

VOGLER E CHR. HANSEN ANUNCIAM PARCERIA PARA DISTRIBUIÇÃO DE CORANTES NATURAIS

A Chr. Hansen, empresa de biotecnologia que desenvolve soluções em ingredientes naturais para as indústrias de alimentos, nutrição, farmacêutica e agrícola, é a mais nova parceira da Vogler Ingredients. Com soluções baseadas em sólida pesquisa, desenvolvimento e significativos investimentos em tecnologia, a empresa conta com 2.450 colaboradores em mais de 30 países e possui a liderança do mercado em todas as divisões que atua: Culturas & Enzimas, Saúde & Nutrição e Corantes Naturais. Fundada em 1874, é uma empresa de capital aberto listada na bolsa de valores de Copenhagen - NASDAQ OMX - e com um faturamento global no ano fiscal de 2012/13 de € 738 milhões. Com esta parceria,

os clientes da área de alimentos e bebidas passam a receber soluções completas, incluindo prestação de serviços, logística e condições comerciais competitivas para as linhas de produtos de corantes naturais, como urucum, carmim, clorofila, cúrcuma, antocianinas, entre outros. Um exemplo, é o CapColors®, que utiliza a tecnologia de encapsulamento para aumentar a resistência à luz, pH e oxidação, o que o torna ideal para aplicações onde o brilho das cores é essencial. Este diferencial assegura que os corantes naturais resistam aos processos de produção, garantindo a padronização das cores - intensidade e brilho - no produto final. Outro exemplo, é o FruitMax®, que oferece aos fabricantes de alimentos e bebidas a oportunidade de usar ingredientes - e não aditivos - para colorir seus produtos, sem comprometer o sabor e a aparência. As soluções são processadas cuida-

dosamente de frutas, vegetais, ervas e especiarias selecionadas, sem a adição de qualquer tipo de conservante. Com uma ampla variedade de tons intensos de alta qualidade e estabilidade, os fabricantes também inovam em oferecer produtos com um apelo mais saudável aos consumidores mais conscientes sobre a sua saúde e bem-estar.

www.vogler.com.br
www.chr-hansen.com.br

GIVAUDAN LANÇA NOVA GERAÇÃO DE AROMAS

A Givaudan, multinacional suíça líder mundial em aromas, anuncia o lançamento do Taste Solutions™ Richness, uma nova geração de aromas para a indústria de alimentos. A tecnologia, lançada mundialmente, possibilita uma maior autenticidade de sabor e aroma, oferecendo combinações mais complexas, da



Evoluir com valores sustentáveis faz parte da nossa história.

Para o segmento de alimentos, a Denver Especialidades Químicas produz diversos tipos de CARBOXIMETILCELULOSE DE SÓDIO (CMC) Denvercel® de alta pureza:

Aplicações

Sorvetes, congelados, achocolatados, panificação, recheios, coberturas, sucos, bebidas em pó, molhos e condimentos, embutidos cárneos, alimentos dietéticos, xaropes, queijos fundidos e rações animais.

Funções

Espessante, inibe o crescimento de cristais de gelo, melhora a textura, estabilizante, agente de suspensão, controla a sinérese, retentor de água, melhora a percepção do sabor, ligante, lubrificante e auxiliar de extrusão.

mesma forma que ocorre em receitas caseiras, que remetem a alimentos frescos, preparados em casa e em restaurantes. A inovação recria o sabor obtido por meio de técnicas da cozinha tradicional, como o cozimento lento dos alimentos e a preparação das receitas em diversas etapas. A riqueza dos sabores alcançados através desses processos foi reinventada pela Givaudan, permitindo a criação de alimentos prontos com o equilíbrio entre a autenticidade da comida caseira e a conveniência de um prato pronto. Desta forma, Taste Solutions™ Richness permite a criação de perfis mais autênticos de sabores, muito além dos ingredientes tradicionais que são usados atualmente em alimentos de conveniência e refeições prontas. Primeiramente, a tecnologia será disponibilizada para aplicação em sabores salgados e, depois, expandida para outras áreas importantes

da indústria de alimentos. Segundo a Givaudan, este lançamento significa uma revolução não só para o portfólio de produtos que a Givaudan oferece a seus clientes, mas redefine a dimensão do aroma como parte do desenho do sabor de um alimento.

www.givaudan.com.br

STEVIA SOUL TRAZ PARA O BRASIL PRIMEIRO ADOÇANTE PURO DE STEVIA

Pioneira no cultivo de *Stevia rebaudiana* no Brasil e na produção de produtos à base da planta, a fabricante de alimentos Stevia Soul coloca mais uma novidade no mercado: o Stevita Soul, um adoçante dietético feito apenas com puro cristal de estévia. O produto é zero açúcar, 100% natural e sem adição de nenhum outro tipo de edulcorante não calórico ou artificial, como sacarina, ciclamato, sucralose ou aspartame. Por estar em sua forma pura, é necessária apenas



a utilização de pequenas doses: um sachê de Stevita Soul, que contém 70mg de cristal, o equivale a três colherinhas de chá de açúcar refinado. Segundo a fabricante, o Stevita Soul foi desenvolvido para pessoas de gosto refinado e elaborado a partir de folhas selecionadas de estévia, que conferem ao produto o melhor princípio ativo da planta, o rebaudiosídeo. Além disso, o

Prothy™

Uma proteína para vida toda*

*De bebês à terceira idade

Nutrição Infantil
Nutrição Esportiva
Nutrição da Terceira Idade

Hipoalergênica

Proteína Hidrolizada de Arroz

Altamente digestível

15% de BCAA's



Prothy™ é uma proteína hidrolizada de arroz hipoalergênica produzida a partir de matérias-primas sem modificação genética (GMO free). Prothy™ possui um alto conteúdo de proteínas (80%) e é rico em aminoácidos essenciais e semi essenciais, incluindo 15% de BCAA's em uma proporção de 2 de Leucina : 1 de Isoleucina : 1 de Valina.

Prothy™ é uma solução ideal para o ganho de massa muscular (propriedades anabólicas) e redução de danos musculares (propriedades anti catabólicas), o que é muito importante para todas as etapas da vida e durante as performances esportivas. Prothy™ é ideal para dietas Veganas.

Nexira Brasil Comercial Ltda • Tel / Fax: +55 11 3803 7373 • info-brasil@nexira.com • www.nexira.com

nexira
Innovation Inspired by Nature

WACKER

QUER PREPARAR ALIMENTOS INOVADORES COM FRUTA BATIDA?



Food ingredients
South America

5 A 7 DE AGOSTO
SÃO PAULO, BRASIL

Visite-nos no estande da
Vogler H107.

Você gostaria de desenvolver sobremesas cremosas e suaves à base de frutas?

Nós desenvolvemos uma tecnologia para criar formulações totalmente novas de fruta batida, sem gordura e proteína: o CAVAMAX® W6. O CAVAMAX® W6 é um carboidrato de origem natural, derivado do amido. Foi aprovado como fibra alimentar solúvel e oferece novas oportunidades para aplicações em alimentos batidos.

CAVAMAX® W6:

- Permite bater produtos alimentares variados e sem gordura
- Possibilita a criação de sobremesas não lácteas de frutas
- Proporciona tolerância ao calor e a ácidos
- Apresenta boas propriedades organolépticas

Wacker Química do Brasil Ltda.
Tel. +55 11 4789-8087
info.biosolutions@wacker.com
www.wacker.com/socialmedia

alto teor de “Reb A”, ativo responsável pelo seu dulçor, faz com que o adoçante seja mais concentrado e não tenha sabor residual. Outro diferencial é a não utilização de veículos como, por exemplo, a maldodextrina (extrato derivado do milho) e a lactose, que são compostos usados para diluir os edulcorantes e dar mais volume aos produtos.

