

PURATOS REFORÇA LINHA TEGRAL DE PÃES LIGHT



Produtos *diet*, *light*, funcionais, fonte de fibras, com grãos, multiculturais e benéficos à saúde já fazem parte das compras de milhões de pessoas em todo mundo e, no Brasil, os números de consumo estão em constante crescimento. Atender aos desejos desse público e apresentar variedade e diferenciais para cativá-lo, preservando suas necessidades de saudabilidade nos alimentos, é fundamental para aumentar as vendas das panificadoras. Em sintonia com as tendências mundiais de panificação e atenta ao paladar do consumidor brasileiro, a Puratos está reforçando sua linha Tegral de pães *light*, com pré-misturas que podem, inclusive, ser adicionadas às receitas já existentes. As pré-misturas são nutritivas, fáceis de preparar, permitem a elaboração de pães com casca macia e dourada, miolo claro, fatias elásticas e resistentes, e que não provocam a produção de colesterol ou gordura *trans* no organismo (0% de colesterol e 0% de gordura *trans*). É importante ressaltar também a significativa absorção de água dessas pré-misturas, que traz economia e maior rendimento para o panificador a cada fornada. A linha Tegral oferece inúmeras variações para a confecção de pães *lights*. Tegral Light Centeio (rico em minerais e vitaminas do complexo B); Tegral Light Fibras (fatias que não esfarelam); Tegral Light Integral (feito com trigo integral); Tegral Light Multicereais (com sete cereais); Tegral Light Pão Preto (maior absorção de água da categoria - 60%, sem adição de açúcares e gordura, massa lisa, leve e de fácil manuseio, 0% gordura *trans*); Tegral Light Soja e Girassol (pão de miolo branco e macio, elevado índice de proteínas, vitaminas e ferro). As pré-misturas Tegral Light estão disponíveis em caixas

de 10 kg, validade de quatro meses em condições adequadas de armazenamento e vêm acompanhadas de 45 embalagens, já que a média de rendimento das caixas, conforme a receita, é de 45 pães de 350g cada. www.puratos.com.br

M.CASSAB E GLG LIFE TECH FECHAM PARCERIA DE DISTRIBUIÇÃO

A M.Cassab, empresa nacional com 15 unidades de negócios e especializada na importação, distribuição, *trading* e produção de insumos para diversos segmentos, anunciou o fechamento de contrato, com duração de três anos, com a GLG Life Tech Corporation, para comercialização e distribuição do extrato de estévia no Brasil e na Argentina. Em seus 83 anos de história, a M.Cassab se estabeleceu como uma das maiores distribuidoras de especialidades químicas para os setores de alimentos e farmacêutico no país. Possui centros de distribuição espalhados por todo território brasileiro e também na Argentina, e mantém relações estratégicas de fornecimento com fabricantes-chave da área de alimentos. Segundo o acordo, a M.Cassab comercializará a linha completa de produtos da GLG, incluindo as linhas BlendSure™, Rebpure™ e Rebsweet™ no Brasil e na Argentina, bem como terá oportunidade de expansão geográfica futura, podendo incluir outros países da América do Sul. www.mcassab.com.br / www.glglifetech.com

DSM EXPANDE SUA POSIÇÃO EM CAROTENÓIDES NATURAIS

A DSM, empresa mundial de Ciências da Vida e Ciências de Materiais, anunciou que assinou um acordo com a P & R Group (Itália) para adquirir a Vitatene SAU, com sede em León (Espanha), uma produtora de carotenóides naturais. A aquisição da Vitatene permite a DSM reforçar a oferta de carotenóides naturais, de seu negócio de Nutrição, atendendo a contínua demanda dos consumidores por produtos naturais. A transação está sujeita às aprovações regulatórias e outras habituais notificações e deverá ser concluída até o final

de 2011. Fundada em 2004, a Vitatene é líder na produção e comercialização de uma gama de produtos naturais a partir de carotenóides, obtidos por fermentação do fungo *Blakeslea trispora*. Os produtos são comercializados sob a marca Betanat brandnames e Lyconat. Os novos produtos complementam o amplo portfólio de carotenóides da DSM, altamente funcionais, variando de betacaroteno, luteína e zeaxantina. Carotenóides são pigmentos naturais solúveis em gordura, sintetizados por plantas, algas e bactérias fotossintetizantes. Suas fontes incluem laranja, amarelo e vermelho em muitas plantas, tais como as cores vermelho-alaranjada de laranjas, tomates e cenouras, e as cores amarelo de muitas flores. Os carotenóides têm benefícios importantes na saúde humana. O papel de alguns carotenóides (como o betacaroteno) como a principal fonte de vitamina A tem sido muito estudado. Além disso, os potenciais efeitos protetores dos carotenóides contra doenças degenerativas dos olhos e outras doenças relacionadas com essa deficiência têm sido reconhecido. Além disso, o betacaroteno é uma cor natural segura e eficaz. As formas de produtos disponíveis permitem que os carotenóides sejam usados em suplementos alimentares, bebidas e uma ampla variedade de aplicações em produtos alimentícios. www.dsmnutritionalproducts.com

MOLOTOV BEERS LANÇA CERVEJAS COM GUARANÁ DA AMAZÔNIA



A Molotov Beers já está comercializando as brasileiras Göttlich, Divina!

