do indescritível Vigor Grego Pedacos: o único do país com generosos pedaços de frutas naturais, sem corantes e sem aromatizantes. Trata-se de um produto jamais visto nas gôndolas brasileiras. Cada colherada apresenta uma explosão de textura, pois os pedaços de frutas são bem grandes e misturados à massa. Os sabores são exóticos e diferenciados: Damasco, Coco e Cranberry. Outro lançamento que promete surpreender o paladar de muitas pessoas é o Cream Cheese Danúbio Aerado, que também detém o título de primeiro e único do país. As bolhas de ar injetadas no produto se espalham mais facilmente no pão, por meio de uma textura macia que derrete na boca. A novidade passa por um processo que deixa o creme mais leve do que a versão tradicional. Além disso, carrega o sabor marcante, já conhecido pelos consumidores da marca.

Amidos Modificados

Linha completa de Amidos

- Amido de Mandioca
- Amido de Arroz
- Amido de Milho
- Amido de Batata

Amidos Modificados Alimentícios

- | | |
|------------|-------------------|
| - Molhos | - Bebidas Lácteas |
| - Cremes | - Requeijão |
| - Catchup | - Doce de Leite |
| - Maionese | - Pão de Queijo |
| - Mostarda | - Temperos |
| - Iogurtes | - Snacks |



www.amidos.ind.br

Marechal Cândido Rondon - Paraná - Brasil
E-mail: alex@amidos.ind.br (45) 3284-8512

Quem conhece a fórmula controla o resultado!

INDUKERN FORTALECE SUA POSIÇÃO NO MERCADO BRASILEIRO DE ALIMENTOS

A Indukern reforçou sua presença no mercado brasileiro de alimentos através da aquisição, no início de 2016, de 75% da empresa brasileira Hexus Food. Um ano após a aquisição, a empresa faz um balanço bastante positivo do período: fortaleceu sua posição em alguns segmentos específicos, expandiu sua atuação em outras áreas estratégicas para a empresa e continua trabalhando em iniciativas que, ao longo de 2017, trarão novidades para o mercado de ingredientes. Segundo a Indukern, através dessa aquisição, a empresa reforçou a presença em mercados que já atuava, como o mercado de carnes, além de aumentar a penetração em segmentos importantes no Brasil, nos quais a Hexus sempre foi muito forte, como lácteos, sorvetes e bebidas. Ainda segundo a empresa, essa decisão está diretamente alinhada com a estratégia global da Indukern de oferecer produtos de alto valor agregado e fornecer serviços especializados com profundo conhecimento técnico.

A aquisição incluiu investimentos nos laboratórios locais, melhorias nas plantas piloto e reforço na equipe técnica, priorizando o serviço e atendimento especializado aos clientes. Segundo a Hexus Foods, um dos grandes benefícios para os clientes é a sinergia com a equipe global, que conta com consultores especializados, suporte no desenvolvimento de produtos, utilizando

a mais alta tecnologia nas modernas plantas pilotos na Espanha, com ingredientes de alta qualidade. Como parte do plano de seguir investindo no mercado latino-americano, a Indukern acaba de anunciar a aquisição da empresa mexicana Cyteca, cuja atividade se concentra no desenvolvimento e comercialização de soluções para o mercado de alimentos. A Cyteca, fundada em 2003, é uma empresa referência no seu país em mesclas e soluções tecnológicas para a indústria láctea, de queijos e sorvetes. Com sede no México, conta com instalações que incluem um laboratório, uma planta piloto e de produção, além de escritório de vendas. Segundo a Indukern, a aquisição da Cyteca é estratégica, pois aumenta sua presença na América Latina, um mercado importante para a Indukern. A Cyteca comercializa seus produtos no México, América Central e Caribe e tem um ambicioso plano de expansão, que será apoiado e potencializado pela Indukern.