A Stevia Soul atua há mais de 25 anos no mercado brasileiro, sendo a primeira indústria do mundo ocidental a ter uma plantação própria para processar a folha de estévia. Stevita, Fit Sucralose e Dolce Vita são as marcas carros chefes da empresa. A Stevia Soul exporta uma variedade de produtos para a China, Estados Unidos, Canadá, Espanha, Itália, Peru e Uruguai. www.stevita.com.br

DUPONT PRIMEIRA EMPRESA DE INGREDIENTES COM UMA ALEGAÇÃO DE SAÚDE APROVADA NA EUROPA

A DuPont é a primeira empresa de ingredientes a receber uma alegação de saúde para probióticos na Europa, reforçando ainda mais as descobertas da ciência para esse segmento. Em uma estreita colaboração com uma grande rede suíça, a DuPont Nutrição & Saúde recebeu recentemente a aprovação do Gabinete Federal de Segurança Alimentar e Veterinária da Suíça (FSVO) para comercializar o Danisco® Howaru® Bifidobacterium lactis HN019™, que auxilia a digestão ao reduzir o tempo de trânsito. Segundo da DuPont Nutrição & Saúde essa aprovação reafirma as fortes evidências científicas sobre a relação entre a saúde digestiva e as bactérias do bem, representando um importante marco que pode servir de incentivo para outros países. Para a DuPont, os probióticos são um negócio de rápido crescimento em todo o mundo nas indústrias de alimentos, bebidas e suplementos. Além da linha de produtos Howaru®, que inclui os produtos Howaru® Protect e Howaru®

Restore, a DuPont tem uma ampla variedade de outras cepas probióticas em seu portfólio. Os probióticos apresentam benefícios para a saúde digestiva e imunológica. A DuPont Nutrição & Saúde possui mais de 20 unidades de pesquisa e desenvolvimento em todo o mundo, mais de 40 anos de experiência em probióticos com pesquisas lideradas por alguns dos principais cientistas no mundo e mais de 70 estudos clínicos com cepas probióticas da empresa. Os recursos da DuPont Nutrição & Saúde auxiliam os fabricantes a criar produtos com um perfil mais saudável e que promovem uma saúde melhor, atendendo as necessidades dos consumidores e as tendências de saúde e bem-estar. Os produtos da DuPont são aplicados em diversos produtos com foco nas necessidades específicas dos principais segmentos da indústria, incluindo panificação, bebidas, barras e petiscos, produtos lácteos, carne, refeições prontas, nutrição pediátrica e suplementos. www.dupont.com.br

TATE & LYLE COLABORA COM ESTUDANTES NOS EUA PARA DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

Uma equipe de alunos da Universidade Estadual de Nova Jérsei, também conhecida como Universidade de Rutgers, maior instituição de ensino superior de Nova Jérsei, nos Estados Unidos, venceu o Concurso de Desenvolvimento de Produtos Saudáveis para o Coração, na *Wellness Conferencedo Institute of Food Technologists* (IFT), realizada em abril de 2014, em Chicago, utilizando a tecnologia inovadora de redução de sódio, da Tate & Lyle, Soda-Lo® Salt Microspheres. A equipe da Rutgers utilizou o Soda-Lo® Salt Microspheres em um biscoito assado com teor reduzido de sal, que mostra como a indústria alimentícia pode atender à demanda por opções saudáveis para o coração, sem comprometer o sabor. Após

colaborarem com a equipe de aplicações da Tate & Lyle, os alunos da Rutgers decidiram usar o Soda-Lo® de maneira tópica em pedaços de biscoito assado, o que foi aprovado no teste de sabor sensorial, realizado dentro da universidade. O ingrediente Soda-Lo® Salt Microspheres foi lançado globalmente em outubro de 2012 e no Brasil em outubro de 2013. É uma tecnologia patenteada que reduz o conteúdo de sal e sódio dos alimentos. Apresenta sabor, rotulagem e funções similares às do sal, já que é base sal. A Tate & Lyle licenciou o Soda-Lo® da Eminate Ltd., uma subsidiária integral da Universidade de Nottingham, no Reino Unido, para comercializá-lo mundialmente. Sob o acordo de licença, a Tate & Lyle assume a responsabilidade de comercialização da tecnologia para redução de sal Soda-Lo® em âmbito global, incluindo a manufatura, desenvolvimento do produto, vendas

e ações de marketing nos Estados Unidos, Japão, Brasil, Argentina e Países da Europa.

A Tate & Lyle é um fornecedor global de ingredientes e soluções para a indústria de alimentos e bebidas, operando em mais de 30 unidades de produção por todo o mundo. A empresa possui duas unidades de negócios globais: Ingredientes Alimentícios Especiais e Ingredientes a Granel, apoiada pelo grupo de Desenvolvimento Comercial e Inovação. A estratégia do Grupo é tornar-se o maior fornecedor mundial de ingredientes alimentícios especiais por meio de um foco disciplinado no crescimento e direcionando os ingredientes a granel para geração sustentada de caixa para alimentar esse crescimento. Os Ingredientes Alimentícios Especiais da Tate & Lyle compreendem texturizantes, compostos de amidos e estabilizantes; edulcorantes, que abrangem

edulcorantes nutritivos e uma gama de edulcorantes não calóricos, como Splenda® sucralose; e produtos de saúde e bem-estar, que abrangem fibras especiais e ingrediente para redução de sal. Além disso, a empresa oferece uma ampla variedade de soluções de ingredientes combinados. Os Ingredientes a Granel da Tate & Lyle consistem em edulcorantes, amidos industriais e produtos para fermentação (principalmente acidulantes). Os produtos de milho de ambas as divisões são principalmente comercializados como alimentação animal. www.tateandlyle.com

ROUSSELOT APRESENTA NOVO ESTUDO COM MAIS EVIDÊNCIAS DOS BENEFÍCIOS DOS PEPTÍDEOS DE COLÁGENO PEPTAN®

A Rousselot divulgou os resultados de seu novo estudo integrado que avalia os efeitos benéficos dos peptídeos

Aditivos Lonza

O Ingrediente Secreto para o Sucesso de Suas Receitas

Lonza



A Lonza trabalha para melhorar a qualidade de vida das pessoas usando tecnologias avançadas para transformar a ciência em soluções inovadoras e melhores ingredientes para a indústria alimentícia.

Nós produzimos emulsificantes de alta qualidade para panificação, margarinas e cremes vegetais, coberturas de chantilly e molhos para saladas. A Lonza pode auxiliá-lo a alcançar as propriedades físicas e funcionais desejadas em sabor, textura e aparência.

Agimos com precisão nos detalhes de cada desenvolvimento e de cada ação. A nossa flexibilidade de fabricação, tecnologia avançada e controle sobre as matérias-primas, nos permite oferecer aos nossos clientes os melhores emulsificantes com certificados Kosher, Halal, não transgênicos (non-GMO) e GMO-free.

Contate-nos e explore tudo o que podemos fazer juntos.

Food Emulsifiers:
Aldo®, Polyaldo®, Glycomul®,
Glycosperse®, Aldosperse®

Distribuidor
Autorizado



Nicrom Química Ltda.
tel. (0**11) 4152-0444
www.nicromquimica.com.br
nicrom@nicromquimica.com.br

www.lonza.com

Tel. (0**11) 4028-8000
alessandro.machado@lonza.com

NÃO ESPERE A ESPUMA BAIXAR



XIAMETER® ACP-1920

Antiespumante em pó com certificação FDA, altamente concentrado e eficaz em formulações base água de alimentos, bebidas e agroquímicos.