Weiss e Pilsen, cervejas que levam Guaraná natural da Amazônia em sua composição. Saborosa e aromática, a Pilsen é elaborada com matéria-prima das mais tradicionais regiões produtoras do mundo (Weihestephan e Hallertäu, na Alemanha, e Saaz, na República Tcheca). Além da tradição, a Göttlich, Divina! também inova com o especial processo de *dry hopping*, e o tropical guaraná da Amazônia. Desenvolvida especialmente para atender o mercado de cervejas super *premium*, a Göttlich, Divina! Pilsen apresenta coloração dourada, espuma persistente e duradoura e corpo forte; o aroma é floral proveniente do lúpulo; na boca, é intensa com sabor presente de malte. Já a Göttlich, Divina! Weiss é turva, leve e extremamente refrescante. Possui aroma e paladar característicos dos fermentos de Weihestephan encontrados nas cervejas de trigo e o retrogosto com leve amargor do guaraná. É uma cerveja de alta fermentação (ale) feita com trigo, típica da região Sul da Alemanha. www.molotovbeers.com.br

JK SUCRALOSE O SEGUNDO MAIOR FABRICANTE DE SUCRALOSE DO MUNDO



A JK Sucralose Inc., única empresa chinesa que ganhou a adesão voluntária e venceu os Estados Unidos nas pesquisas sobre os direitos de propriedade intelectual do ITC-337, vem crescendo

rapidamente na China, sendo o segundo maior fabricante mundial de sucralose em um curto de tempo. O conceito de ações preventivas significa um investimento nas ações corretivas de gastos que é aplicada como a teoria básica da

gestão corporativa e estratégia de desenvolvimento de mercado da JK. A implementação dessa estratégia em muito apóia a JK para ganhar o mercado global. Atualmente, o mercado mundial de



CHR HANSEN

Improving food & health



Culturas FD-RSF - Alta performance com mais sabor.
Um novo conceito para a produção de queijo Prato.

- Rápido desenvolvimento de sabor e aroma;
- Robustez na fermentação;
- Alto desempenho de acidificação;
- Excelente fatiabilidade;
- Auxílio na obtenção de queijos com textura fechada.

adoçantes de alta intensidade é de US\$ 1,3 bilhão, sendo que a sucralose ocupa 25% do consumo total, com tendência de rápido crescimento. A JK continua investindo em atualização tecnológica, tendo o objetivo de implementar em seu plano de expansão, em longo prazo, 4.000 toneladas para atender o crescimento do mercado global de sucralose.

A JK Sucralose Inc. está localizada na cidade de Yancheng, província de Jiangsu, tendo seu departamento de marketing e vendas sediado em Pequim, e presença nos Estados Unidos, Europa, Japão e Índia, sob a forma de filiais de vendas diretas. Recentemente, a JK finalizou a primeira fase do seu projeto de expansão, fornecendo sucralose para várias indústrias no mundo, entre elas as de alimentos e suplementos alimentares, bebidas, produtos farmacêuticos, produtos de saúde, etc., atendendo globalmente quase 60 países. A JK considera a segunda e terceira fases do seu projeto de expansão como um novo ponto de partida para ampliar a contribuição ao desenvolvimento de tecnologia e reforçar a expansão no mercado, construindo um mundo de doçura para os consumidores. www.jksucralose.com