INDUKERN

PURATOS LANÇA COBERTURA DE CHOCOLATE COM AVELÃ

Para atender a uma demanda crescente no mercado em busca de produtos de excelente qualidade e sabor, o Carat Decorcrem Avelã é a novidade da Puratos com o sabor especial de chocolate com avelã, que pode ser utilizado como cobertura, recheio e até ingrediente em diversos itens da confeitaria. Especialmente desenvolvido e fabricado na unidade industrial de Guarulhos, possui ingredientes importados, que conferem ao Carat Decorcrem Avelã o autêntico sabor da avelã, uma textura bastante cremosa, perfeita para cobrir, decorar e rechear tortas, bolos, biscoitos, além de ser um excelente ingrediente no preparo de trufas e mousses, com resultado superior em qualidade e visual. Como cobertura, o Decorcrem Avelã pode substituir facilmente a ganache tradicional e, ao cobrir a aplicação, ele oferece corte limpo, textura cremosa, estabilidade ao congelamento e homogeneidade na mistura (separação mínima de óleo). Quando recheio, apresenta distribuição uniforme e ressalta sua versatilidade ao permitir a adição de frutas secas, castanhas, amendoins, chantilly, marshmallow, variando de acordo com a vontade do freguês. Disponível em baldes de 4 quilos, o Carat Decorcrem Avelã tem validade de 12 meses e pode ser adquirido nas melhores casas do ramo.



LAY'S® EXPANDE NO BRASIL E INICIA PRODUÇÃO EM CURITIBA

Após iniciar a distribuição de LAY'S® no Sul do país, a PepsiCo oficialmente iniciou a inclusão da produção da batata em sua fábrica de Curitiba, PR, para atender os Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Os investimentos realizados na planta fazem parte da estratégia de crescimento da PepsiCo Brasil em consolidar ainda mais sua liderança no segmento de *salty snacks*. De acordo com a PepsiCo, a ideia é ampliar o *mix* de produtos para o público da região, que tem uma crescente demanda no segmento *premium*. Grande parte dos produtores de batata da região, que já forneciam para a fábrica - com foco na produção de Elma Chips® e Ruffles® -, passaram a receber também a demanda da batata LAY'S®. Presente em mais de 60 países, a batata LAY'S® é a mais vendida no mundo, com mais de 800 milhões de consumidores. Há três anos no Brasil, o produto iniciou produção em Sete Lagoas, MG, para suprir a demanda de mercado do Sudeste, com os sabores Clássico, Sour Cream e Picanha, em versões de 30g (*push pop*) e 96g (*pillow*). Da colheita à embalagem, a produção do *snack* é feita em uma média de 48 horas. Para garantir esse prazo e conquistar a região Sul, houve também mudanças de máquinas de empacotamento para maquinário que também permite produzir embalagens exclusivas das batatas LAY'S® (abrem lateralmente para facilitar o manuseio). Além disso, a planta que possui 90 mil m² e com área construída



de 20 mil m², possui seis linhas instaladas e aproximadamente 400 funcionários. Como uma das empresas líderes em seu segmento, a PepsiCo possui hoje 15 fábricas localizadas em todo território nacional. Ao todo, opera 32 marcas no país, sendo que muitas delas geram mais de US\$ 1 bilhão cada em vendas estimadas globalmente, por ano, como no caso de LAY'S®, Quaker® e Pepsi-Cola®, por exemplo.