D'Alto **mare**
química

de colágeno Peptan® na formação e preservação da massa óssea. Realizado em colaboração com o Instituto Nacional de Pesquisa Agrícola (INRA) francês, o estudo combinado in vivo e in vitro reforça a evidência científica existente referente à capacidade dos peptídeos de colágeno de promoverem o desenvolvimento de células de formação óssea e auxiliar na prevenção da osteopenia. O estudo é o mais recente de um banco de dados científico em expansão que apoia os benefícios funcionais do Peptan® para a saúde. Uma ampla pesquisa comprovou que os peptídeos de colágeno podem promover a saúde óssea e articular, bem como a regeneração muscular. A capacidade do Peptan® de rejuvenescer a estrutura do colágeno da pele e oferecer efeitos antienvhecimento visíveis também foi demonstrada em um grande número de estudos clínicos. Os peptídeos de colágeno são uma fonte natural, altamente digerível e bioativa de proteína que podem ser incorporados em inúmeras fórmulas interessantes.

A Rousselot é líder mundial na produção de gelatinas e de peptídeos de colágeno para aplicações em indústrias de alimentos, farmacêuticas e técnicas. A empresa dispõe de uma rede global, com 13 fábricas e 10 escritórios de vendas na Europa, América do Norte, América do Sul e Ásia. A Rousselot é parte integrante da *Darling Ingredients International*.

www.rousselot.com

DORI APRESENTA NOVAS MARCAS E EMBALAGENS

Quem buscar os famosos amendoins da marca Dori nas prateleiras e gôndolas a partir do segundo semestre de 2014 encontrará novas marcas, novas embalagens e novos sabores. Com um arsenal de novidades para esse ano, a empresa modernizou suas linhas de amendoim, que respondem por cifras consideráveis de seu faturamento. Muda-se a comunicação visual, mas mantêm-se o mesmo

sabor e qualidade que tornaram sucesso as linhas de amendoins Dori. Nessa fase de transição a empresa tem como principal cuidado a construção de identidades fortes para as novas marcas, ao mesmo tempo em que utiliza a logomarca da Dori como chancela para os amendoins doces e salgados, que têm públicos diferentes: salgado voltado ao público jovem e adulto, doces confeitados para crianças e adolescentes. Nos últimos anos, a demanda para a categoria amendoim tem apresentado crescimentos consideráveis, o que estimulou a empresa a realizar investimentos em sua capacidade de produção. Em abril, a tradicional fabricante de candies e snacks inaugurou a segunda fase das instalações voltadas à produção de amendoim torrado e miçangas confeitadas, sendo o amendoim tipo japonês responsável pela maior escala de ocupação do novo sistema de manufatura na Unidade 40. Com as instalações completas, a produção do petisco passou de 800 para 2.100 toneladas/mês. Há 47 anos a Dori Alimentos produz e comercializa produtos de alta qualidade nos segmentos de candies e snacks. Com um faturamento anual de R\$ 520 milhões, a marca tem forte presença no mercado nacional e vem



crescendo de forma constante no cenário internacional. A fábrica-matriz em Marília, interior de São Paulo, é totalmente inovadora no processo de queima da casca de amendoim. A empresa instalou um sistema de

lavagem de gases para caldeiras, que reduz as emissões CO2 e possibilita o tratamento de resíduos sólidos lançados na rede de esgoto. Já na unidade de Rolândia, no Paraná, a geração de energia renovável é realizada por outros processos de biomassa. A fábrica, que produz cerca de 350 toneladas de doces por dia, utiliza desde 2003 o efluente tratado para o projeto de fertirrigação de uma área agrícola de 150 mil metros quadrados, destinada ao plantio de feno e eucaliptos. www.dori.com.br

TETRA PAK APOSTA NO MERCADO DE QUEIJO FRESCAL

Com o objetivo de desenvolver o mercado de queijo frescal no Brasil, a Tetra Pak® apresenta uma nova solução de processo e envase para a produção em embalagens longa vida. De acordo com a Tetra Pak®, embora o Brasil destine cerca de 34% de todo

leite produzido à fabricação de queijos, o consumo per capita ainda é bastante baixo. Já segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Queijo (ABIQ), o brasileiro consome cerca de quatro quilos de queijo por ano, enquanto os argentinos consomem 11 quilos e os franceses 27 quilos. O queijo frescal em embalagens da Tetra Pak® agrega uma série de benefícios à indústria, ao varejo e aos consumidores. Além de mais segurança alimentar, o produto pode oferecer até o triplo do prazo de validade (90 dias). De acordo com a Tetra Pak®, hoje a produção de queijo frescal é artesanal, o que demanda muita mão de obra, com muitas perdas, além das dificuldades logísticas do transporte e da pouca diferenciação entre os produtos; o processo produtivo do queijo em caixinha proporciona total controle e padronização do peso e do formato dos produtos, flexibilidade dos tipos e das recei-



tas, ganho de escala, além de um rendimento até 25% maior, com o aproveitamento máximo dos sólidos do leite. Diferente da produção tradicional, com o novo sistema o leite recebe o coalho para formar o queijo somente quando já está sendo envasado. Isso proporciona uma redução de 85% na utilização do coalho. Dependendo da configuração produtiva, o processo ainda tem a vantagem de utilizar até 90% menos mão de obra, já que a produção não permite nenhum contato manual, o que também aumenta a segurança do alimento. Em diversos tamanhos e formatos, as embalagens cartonadas da Tetra Pak® ainda permitem a impressão em toda a superfície, proporcionando maior impacto

Tão natural quanto as próprias cores

Com expertise de mais de 30 anos no mercado brasileiro de corantes naturais, a Chr. Hansen traz uma alternativa diferenciada às indústrias alimentícias. Sua linha de corantes é rica em tons vibrantes que vêm da natureza, proporcionando alimentos mais naturais.

- ⊕ Ampla gama de cores
- ✓ Especialistas dedicados a encontrar a solução ideal para seu produto
- 🔬 Laboratórios com estrutura completa e tecnologia de ponta
- 🍷 Excelente estabilidade em diversas aplicações



CHR HANSEN

Improving food & health

Rodovia Visconde de Porto Seguro, 2860,
13278-327 - Valinhos/SP Fone: (+55) 19 3881 8300

www.chr-hansen.com.br



Soluções de alta tecnologia para a indústria de Alimentos, Bebidas, Farmacêutica e Nutrição Animal. Especializada em produtos Diet, Light, Zero Açúcar e Redução de Sódio



- EDULCORANTES (ADOÇANTES) NATURAIS E ARTIFICIAIS
- INGREDIENTES FUNCIONAIS • REALÇADORES DE SABOR
- FIBRAS • MINERAIS • CARBOIDRATOS ESPECIAIS • POLÍDIOS
- GOMAS • SUBSTITUTOS DE SÓDIO • AMINOÁCIDOS
- CONSERVANTES • ANTIUMECTANTES • ACIDULANTES

- Taumatina **dietMax™** - Adoçante 100% Natural
- Neohesperidina DC
- Sucralose
- Acesulfame-K
- Estévias Especiais
- Rebaudiosídeo A
- Frutose
- Outros Edulcorantes
- Goma Xantana
- Goma Gelana
- Carboximetilcelulose Sódica (CMC)
- Colágeno
- Aminoácidos
- Fosfato Tricálcico
- Lactato de Cálcio
- Tripolifosfato de Sódio
- Minerais
- Substitutos de Sódio
- Sal Light
- Cloreto de Potássio
- Eritritol
- Isomalte
- Maltitol (pó e xarope)
- Sorbitol (pó e xarope)
- Xilitol
- Polidextrose
- Frutooligossacarídeo (FOS)
- Beta Glucana de Aveia
- Fibra de Cacau
- Maltodextrina
- Dextrose
- D-Manose
- D-Xilose
- L-Cisteína
- Benzoato de Sódio
- Sorbato de Potássio
- Shield™ FL
- Ácido Ascórbico (Vit. C)
- Ácido Fumárico

POWERSALT SALT-T

Soluções para substituição do sódio

dietMAX™
ADOÇANTE 100% NATURAL

- A substância mais doce da Natureza
- Natural e seguro para a saúde
- Mascara sabores residuais indesejáveis (amargo, metálico, soja, adoçantes artificiais, estévia, vitaminas, minerais etc.)