MINTEL

DIVULGA RELATÓRIO SOBRE O FUTURO DOS ALIMENTOS E BEBIDAS À BASE DE SOJA

Segundo um novo relatório da Mintel, o mercado de alimentos e bebidas de soja nos Estados Unidos caiu 16% entre 2008 e 2010. Embora parte dessa queda se deva à recessão e ao corte dos consumidores nos itens de soja com preço *premium*, a concorrência de outros alimentos saudáveis e de produtos com sabor agradável, bem como diferentes alternativas sem leite de soja têm surgido e vem prejudicando as vendas da indústria da soja. Para o futuro, a Mintel prevê declínio do mercado de alimentos e bebidas de soja, estimando queda de outros 17% entre 2010 a 2012. Isto se deve a vários fatores, incluindo a própria concorrência de produtos que não são feitos a partir da soja, o aumento dos preços dos ingredientes, o desgaste e a alergia a soja. Segundo analistas da Mintel, além da economia estagnada, os consumidores estão mudando, e a

imagem da soja está um pouco desgastada. Não muito tempo atrás foi dito aos consumidores americanos que a soja era um "super alimento" e que não se comia o suficiente desse alimento super saudável; agora esses mesmos consumidores estão dizendo que, quem sabe, estão comendo soja demais! A aversão à soja é agora um problema, porque há toneladas de produtos competitivos disponíveis, facilitando a mudança dos consumidores para algo novo e inovador. Dados da pesquisa mostram que em termos de consumo doméstico, o molho de soja é o mais utilizado (42%), seguido pelos produtos à base de soja que possuem sabor e características da soja mais proeminentes, incluindo o leite de soja (19%), barras energéticas à base de proteína de soja (15%) e edamame (14%), que é feijão em vagem, fervido. Segundo a pesquisa, os fabricantes podem desenvolver novos produtos misturando soja com nozes e outros grãos para criar alimentos e bebidas inovadoras, com melhor sabor e, possivelmente, preços mais acessíveis. Entre aqueles que preferem alternativas à soja, 34% têm preferência por outros tipos de leite, de origem não-láctea, tais como o leite de coco ou leite de aveia, e 21% preferem especificamente leite de amêndoa. www.mintel.com

ZINI BRASIL INAUGURA NOVO DEPARTAMENTO



O farelo de trigo é um subproduto da moagem convencional, utilizado especialmente nas rações por ser considerado fonte de compostos bio ativos (fibras, minerais, vitaminas e antioxidantes) pouco acessíveis porque são fechados numa parede celular resistente. Para resolver esta característica, a Zini

Brasil desenvolveu um estudo sobre os tradicionais processos de separação em fase seca, com o objetivo de recuperar separadamente os diferentes estrados do farelo e produzir frações diferenciadas dos diferentes tecidos, como o pericarpo (frações ricas em fibras) ou aleurone (frações ricas em vitaminas, minerais e antioxidantes). Para alcançar este objetivo a empresa instalou dois processos: moagem refinada e separação pneumática ou aero classificação. Foram estudadas as propriedades mecânicas dos diferentes estrados do farelo para definir as condições nos quais estavam mais friáveis. Testes foram executados para calcular o efeito da temperatura de moagem na redução das dimensões das partículas. Ficou demonstrado que utilizando um sistema de micronização com moinho de pinhos horizontal, a maior parte da estrutura celular é desagregada. Num momento sucessivo, foi desenvolvida a seleção das partículas de farelo ultrafinas conforme sua origem (aleurone, pericarpo), através da aero classificação sequencial centrífuga. Essa nova técnica de separação permite obter frações de farelo termotratado de diferente composição bioquímica e com diferentes proporções dos tecidos do farelo de trigo. As diferentes frações obtidas através da moagem ultrafina ou micronização mecânica e separação pneumática centrífuga, são embaladas separadamente para serem utilizadas como ingrediente ou reincorporadas às farinhas brancas para obtenção de farinhas integrais. Estudos de digestão *in vitro*, de pães enriquecidos com estas farinhas, tem demonstrado que a biodisponibilidade de ácidos fenólicos e de minerais aumenta proporcionalmente à diminuição do tamanho das partículas e ao aumento de concentração das partículas aleurônicos. Com esta nova fase de processamento micro granulométrico, a Zini Brasil pode ampliar sua oferta de fibras de trigo (e de outros cereais) como ingrediente ideal para ser agregado a diferentes alimentos, dentro da filosofia de aperfeiçoamento da alimentação moderna utilizando técnicas conhecidas e disponíveis para valorizar frações existentes e de reduzir custo inicial. www.zinibrasil.com.br