BENEO APRESENTA NOVOS CONCEITOS EM BALAS SEM AÇÚCAR

Durante a ISM, realizada de 29 de janeiro a 1 de fevereiro, em Colônia, na Alemanha, a Beneo inspirou os visitantes com as últimas inovações em balas duras sem açúcar da sua coleção "Sweets Collection". A última "Sweets Collection" inclui uma gama de balas duras que despertam os sentidos pela sua aparência e sabor graças à utilização do Isomalt, o substituto de açúcar da Beneo. Os visitantes do stand puderam degustar amostras que respondem às principais demandas dos consumidores, como a experiência sensorial e o posicionamento étnico. Dentre as amostras de balas sem açúcar da "Sweets Collection", merecem destaque: a Fruit Veggie Twister (bala de laranja, cenoura e gengibre), uma bala em espiral que inclui uma combinação equilibrada do sabor da fruta e do picante do gengibre, acrescentando a tendência de incluir vegetais em novas categorias; a Hot-Cool-Booster, uma bala caracterizada pela combinação de dois sabores que contrastam em uma fina camada de fruta que cobre o núcleo de limão e mentol, para dar redondeza à experiência sensorial; e a Mango Sticky Rice Delight, um conceito baseado em uma sobremesa muito popular na Ásia e que foi desenvolvido como resposta à crescente demanda de "autenticidade étnica". Incluso em todas as balas da "Sweet Collection", o Isomalt é derivado de forma natural da raiz da beterraba, tem sabor suave e semelhante ao açúcar; portanto, deixa espaço para outros ingredientes no intuito

beneo
connecting nutrition and health



de obter uma combinação nova de sabores. Este ingrediente recebeu a aprovação da EFSA para diferentes *claims* de saúde pelo seu baixo índice glicêmico e por não danificar os dentes. Os especialistas do Beneo Technology Center desenvolvem constantemente ideias para estimular o mercado de balas sem açúcar e a Beneo apoia ativamente seus parceiros e clientes em todo o processo de desenvolvimento do produto. Segundo a Beneo, com a "Sweets Collection" a Beneo quer estimular a criatividade no mercado de balas em escala mundial para desenvolver ideias alinhadas com as tendências atuais, tanto em matéria de sabor como em aparência.

ALIBRA INGREDIENTES INSTALA NOVA PLANTA PILOTO UHT

Com foco em um atendimento cada vez mais personalizado, a Alibra Ingredientes investiu na aquisição de uma nova planta UHT (*Ultra High Temperature*). Instalado na sede da empresa, em Campinas, SP, e em operação desde o final de 2016, o equipamento simula condições ideais de plantas industriais, tornando o desenvolvimento de produtos muito mais rápido e assertivo. Com investimento da ordem de R\$ 1,5 milhão, entre equipamentos e instalações, a planta piloto de última geração permite grande flexibilidade de parâmetros de processo para diferentes produtos dentro do segmento de UHT, como creme de leite, bebidas lácteas, bebidas proteicas, bebidas de soja, néctares, entre outros, com possibilidade de esterilização por injeção direta/indireta de vapor, homogeneização em dois estágios - seja ela asséptica ou não - além de variações na temperatura de envase, através de sistema de resfriamento acoplado à planta UHT. O controle é feito digitalmente, o que garante a alta precisão. Acoplado a planta piloto UHT Alibra, foi instalada uma câmara de fluxo laminar que permite envase asséptico, possibilitando manutenção dos produtos em temperatura ambiente, reproduzindo condições comerciais de armazenamento. Dentre os principais benefícios oferecidos pela planta piloto está a possibilidade de realização de um número muito maior de testes em curto espaço de tempo, permitindo que diversas variações de um mesmo produto sejam avaliadas antes da realização de testes industriais nos clientes, o que gera uma grande economia de tempo e de insumos. Na planta UHT Alibra pode-se avaliar, em média, seis variações de processo e formulação em um mesmo dia. Os protótipos passam por esterilização e, portanto, o tempo que podem ser armazenados para uma avaliação futura aumenta consideravelmente. Dessa



forma, além de gerar uma base de dados importante em cada projeto, as amostras coletadas podem ser analisadas durante os estudos de *shelf life* pré-estabelecidos, possibilitando a realização de ajustes e correções de acordo com as mudanças que podem vir a ocorrer nos períodos de estudo em questão. Todo o desenvolvimento da planta UHT Alibra foi acompanhado pelos engenheiros de processos da empresa que, familiarizados com o desenvolvimento de equipamentos industriais, contribuíram de forma significativa para a construção de uma planta moderna e totalmente adequada às necessidades dos clientes.