Neohesperidina DC (NHDC)
realçador de sabor e dulçor derivado de frutas cítricas

QUALIDADE RECONHECIDA PELO MERCADO



NUTRAMAX IND. COM. ING. INS. ALIM. FARM. LTDA.
nutramax@nutramax.com.br | www.nutramax.com.br

Matriz:

Tel: 17 3522-1968 - Fax: 17 3525-0830
Av. Bertho Giovanni Sargi, 291 - Catanduva - SP - Brasil - 15804-235

Escritório Comercial:

Tel: 11 3443-6404 - Fax: 11 3443-6201
Av. Brig. Faria Lima, 3.729 - 5º andar - São Paulo - SP - Brasil - 04538-905

para a marca e flexibilidade para a indústria. Já para os consumidores, os benefícios da novidade se traduzem em comodidade e segurança. Com diversos clientes ao redor do mundo, a Tetra Pak® possui vasta experiência na oferta de soluções completas para o processamento e o envase de queijos. Para apoiar as indústrias de alimentos no Brasil, a Tetra Pak® mantém uma parceria com o Instituto de Tecnologia dos Alimentos (ITAL), onde podem ser realizados testes de formulação e produção. As embalagens da Tetra Pak® provocaram uma grande revolução no mercado de queijos do Oriente Médio. No Egito, por exemplo, até o final dos anos 80, grande parte do volume era comercializado a granel. Hoje, são consumidos 260 mil toneladas de queijo branco por ano e 72% deste total já está disponível em embalagens da Tetra Pak®. Além da conveniência, segurança alimentar, disponibilidade e diversificação de tipos, os consumidores contam com diferentes tamanhos que variam entre 70 até 1.100 gramas.

www.tetrapak.com

SADIA
CELEBRA 70 ANOS DE HISTÓRIA



Há 70 anos, tinha início em Concórdia, região Oeste de Santa Catarina, a história de umas das marcas de alimentos mais emblemáticas do Brasil: a Sadia, batizada a partir das iniciais de Sociedade Anônima e das três últimas letras da palavra Concórdia. Partindo de um simples moinho de trigo, onde também eram criados e comercializados porcos para as fábricas locais, a Sadia se

tornou referência em alimentação graças aos produtos e campanhas inovadoras que ajudaram a mudar a realidade da cidade, que está entre os 45 municípios com o melhor Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do país, segundo relatório divulgado pela ONU em 2013. Atualmente, mais de 5.000 colaboradores trabalham no complexo industrial, responsável pelo abate diário de 290 mil frangos e produção de 426 toneladas de cortes suínos, fornecidos por um sistema integrado com mais de 1.400 produtores. Cerca de 100 itens da família Sadia são produzidos no local, entre eles, presunto, linguiça, salsicha, mortadela e salame. Ao longo de seus 70 anos, a Sadia ganhou o território nacional e conquistou o paladar dos brasileiros. Agora, a marca está preparada para desbravar novos mercados, desta vez, no exterior. Eleita pela BRF para ser a marca global da empresa, a Sadia já mantém posição de destaque no Oriente Médio e países da América do Sul. Uma nova estratégia foi colocada em prática e novas embalagens lançadas para unificar a identidade visual da marca fora do Brasil. Ásia e África estão no radar da empresa. E, se depender do sucesso da marca no Brasil, a Sadia também será a preferência dos consumidores no restante do mundo. www.sadia.com.br

BRF FOOD SERVICES
LANÇA NOVOS PRODUTOS DA SADIA PARA O MERCADO PROFISSIONAL

A BRF Food Services, área da empresa destinada a criar produtos e soluções para os estabelecimentos especializados em alimentação fora do lar, lança dois produtos para o mercado profissional: frango à passarinho e batata Wedges, ambos da marca Sadia. Segundo a BRF, são produtos versáteis, que podem ser usados em diferentes receitas, e uma ótima opção de petisco. O frango à passarinho Sadia, que já compunha o portfólio de *foodservices*, recebeu nova embalagem, mais fácil de manusear e

agora na versão de 1 kg, ideal para o porcionamento dos estabelecimentos. É o único do mercado que já vem temperado, pronto para ser preparado, e que garante uma carne mais suculenta. A batata Wedges da Sadia chega para incrementar as opções do portfólio, que já conta com as versões de 9mm e 7mm, essa última lançada recentemente. O seu corte, que mantém uma parte da casca, é ideal para o preparo da "batata rústica", e garante crocância por fora e textura macia por dentro. A área de *food services* da BRF é a responsável por atender ao mercado profissional de alimentação, ou seja, todo estabelecimento dedicado às refeições fora do lar. Para isso, há uma equipe dedicada de vendedores capacitados que oferecem soluções customizadas, com suporte de um time de 15 chefs consultores em diferentes áreas do mercado de *food services*. Somam-se a esses esforços um portfólio com mais de 170 itens

nas categorias, *dressings*, empanados, fatiados, frango, frios, hambúrgueres, lácteos, leites, linguiças, margarinas, mortadelas, porcionados, pratos prontos, presuntaria, queijos, entre outras.

A BRF, detentora das marcas Sadia, Perdigão, Batavo e Elegê, é uma das maiores exportadoras mundiais de aves e uma das principais captadoras de leite e processadora de lácteos do Brasil. A empresa possui cerca de 110 mil funcionários, conta com 49 unidades industriais no Brasil e 11 no exterior, sendo nove na Argentina, uma na Inglaterra e uma na Holanda, além de 28 centros de distribuição que abrangem todo território nacional. Hoje, a BRF exporta seus produtos para mais de 110 países e detém um portfólio superior a 5.000 itens, entre os segmentos de carnes, lácteos, margarinas, massas, pratos congelados e vegetais congelados. Em 2013, a BRF registrou faturamento líquido de R\$ 30,5 bilhões. www.brf-br.com

VIGOR INVESTE NA UNIDADE DE BARRA DO PIRAÍ

A Vigor Alimentos, empresa de lácteos controlada pela J&F, assumiu a indústria de laticínios que estava sendo construída pela BRF em Barra do Piraí, RJ. Segundo a Vigor, a empresa está assumindo a unidade que a BRF abandonou para dar continuidade à sua expansão no país. Cerca de 70% da nova fábrica está construída, e o plano é colocar a planta em operação em quatro a cinco meses. A Vigor pretende investir cerca de R\$ 150 milhões na unidade e na construção de um novo centro de distribuição nos próximos cinco anos. A construção da unidade de Barra do Piraí pela BRF foi anunciada no final de 2011, mas a atual gestão da empresa sempre mostrou restrições à operação de lácteos, por considerá-la pouco rentável, e já admitiu que



20
anos

A NOSSA história faz parte da SUA

Há **20 anos** a qualidade SweetMix está presente no seu dia a dia e nossa fórmula da longevidade é composta principalmente pela competência de uma forte equipe técnica e comercial, apoiada por uma estrutura ampla e completa, possibilitando os melhores resultados para os clientes.

Desenvolvemos premixes de nutrientes personalizados para atender às suas mais diversas necessidades na fabricação de produtos alimentícios, mas fornecemos também, e acima de tudo, muita dedicação e experiência.

Visite nosso site e conheça nossa linha completa de produtos e soluções.





SOLUÇÕES COMPLETAS DE
EMULSIFICANTES EM PÓ

MONOSOFT 390

EMULSIFICANTE PARA BOLO

BIOCAKE

GORDURA VEGETAL EM PÓ

BIOCAKE MANTEIGA

MANTEIGA EM PÓ

BIOCAKE MONOSOFT

GORDURA EM PÓ PARA PÃES

LECIMAX

COMPOSTO À BASE DE LECITINA DE
ALTO DESEMPENHO

TOLDRY

EMULSIFICANTE PARA PÃES

www.candon.com.br

45 **3284-1700**

Av. Irio Jacob Welp, 810
Marechal Cândido Rondon – PR

pode se desfazer total ou parcialmente dessa divisão. Em relação à unidade de Barra do Piraí, a BRF também já havia indicado, no início deste ano, que reavaliava o projeto, em mais um passo do processo de reestruturação das operações da empresa, iniciada com a nova gestão de Abílio Diniz. Há dois anos a Vigor se instalou no Estado do Rio com a construção de um centro de distribuição na capital carioca, dentro do programa RioLog, que dá incentivos fiscais a empresas que invistam em logística e distribuição. Na ocasião, a Vigor também assumiu o compromisso de ter uma unidade de produção de lácteos no Estado, que busca incentivar a cadeia produtiva de leite, em um prazo de cinco anos. A desistência da BRF acabou acelerando os planos da empresa controlada pela J&F. O plano da Vigor é produzir iogurtes tradicionais, grego, petit suisse, leite fermentado e leite longa vida na nova fábrica, e a previsão é de que a planta processe cerca de 6 milhões de litros por mês inicialmente.

www.vigor.com.br

MARFRIG GLOBAL FOODS RECEBE CERTIFICAÇÃO GRAU A+ DA BRC GLOBAL STANDARDS

A Marfrig Global Foods, uma das maiores empresas globais de alimentos, anunciou que a fábrica Pampeano Alimentos, localizada em Hulha Negra, RS, é a primeira no Brasil a receber a certificação Grau A+ da BRC Global Standards, líder em programas de certificação de qualidade e segurança. Isso significa que a fábrica atende plenamente os padrões internacionais de qualidade, segurança e operação, além de cumprir todas as obrigações legais e fornecer proteção para o consumidor final. A auditoria foi realizada pela Det Norske Veritas Certificadora (DNV) em abril deste ano. Ao todo, a Marfrig Global Foods possui 48 certificações pela BRC Global Standards. Segundo a Marfrig, essa certificação

confirma a sua liderança no que se refere ao controle operacional com foco na qualidade e na segurança alimentar. A BRC Food Standard foi o primeiro padrão de controle de alimentos reconhecido pelo *Global Food Safety Initiative* (GFSI) e é uma exigência das principais redes varejistas do mundo, incluindo diversos clientes da Marfrig. www.marfrig.com.br

ABIMA

CONSUMO DE PÃES INDUSTRIALIZADOS ATINGE 57% DOS LARES BRASILEIROS

A Associação Brasileira da Indústria de Massas Alimentícias e Pão & Bolo Industrializados (ABIMA) divulgou os dados dos quatro primeiros meses de 2014 da pesquisa realizada pela consultoria Kantar WorldPanel sobre o consumo no segmento. No período, os pães industrializados foram consumidos em 57% dos lares brasileiros, com alta de 3,8 milhões de domicílios frente ao dado do mesmo prazo de 2013. Os pães brancos seguiram na liderança de mercado e dominaram o *ranking* de consumo, embora as versões de pães industrializados integral e com grãos tenham avançado 50% no quadrimestre, chegando a mais lares. Em relação aos bolos prontos, consumidores de 24% das residências brasileiras compraram os produtos, o que determina crescimento de 2 milhões de residências frente ao volume dos primeiros quatro meses de 2013. O levantamento mostrou ainda que 49% do crescimento da categoria vem dos lares com adolescentes ou daqueles com o perfil chamado de independente - residências sem crianças ou com filhos de mais de 29 anos de idade. Os mini bolos ganharam maior destaque no mercado, com os produtos com sabores que envolvem chocolate (seja na massa, no recheio ou na cobertura) respondendo por 62% do volume de vendas do período analisado pela Kantar. Segundo a ABIMA, a despeito da alta do número de residências em que os produtos são consumidos, este é um segmento que

ainda tem elevado potencial de crescimento; mais da metade da população brasileira nunca experimentou opções de bolos industrializados, o que deixa claro o potencial de alta do segmento. www.abima.com.br

ITAMBÉ INVESTE EM IOGURTE GREGO

A Itambé vem investindo pesado desde o ano passado na categoria de iogurte grego e já disponibiliza ao varejo opções do produto para cada momento do dia. Além das versões tradicionais e frutas vermelhas, os recentes lançamentos prometem ser também outro sucesso de vendas. Com a opção menos calórica do mercado, a Itambé apresentou o Grego Zero, produto com zero açúcar e zero gordura, nos sabores limão, morango e maracujá. Outro lançamento que promete deixar os consumidores com água na boca é a linha sobremesas, composta

por sabores surpreendentes, como torta de limão, mousse de maracujá e cheesecake de frutas vermelhas, ambos em embalagens de 540g. www.itambe.com.br

DSM DESTACA A LIGAÇÃO ENTRE O USO DE SUPLEMENTO DIETÉTICO E A PREVALÊNCIA DE STATUS DE VITAMINA E ABAIXO DO IDEAL

A DSM continua avançando na pesquisa em vitamina E, com uma nova análise dos dados para determinar a relação entre o uso de suplemento dietético e a prevalência de status de vitamina E abaixo do ideal entre adultos dos Estados Unidos. O estudo, que foi recentemente apresentado na *Experimental Biology in San Diego*, Estados Unidos, concluiu que a maioria dos americanos têm status de vitamina E abaixo do ideal, embora a preva-

lência de insuficiência seja menor para aqueles que utilizam suplementos alimentares. Com mais de 90% da população dos Estados Unidos atualmente não atendendo as recomendações de ingestão de vitamina E, o estudo avaliou como o status de vitamina E difere por sexo, etnia, idade e uso de suplementos dietéticos. A análise descobriu que a prevalência de status deficiente e abaixo do ideal é mais elevado em adultos mais jovens e mais comum entre os afro-americanos não hispânico, em relação a outras etnias. O estudo também destacou que o status de vitamina E abaixo do ideal tem menos probabilidade de ser encontrado entre usuários de suplementos dietéticos. Segundo a DSM, como um grande antioxidante lipossolúvel, a vitamina E é essencial para a saúde humana e protege as células, tecidos e órgãos dos danos devido a reações oxidativas;

Venha visitar nosso stand
no principal e maior evento para ingredientes
alimentícios da América Latina:
Food Ingredients South America 2014

Será um prazer recebê-lo.

Fi Food ingredients
South America

05 a 07 DE AGOSTO

Stand G30 13h às 20h | São Paulo | Expo Center Norte



**Fonte de Sabores,
Ingredientes e Tecnologia
para a sua Empresa!**

www.vogler.com.br

55 11 4393 4400
vendas@vogler.com.br

[f/vogler.ingredients](https://www.facebook.com/vogler.ingredients)

[@VoglerIngred](https://twitter.com/VoglerIngred)

Vogler
Ingredients

amtex

Nossa experiência,
sua tranquilidade

Amtex com 50 anos de experiência na produção de Carboximetilcelulose de Sódio (CMC), líder na América Latina com fábricas localizadas na Colômbia e México.

Nosso compromisso é trabalhar juntamente com nossos clientes, para oferecer produtos que superem suas expectativas.

Gelycel[®]

Carboximetilcelulose

Gelygum[®]

Goma de Tara

LBG **SICILIA**
INGREDIENTS
Goma de Alfarroba

BRASIL

QuimicAmtex Ltda.