TIAL ABRE NOVOS MERCADOS E INCREMENTA EXPORTAÇÕES

Pioneira no segmento de sucos prontos sem aditivos químicos, a Tropical Alimentos, empresa do Grupo Pif Paf, está intensificando o processo de internacionalização da marca Tial, com ações comerciais nos Estados Unidos, Portugal, Japão e Irã, entre outros. A expectativa é um incremento de 40% no volume exportado, além de perspectivas ainda melhores para 2017. A principal novidade é a chegada da linha de bebidas e néctares da empresa ao mercado português. O embarque do primeiro contêiner ocorreu no final de outubro e os produtos já foram diretamente para as gôndolas dos supermercados. Outro mercado importante para o crescimento das exportações será o Irã. Em breve, a Tial inicia os embarques para o país. Para isso,

adequou sua linha de produção, a fim de atender às exigências do consumidor muçulmano e obter a certificação Halal, exigida para esse mercado. Já os Estados Unidos receberam o contêiner das linhas de sucos e néctares em junho e novos embarques estão em andamento. As exportações para a Guiana Francesa, que acontecem há 10 anos, permanecem ativas. Em todos os casos, é exportado um produto *premium*, com qualidade diferenciada. Segundo o Grupo Pif Paf, o atendimento em conformidade com as especificações de cada mercado é fator determinante para a internacionalização da marca. Além dos países citados, o retorno ao Japão é mais um passo a ser dado pela empresa.

AURORA ALIMENTOS ADQUIRE INDÚSTRIA DE ALIMENTOS COTREL

A Cooperativa Central Aurora Alimentos, terceiro grupo agroindustrial de carnes do país, assumiu definitivamente as unidades frigoríficas da Cooperativa Triticola Erechim (Cotrel), instaladas em Erechim, RS. A operação teve a anuência da Fazenda Nacional e a aprovação do Juízo da Vara de Falências da Comarca de Erechim. As duas plantas adquiridas pela Aurora, um frigorífico de aves e um frigorífico de suínos, são objeto de parcerias desde 2005. De setembro de 2005 a agosto de 2007, a Aurora e a Cotrel assinaram contrato de prestação de serviços através do qual a cooperativa gaúcha abateu e industrializou aves e suínos em nome da Aurora. Incluiu-se nessa prestação de serviços a fabricação de rações e a incubação de ovos. A partir de setembro de 2007 até hoje, a operação passou a ser de arrendamento. Além de alugar todas as plantas e instalações industriais, administrativas e de apoio, a Aurora assumiu diretamente a força de trabalho que, na época, era de 1.992 empregados. A indústria também decidiu comprar as marcas Nobre, Nobreza, Da Fazenda e Capone que eram de domínio da Cotrel. Atualmente, a unidade de abate e processamento de frangos tem capacidade para 26,7 milhões de cabeças ao ano e mantém 1.345 trabalhadores diretos. A unidade de suínos tem capacidade para 418 mil cabeças ao ano com 1.151 empregos diretos. As duas plantas respondem por 7,8% da receita operacional bruta do conglomerado Aurora.