R. Henrique Schaumann, 286 Cj. 64

Jd. América - São Paulo - SP

CEP: 05413-010

Tel/Fax: +55 11 3085 4732

www.amtex-corp.com

atendimento.qab@amtex-corp.com

manter o status ideal de vitamina E está associado à diminuição do risco de mortalidade. Infelizmente, a maioria dos americanos têm status de vitamina E abaixo do ideal para sustentar cérebro, olhos e sistemas cardiovasculares. A vitamina E é um termo genérico para oito compostos lipossolúveis encontrados na natureza, dos quais o “alfa-tocoferol” tem a maior atividade biológica e é o mais abundante no corpo humano. O estudo avaliou os níveis de AT do soro e usou biomarcador e dados socioeconômicos do conjunto de dados do *National Health and Nutrition Examination Survey*. Como o maior fornecedor mundial de vitamina E, a DSM oferece um portfólio abrangente de formas secas e em óleo, que são adequadas para uma ampla gama de aplicações. www.dsm.com

CATUPIRY LANÇA PÁGINA NO FACEBOOK

Já está no ar a fanpage da Catupiry[®] no Facebook levando aos seguidores receitas, dicas culinárias, promoções, lançamentos e outras notícias em tempo real da mais tradicional marca de requeijão do Brasil. A página da rede social é parte do novo projeto de marketing da marca, que tem como objetivo promover maior interação com o público alvo, seja consumidores, profissionais da área de gastronomia ou clientes do varejo e *foodservice*, estreitando, dessa forma, o relacionamento com toda a cadeia de consumo. Segundo a Catupiry[®], a empresa está apostando em hotspots e agora nas redes sociais não só para divulgar os produtos da marca e novas formas de consumo, como também para trocar informações com os consumidores de uma maneira mais rápida e direta.

www.facebook.com/catupiryoriginal

AJINOMOTO LANÇA NOVAS VERSÕES DE SUAS MARCAS DE FOOD SERVICE

Com o objetivo de atender às

demandas específicas do variado mercado de food service, a Ajinomoto lança novas versões de alguns de seus produtos. A empresa, que teve crescimento de 34% entre 2012 e 2013 no segmento, acredita que ainda há espaço para crescer e a expectativa para 2014 é de incrementar as vendas em 35%. Embalagens menores, versatilidade e facilidade no manuseio e aplicação são os grandes diferenciais das novas opções da empresa. A primeira novidade é o molho Shoyu Satis, destinado a restaurantes e demais estabelecimentos que servem pratos da culinária oriental. Disponível em garrafas de 870 ml, galão de 5 e 20 litros, na versão tradicional, e em galão de 20 litros, na versão light, o produto conta com formulação personalizada para uso de chefs de cozinha, voltado para atender às necessidades do segmento. O tempero Sazón[®] vermelho, já bem estabelecido no mercado com sua versão de 900g, ganha uma embalagem menor, de 450g. A novidade chega ao mercado para atender a demanda de operadores que preparam poucas refeições por dia. Nesses casos, uma embalagem com peso e desembolso menores oferece um benefício competitivo. O mesmo acontece com o conhecido azeite extra virgem Terrano, que também apresenta uma nova embalagem, de 250ml, somando às já tradicionais versões de 500ml e 5,01 litros. A nova opção visa atender à demanda de estabelecimentos que preferem embalagens menores e de fácil manuseio para mesas. A marca ganha também o reforço do azeite tipo único, em embalagens de 500ml, que apresenta acidez de 0,5% para uso em mesa ou dentro da cozinha. As embalagens em garrafa PET facilitam o manuseio e o descarte, evitando acúmulo de garrafas. As opções de 250ml e 500ml de Terrano extra virgem ganharam bico dosador retrátil, facilitando a manipulação e dosagem do produto nos estabelecimentos. www.ajinomoto.com.br

DO BEM™ LANÇA EMBALAGENS INÉDITAS



A do bem™, marca carioca de bebidas 100% naturais, traz mais uma novidade em seus produtos, as primeiras caixinhas de suco de 330ml do varejo. As novas embalagens chegam ao mercado no momento em que a marca amplia a sua missão que deixa de ser apenas “oferecer bebidas verdadeiras”, para se tornar “simplificar a vida das pessoas e deixar todos os corpos saudáveis”. As versões em 330ml complementam a linha da marca que conta com opções em 1 litro e 200ml. Com as novas embalagens a do bem™ passa a oferecer mais uma

opção saudável. As novas caixinhas de 330ml podem ser encontradas nos sabores laranja, tangerina, limonada, detox monstro e água de coco, todos 100% naturais e sem nenhuma adição química. A linha de produtos da do bem™ inclui suco de laranja, na versão de 1 litro e 200 ml, e suco de laranja integral com 72mg de vitamina C; limonada na versão de 1 litro e 200 ml, contendo 5mg de vitamina C, 21g de carboidrato e 8mg de sódio; tangerina, com 100% de frutas selecionadas (e sem água e adição de açúcar) o ano todo; suco verde, resultado de um mix de folhas, frutas, hortaliças e verduras; e água de coco, produzida com 100% de pura água de coco. Sucos com frutas fresquinhas, sem conservantes e sem o barulho do liquidificador. Essa é a filosofia da do bem™, empresa carioca que está conquistando o mercado nacional oferecendo bebidas naturais e integrais sem a adição de água, açúcar, conser-

vantes, corantes ou aditivos químicos. É a fruta na caixinha e mais nada. Este conceito pode parecer estranho, ainda mais num segmento regido por grandes multinacionais que fazem bebidas com água, aditivos, açúcares e adoçantes. Mas a do bem™ se mantém fiel a ele com objetivo de fazer as melhores bebidas naturais do mundo com ingredientes da biodiversidade brasileira. www.dobem.com

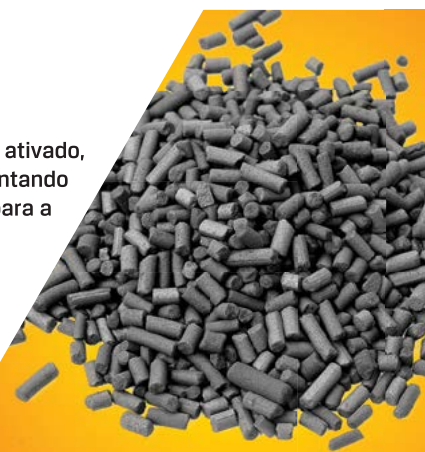
BIAGRI EXCESSO DE SÓDIO CAUSA RISCOS NA ALIMENTAÇÃO INFANTIL

De acordo com dados do Ministério da Agricultura, a demanda por alimentos industrializados no país aumentou consideravelmente nos últimos anos. Entre os destaques estão a carne de frango, com alta de 1,87% ao ano; carne bovina, 2,77%; leite de vaca, 2,29%; iogurte, 2,97%; azeite,

CARVÃO ATIVADO CABOT NORIT

Soluções em purificação

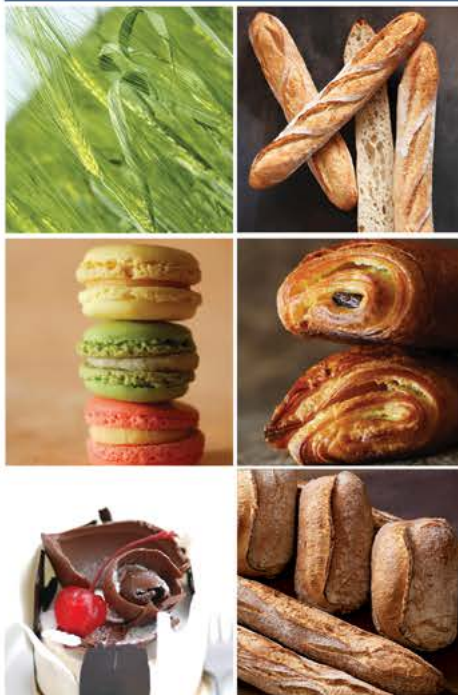
A Cabot possui uma linha de carvão ativado, com mais de 150 produtos, apresentando ao mercado as melhores soluções para a indústria de alimentos e bebidas.