FORNO DE MINAS CONQUISTA CERTIFICAÇÃO BRC

Líder na comercialização de pães de queijo no Brasil, a Forno de Minas deu um importante passo para viabilizar o processo de internacionalização desse produto. A empresa mineira acaba de conquistar a certificação BRC (*Bristish Retail Consortium*) - Norma Global de Segurança de Alimentos -, com maior índice de aprovação (AA), para as linhas de pães de queijo (crus e assados) e waffles. O selo usado por empresas de mais de 120 países, atesta a competência de todo o sistema produtivo no que diz respeito à segurança de alimentos. A norma BRC eleva a Forno de Minas ao patamar das companhias que possuem certificados internacionais de qualidade, responsabilidade e segurança de alimentos. Segundo a Forno de Minas, é uma grande conquista, especialmente porque vai ao encontro da sua meta de expansão das exportações do pão de queijo e de abertura de novos mercados, além de reforçar sua excelência e compromisso com o consumidor. Anteriormente, a indústria já havia conquistado as certificações Gluten-Free - principal certificação do mercado sem glúten, reconhecida em 27 países -; e Halal - certificação responsável por atestar que a produção está de acordo com as orientações da lei islâmica - e certificado FDA - regulamentação de alimentos, bebidas e suplementos destinados ao consumo nos Estados Unidos. O processo para a obtenção do BRC começou no início de 2016, quando várias ações, em diversos setores, foram implantadas para a conquista da certificação. Uma vez que a norma define requisitos fundamentais para a criação e o funcionamento de uma operação eficaz de segurança de alimentos. No total, são 256 requisitos que precisaram ser atendidos.

MIX ALIMENTOS INVESTE EM NOVA FÁBRICA

A Mix Indústria de Alimentos, uma das principais marcas do mercado de panificação e confeitaria do Brasil, acaba de inaugurar as instalações de sua nova fábrica, localizada em São Bernardo do Campo, na região do ABC Paulista, na Grande São Paulo. A transferência para um espaço mais amplo e moderno faz parte da estratégia de expansão do negócio pela Duas Rodas, grupo à qual a Mix foi incorporada através de aquisição em 2015. O potencial do negócio é reforçado pelo faturamento da unidade, que em 2016 registrou crescimento de 29%. A aquisição da Mix foi o primeiro passo da Duas Rodas para entrar no segmento de confeitaria e panificação. Segundo a Duas Rodas, existe potencial em toda a América Latina para o portfólio da Mix, além de outros produtos que serão incorporados para o canal de lojas, padarias e confeitarias. As novas instalações contam com uma fábrica funcional e moderna, com linhas automatizadas e equipamentos de ponta, em um prédio de 6.400 m², localizados em um terreno de 23.000 m², com condições de comportar os planos de expansão nos próximos 20 anos. A localização estratégica, a 500 metros da Rodovia Anchieta, em São Bernardo do Campo, próximo ao Rododanel, facilitará a distribuição dos produtos da marca por todo o Brasil e América Latina. O projeto de crescimento do

negócio prevê a ampliação da produção, chegando a quadruplicar em algumas linhas, além de lançamentos de produtos. De acordo com a Duas Rodas, o primeiro passo deste amplo projeto foi justamente a aquisição da Mix, em 2015; agora, a empresa teve o aporte de R\$ 13 milhões nas obras do novo parque fabril, que será reforçado em 2017 com um Centro de Inovação e Tecnologia (CIT). A unidade da Duas Rodas em Campinas será incorporada em 2017 às novas instalações, formando um grande centro de desenvolvimento e interação com clientes, tanto na área de confeitaria e panificação, como em aromas, segmento em que a empresa tem um *know-how* de mais de 90 anos. Também faz parte dos planos para a unidade a construção de uma Confeitaria e Padaria Modelo, com instalações modernas para desenvolvimento de produtos e capacitação de clientes neste segmento.