O CARVÃO ATIVADO CABOT NORIT AUXILIA NA PURIFICAÇÃO DE:

- ADOÇANTES;
- ÓLEOS COMESTÍVEIS;
- SABORES E AROMAS;
- SUCOS E CONCENTRADOS DE FRUTAS;
- BEBIDAS ALCOÓLICAS;
- LACTOSE;
- AÇÚCAR;
- DESCAFEINIZAÇÃO DE CAFÉ E CHÁ.

NOVOS INGREDIENTES



NOVAS POSSIBILIDADES

SOLUÇÕES INTELIGENTES

INGREDIENTES SELECIONADOS

QUALIDADE E PERFORMANCE



WWW.VALLENS.COM.BR

(54) 3268 0606
FARROUPILHA - RS

3,06%; e queijo, 3,52%. A ANVISA orienta que é preciso ter cuidado com os alimentos industrializados e ressalta que o padrão de qualidade dos produtos é extremamente importante para garantir uma alimentação rica e saudável, principalmente na infância. Segundo a Unidade de Negócio de Alimentos do Grupo Bioagri, empresa que integra a Mérieux NutriSciences Company, líder mundial em análises em alimentos, é comum que as crianças tenham um hábito de comer produtos mais superficiais, que não possuem a riqueza de nutrientes necessária ao organismo. A Organização Mundial de Saúde (OMS) recomenda que seja consumido, no máximo, 5g de sódio por dia, ou seja, uma colher de chá. Mas, essa quantidade tem sido bastante ultrapassada no consumo. Prova disso é que 60% dos produtos industrializados contêm níveis de sódio superiores aos exigidos pela ANVISA. Entre esses produtos, se destacam a batata palha, salgadinhos de milho, biscoitos recheados, macarrão instantâneo, refrigerantes à base de cola e à base de guaraná. Se consumidos em excesso, podem causar sérios danos à saúde, como a hipertensão, insuficiência cardíaca e renal. O sódio é considerado um vilão na alimentação infantil, uma vez que 60% dos produtos industrializados consumidos pelas crianças possuem níveis de sódio superiores aos exigidos pela legislação brasileira, de acordo com uma pesquisa desenvolvida pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Não existem recomendações únicas, mas sim indispensáveis para uma dieta saudável. O consumo de uma variedade de alimentos *in natura*, por exemplo, que incluam pães, cereais, frutas e hortaliças, já contribui para que a alimentação infantil seja mais saudável. Além disso, os pais e responsáveis devem estar sempre atentos aos tipos de produtos consumidos pelas crianças, de forma a incentivar uma alimentação mais

rica em nutrientes. Diante desse cenário, um produto destinado para o consumo seguro deve atender a três métodos principais exigidos pelos órgãos regulamentadores. De acordo com a Bioagri, análises minuciosas são feitas para verificar e atestar que tudo está de acordo com as exigências legais, para que o alimento chegue à mesa do consumidor com segurança.

A Bioagri tem mais de 20 anos de atuação e é o maior grupo de laboratórios analíticos privado da América Latina em seu segmento. Com matriz em Piracicaba-SP, interior paulista, o Grupo Bioagri possui 17 unidades distribuídas em todas as regiões do Brasil, um laboratório na China, cerca de 31 mil m² de área útil de laboratórios e mais de mil colaboradores. A empresa oferece um escopo de análises de alta complexidade para registro e controle de qualidade de produtos, em cinco Unidades de Negócios: Agroquímicos, Alimentos, Ambiental, Bens de Consumo e Fármacos. A Bioagri faz parte da Mérieux NutriSciences, líder mundial em análises de alimentos, e um dos maiores laboratórios do mundo.

A Mérieux NutriSciences tem sede na França e conta com mais de 70 laboratórios no mundo distribuídos por 19 países. É líder mundial em análises em alimentos atuando em controle de qualidade, auditoria (certificação de boas práticas de fabricação de produtos alimentícios), desenvolvimento de novos produtos através de estudos clínicos e sensoriais, consultoria e treinamento. Com mais de 40 anos de experiência, a empresa busca a melhoria da saúde pública, através de desenvolvimentos nutricionais e alimentos mais seguros, além de atuar na prevenção de doenças.



A empresa faz parte do Institut Mérieux, fundado há mais de 100 anos (1897) e presente em 150 países com 13 centros de Pesquisa & Desenvolvimento. São 10 mil colaboradores dedicados à melhoria da saúde pública global. www.bioagri.com.br

GEMACOM TECH REALIZA MUDANÇA ESTRATÉGICA

A Gemacom Tech, em julho deste ano, realizou uma mudança em sua estrutura, passando a se tornar uma sociedade por ações, ou seja, uma S/A, cuja razão social será Gemacom Tech Indústria e Comércio S/A. A mudança, segundo a diretoria da empresa “é uma evolução natural para acompanhar o crescimento da Gemacom Tech e proporcionar à empresa o profissionalismo e a governança que ela merece, proporcionando novas fontes de

captação de recursos”, os gestores acrescentam que “além da razão social nada mais muda na empresa, desde os controladores, passando pela estrutura física, até os colaboradores, tudo permanece inalterado, a mudança foi realizada por razões puramente estratégicas”. Uma campanha publicitária que conta com inserções e e-mails marketing, com a finalidade de comunicar aos clientes, fornecedores e demais partes interessadas da Gemacom Tech foi iniciada no mês de maio, para reiterar a mudança e solicitar a atualização dos cadastros que envolvam o nome da empresa. Os planos da companhia são ambiciosos e no discurso que comunicou oficialmente aos colaboradores a mudança, a direção da empresa falou sobre a nova etapa em que a Gemacom Tech se encontra e os planos de expansão das atividades no Mercosul, onde a empresa já atua desde 2005. www.gemacomtech.com

EMBRAPA LANÇA SITE SOBRE AGROINDÚSTRIA ALIMENTAR

A Embrapa Agroindústria de Alimentos, do Rio de Janeiro, lançou um site sobre Segurança e Qualidade para Agroindústria Familiar no Brasil, visando oferecer um ambiente virtual sobre seus projetos para a melhoria da segurança e qualidade dos produtos oriundos de agroindústrias de alimentos de base familiar. A plataforma é destinada a empreendedores agroindustriais de alimentos de base familiar e suas associações e cooperativas, instituições e técnicos de extensão rural e assistência técnica públicos e privados, escolas agrícolas e outras organizações e estudiosos de assuntos relacionadas com a produção de alimentos processados por produtores familiares. Segundo a Embrapa, a iniciativa pretende dar transparência às ações, conquistas e dificuldades

Os melhores ingredientes da indústria alimentícia estão na quantiQ. A melhor parceria para a sua empresa também.



A quantiQ está sempre buscando novidades para o mercado alimentício e coloca à disposição ingredientes e aditivos que levam mais saúde, sabor e qualidade à mesa de seus clientes. Com suporte para novos desenvolvimentos e uma vasta estrutura logística, é uma empresa que agrega valor ao seu processo e ao produto final. Confira alguns de nossos produtos: conservantes, gomas, aminoácidos, aromas, dióxido de silício, lactoses, ácido cítrico, glúten e simplesse.