ITAL LANÇA PORTAL DE CONTEÚDO SOBRE ALIMENTOS PROCESSADOS

A Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, por meio do Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL), desenvolveu uma plataforma científica que disponibiliza informações sobre alimentos processados (alimentosprocessados.com.br). A página traz conteúdo sobre o que são alimentos processados, seus benefícios, os ingredientes alimentares e os mitos e fatos relacionados a esses alimentos. Todo o conteúdo foi elaborado pela Plataforma de Inovação Tecnológica do ITAL e por um comitê técnico-científico formado por pesquisadores, professores e profissionais do setor. Fazem parte deste grupo profissionais de instituições como a Associação Brasileira de Editores Científicos (ABEC); Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (ABIA); Associação Brasileira de Nutrologia (ABRAN); Faculdade de Engenharia de Alimentos e Agrícola (FEA/UNICAMP); Faculdade de Ciências Farmacêuticas da USP, ILSI BRASIL; entre outros. Segundo o ITAL, o portal é muito importante porque hoje circulam na sociedade diversos mitos relacionados ao consumo de alimentos processados, sem a devida comprovação científica, e esses mitos influenciam as decisões da população, fazendo com que o consumidor perca a oportunidade de ingerir alimentos seguros e nutritivos. Agora, por meio do website, é possível encontrar explicações pautadas na ciência e na tecnologia de alimentos sobre diversos mitos associados aos produtos industrializados.

ITAL
INSTITUTO DE TECNOLOGIA DE ALIMENTOS

COCA-COLA FINALIZA AQUISIÇÃO DE ADES

A The Coca-Cola Company, junto com seus engarrafadores na América Latina, anunciou o fechamento da aquisição de AdeS, bebida à base de soja que pertencia a Unilever. A Coca-Cola Company é agora a única proprietária da marca AdeS. No dia 1º de junho de 2016, a The Coca-Cola Company e a Coca-Cola FEMSA fecharam um acordo com a Unilever para adquirir o negócio AdeS. Outros engarrafadores da Coca-Cola se juntaram para participar do investimento antes do fechamento da transação. Os engarrafadores participantes da transação são: Coca-Cola FEMSA, Arca Continental, Embotelladora Andina, Embonor, Corporacion Del Fuerte, Corporacion Rica, Bepensa, Embotelladora del Nayar, Embotelladora de Colima, Solar, Brasal, Bandeirantes, Sorocaba, Simoes, Uberlandia, CVI, Lee, e Monresa. Jugos del Valle S.A.P.I. de C.V.; a joint venture com parceiros da Coca-Cola para engarrafamento no México também participaram da transação. Lançada em 1988 na Argentina, AdeS é a marca líder de bebida à base de soja na América Latina. Como primeira grande marca lançada na categoria, AdeS foi pioneira no desenvolvimento do segundo maior mercado global de bebidas à base de soja. A marca está presente no Brasil, México, Argentina, Uruguai, Paraguai, Bolívia, Chile e Colômbia. AdeS fará parte da expansão das plataformas de bebidas da Coca-Cola na América Latina. Nos últimos anos, o sistema Coca-Cola ampliou sua presença nos negócios de suco, laticínios e café da América Latina, graças à aquisição de marcas importantes como Sucos Del Valle (América Latina), Sorvetes Santa Clara (México), Tonicorp (Equador), Estrella Azul (Panamá) e Verde Campo (Brasil).



CRESCE EXPORTAÇÕES MUNDIAIS DE LÁCTEOS



Os dados do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) mostraram que os volumes de exportação de soro e leite em pó aumentaram pelo oitavo mês consecutivo, mas os dados também confirmaram um abrandamento das exportações de leite para o México, o maior mercado de exportação para os Estados Unidos. As exportações de soro de leite nos Estados Unidos registraram o crescimento mais forte, de 41.220 toneladas em janeiro de 2017, um aumento de 24% em relação ao ano passado. De acordo com o USDEC, quase metade das vendas de exportação de soro de leite foi para a China, um mercado que aumentou suas importações lácteas em 73% nos últimos oito meses. Segundo o USDEC, as exportações de leite fluido e creme de leite dos Estados Unidos aumentaram 12% em janeiro, mas os envios para o Canadá começaram a diminuir. Os exportadores venderam 3,11 milhões de litros para o Canadá em janeiro de 2017, contra uma média de 6,91 milhões de litros/mês no quarto trimestre de 2016, queda de 55%.