Teleendas:
Sul e Sudeste: 0800 770 0813
Centro-Oeste, Norte e Nordeste: 0800 729 9993
E-mail: nutri@quantiq.com.br
www.quantiq.com.br



quantiQ

Aromas para todos os gostos



A natureza cria e a Aromax reproduz com perfeição

AROMAX

Dá gosto criar com Aromax

www.aromax.com.br

Consulte o nosso Departamento Comercial / Vendas
Tel. (12) 3644-4100
Fax: (12) 3644-4129
vendas@aromax.com.br

no campo, para benefício de instituições e técnicos que trabalham com o segmento de agroindústria familiar e propiciar o aprendizado coletivo e o desenvolvimento de método para internalização das Boas Práticas de Fabricação (BPF). O site dispõe de um conjunto de informações sobre os projetos Fase I e II; Quem é Quem - referência dos agentes institucionais relacionados com a agroindústria familiar -; publicações; dicas; entre outras informações. www.embrapa.br

TETRA PAK®

COMPLETA INVESTIMENTO NA FÁBRICA DO PARANÁ

A Tetra Pak®, líder mundial em soluções de processamento e envase de alimentos, anunciou a conclusão do investimento de R\$ 200 milhões na sua unidade fabril localizada em Ponta Grossa, no Paraná. O projeto aumenta a capacidade da planta em 70%, para 13 bilhões de embalagens, ampliando a capacidade total no Brasil para 22 bilhões de embalagens, atendendo tanto as demandas internas, quanto a exportação para a região. A ampliação, iniciada em 2012, também expandiu a variedade de formatos e tamanhos produzidos na unidade, incluindo inovações como a Tetra Brik® Aseptic 1000 Edge, a Tetra Gemina Aseptic® 1000 e a Tetra Top®. De acordo com a Tetra Pak®, o Brasil é o segundo maior mercado para a empresa no mundo. Ainda segundo a Tetra Pak®, a expansão da planta de Ponta Grossa é um movimento estratégico que permite suportar melhor os clientes da região latino-americana. A nova unidade deve suprir as necessidades das indústrias em termos de crescimento da demanda em volume,

em diferenciação de produtos, bem como melhorar a funcionalidade para os consumidores. A demanda doméstica no Brasil vem crescendo rapidamente, cerca de 5,5% CAGR ao ano desde 2007, com 13 bilhões de embalagens vendidas em 2013. O mercado de embalagens para sucos, em particular, cresceu 20% no ano passado, impulsionado pela categoria de suco 100%. Outros mercados da América Latina, como os países andinos e caribenhos, também estão crescendo e exigindo capacidade de produção brasileira. Segundo a Tetra Pak®, o sucesso da empresa é fortalecido pelo crescimento da indústria de laticínios e bebidas nos países em que atua, estando comprometida em apoiar os clientes com produtos e serviços de qualidade e desempenho excepcional, ajudando-os a realizar suas ambições de crescimento. www.tetrapak.com/br

TIROL

AMPLIA LINHA DE IOGURTES ZERO LACTOSE

A Laticínios Tirol está ampliando sua linha de produtos zero lactose com o lançamento do iogurte sabor coco nas versões de 170g e 850g. A novidade já está disponível aos consumidores por meio da rede de distribuição e representação que atende a todas as regiões do país. O alimento é uma alternativa para as pessoas que possuem algum tipo de intolerância a lactose. Segundo a Tirol, o produto foi



desenvolvido a partir da necessidade apontada pelo mercado. O sabor coco chega para reforçar o de morango já disponível no mercado nas versões 170g e 850g. Além destes, a Tirol comercializa leite longa vida zero lactose em embalagens de 1 litro. www.tirol.com.br

NESTLÉ

LIDERA LISTA DAS MAIORES DE LÁCTEOS DO RABOBANK

Segundo o *ranking* - Global Dairy Top 20 -, que leva em conta o faturamento das empresas em 2013, a suíça Nestlé manteve o primeiro lugar com receita de US\$ 28,3 bilhões. As francesas Danone e Lactalis tiveram, respectivamente, faturamento de US\$ 20,2 bilhões e US\$ 19,4 bilhões. Já a neozelandesa Fonterra, que também manteve o quarto lugar no *ranking*, faturou US\$ 15,3 bilhões, segundo o Rabobank. A holandesa Friesland Campina guardou o quinto lugar, com receita de US\$ 14,9 bilhões, seguida pela Dairy Farmers of America (US\$ 14,8 bilhões). O Rabobank destaca algumas mudanças no *ranking*, reflexo do maior crescimento de algumas empresas. Esse é o caso, conforme a instituição, das chinesas Yili e Mengniu, cujas vendas avançaram 14% e 20% em moeda local graças aos ganhos de *market share*, aumentos de preços e melhora no *mix* de produtos e/ou aquisições. Elas tiveram faturamento de US\$ 7,6 bilhões e US\$ 7 bilhões, respectivamente. Já a canadense Saputo subiu para o oitavo lugar no *ranking*, com receita de US\$ 8,8 bilhões (estava em nono no levantamento anterior), em parte, graças a recentes aquisições.

Reflexo do critério de utilizar um câmbio comum para todas as empresas do *ranking*, as japonesas Meiji e Morinaga caíram no levantamento devido ao forte declínio no valor do yen. A Meiji faturou US\$ 7,4 bilhões e ficou em 12º lugar e a Morinaga teve vendas de US\$ 4,8 bilhões, caindo para o 20º lugar. Além do *ranking*, o Rabobank também analisa o cenário atual e as perspectivas para o setor de lácteos. Segundo os analistas do banco holandês, diante de um mercado global em que muitas economias registram fraco crescimento e em que a restrição na oferta de leite no mundo afeta o crescimento das vendas de lácteos em mercados importantes, as maiores indústrias do segmento tiveram, nos últimos 18 meses, de “remar forte”, recorrendo a fusões e aquisições para crescer, reduzir custo e sustentar os lucros.

www.nestle.com.br

PURATOS LANÇA MISTURA PARA BOLOS E TORTAS

Dulcerío é a novidade da Puratos para o setor de confeitaria. Trata-se de uma mistura para bolos e tortas, prática e fácil de preparar, indicada

para fazer tortas úmidas e bolos macios e de aspecto esponjoso, que confere a característica de “fofinho” ao bolo, ideais para receber e absorver caldas dos mais variados tipos. A mistura Dulcerío apresenta uma textura apropriada para a absorção da calda, mantendo-se firme. Devido à elevada capacidade de retenção de calda/líquido após a aplicação, o bolo feito com a mistura Dulcerío absorve mais calda que qualquer outro bolo (pode absorver de 1 a 1,5 vezes seu peso em calda). A mistura Dulcerío



combina perfeitamente com a calda três Leches Dulcerío, mantendo o formato firme durante toda a sua validade, permitindo a distribuição homogênea da calda e eliminando a possibilidade de áreas menos úmidas. Fornecida em embalagens de 12 kg, com pacotes de 2 kg cada, e validade de quatro meses, a mistura Dulcerío foi desenvolvida pela Puratos para ampliar o *shelf life* do produto final e



proporcionar mais sabor e qualidade às sobremesas. Grupo internacional com uma gama completa de produtos inovadores, matérias-primas e experiência em aplicações nos setores de padaria, confeitaria e chocolateria, a Puratos está sediada em Groot-Bijgaarden, próxima a Bruxelas, Bélgica. É um centro de sabor e cultura dos alimentos, monitorando as tendências locais e internacionais, buscando inspiração e introduzindo excitantes novas sensações nos diferentes mercados. Seus produtos e serviços estão disponíveis em mais de 100 países ao redor do mundo e, em muitos casos, produzidos pelas subsidiárias, como no Brasil. www.puratos.com.br

Natural é a nossa praia

FIBERSTAR
Fiberstar is a trademark of Fiberstar, Inc. registered in the U.S. and other countries

Fiberstar (CitriFi)

- Substituto de gordura
- Texturizante de óleos
- Agente de corpo natural
- Silver Award na FiE 2007

Product of USA



SmartSalt

- Redutor de sódio
- Propriedade conservante
- Sabor mais próximo do Sal
- Não higroscópico

Product of USA



Graceland Fruits:

frutas desidratadas macias, especialmente Cranberries, Blueberries e Cerejas.

Product of USA



...flavours your world

Corantes naturais da **CNM**

HELA Condimentos e Especiarias

CreativeFoods, inclusões de biscoitos

Dr. Suwelack, Caramelos e logurtes em pó

AOM Advasterol (Fitoesterol) e Tocoferol de soja

DesertKing Extrato de Quillaja, espumante natural

Milne Fruits Berries em sucos concentrados e MicroDried®

(011) 3068-8415

www.helaspice.com

Stand L03 FiSA 2014