FUFENG O MAIOR FABRICANTE DE GOMA XANTANA DO MUNDO



O Grupo Fufeng, fabricante internacional de bioprodutos, é composto pelas seguintes empresas: Neimenggu Fufeng Biotecnologia Co., Ltd.; Shandong Fufeng Fermentação Co., Ltd.; Baoji Fufeng Biotecnologia Co., Ltd.; Jiangsu Shenhua Pharmaceutical Co., Ltd.; Fufeng I & D Center e Fufeng Import & Export Co., Ltd. A Fufeng é certificada pelas normas ISO 9001, ISO 22000 (HACCP), ISO 14001, OHSAS 18001, BRC, Kosher e Halal, bem como os seus produtos derivados de goma xantana atendem as normas FCCV, E-415, GB13886-92, API

e outras normas pertinentes. Como uma empresa de alta tecnologia, os produtos Fufeng tem sido fornecidos para mais de 50 países nos últimos anos. Sua

capacidade de produção anual de goma xantana é de 44.000 toneladas e sua capacidade de MSG é de 750.000 metros. A goma xantana pode ser utilizada em vários segmentos industriais, como alimentos, perfuração de petróleo, farmacêutica, e exploração, entre outros. A goma xantana de grau alimentício fornecida pela Fufeng é amplamente utilizada como sal/espessador resistente a ácidos, agente de suspensão de alta eficiência e emulsificante, e agente de enchimento de alta viscosidade em diversos alimentos e bebidas, podendo

não só melhorar o desempenho da água de manutenção e a forma de manutenção, mas também melhorar a estabilidade do gelo/degelo e a sensação de *mouthfeel* de alimentos e bebidas.

O Grupo Fufeng também se dedica ao desenvolvimento de aminoácidos, produzindo, atualmente, L-valina, L-isoleucina e L-treonina. Segundo a empresa, as vendas de L-treonina grau alimentício aumentaram consideravelmente nos últimos anos, o que favoreceu uma resposta muito positiva do mercado.

A Fufeng atende em seu novo endereço: Building 3, No. 29, Jinghai 2nd Rd, Beijing Economic-Technological Development Area - Beijing 101111 - China. Tel: (+86) 10 67892679 - Fax: (+86) 10 67892068 - www.fufeng-group.com

TETRA PAK TRAÇA METAS AMBIENTAIS PARA 2020

Seguindo a premissa do crescimento sustentável, a Tetra Pak anunciou novas metas ambientais até o ano de 2020.

Mix de Ferro e Ácido Fólico

O NBMIX é um produto desenvolvido para o enriquecimento de farinhas e contribui para a nutrição dos lares brasileiros desde 2005.

Está disponível em duas versões:

1ª - Ácido fólico e ferro reduzido alimentício que garante a absorção do ferro pelo organismo.

2ª - Ácido fólico e fumarato ferroso que possui uma excelente biodisponibilidade de ferro para o organismo.

A N&B Ingredientes oferece além de produtos de qualidade, o monitoramento de micronutrientes que assegura as dosagens exigidas pela ANVISA.



O plano global inclui a duplicação da taxa de reciclagem das embalagens e redução de 40% das emissões de CO₂, mesmo com a estimativa de crescimento médio dos negócios de 5% ao ano. Atualmente no Brasil, as principais frentes ambientais de trabalho têm sido o fomento às iniciativas de coleta seletiva, o desenvolvimento de tecnologias de reciclagem e sua transferência para empresas recicladoras, além de educação ambiental. Como resultado, nos últimos cinco anos a taxa de reciclagem evoluiu, atingindo 25% do total consumido. De acordo com a Tetra Pak, as metas de 10 anos fazem parte de um novo programa ambiental ambicioso, que reforça o compromisso da empresa de oferecer soluções para o crescimento sustentável. Com a eficiência ambiental no cerne da estratégia dos negócios, a Tetra Pak também aspira ao desenvolvimento de embalagens produzidas com matérias-primas 100% renováveis. Atualmente, as embalagens são compostas por 5% de alumínio, 20% de plástico e 75% de papel, uma fonte renovável proveniente de florestas certificadas. Para aumentar este percentual, a Tetra Pak assinou um acordo com o produtor brasileiro de polietileno verde de alta densidade, fabricado a partir do etanol de cana-de-açúcar. A expectativa é que ainda em 2011 as tampas das embalagens comecem a ser produzidas com esse material renovável. Ao mesmo tempo, a empresa também trabalha em parceria com seus fornecedores para aumentar a oferta de matéria-prima certificada pelo FSC (Forest Stewardship Council). Em 2010, cinco bilhões de embalagens foram entregues no mercado brasileiro com o selo que garante o manejo florestal socialmente justo, ambientalmente correto e economicamente viável. www.tetrapak.com.br

TANGARÁ FOODS COMPRA 51% DA SANES BRASIL

A Tangará Foods, empresa mineira com sede em Vila Velha, ES, adquiriu 51% da carioca Sanes Brasil, distribuidora de produtos alimentícios, por R\$ 25 milhões. A compra fortalece a participação da Tangará no varejo, especialmente no Rio de Janeiro, onde a empresa

adquirida mantém seu parque industrial. Para os próximos cinco anos, o *core business* da Tangará será o mercado de *foodservice* e varejo. Para isso, a empresa contará com uma rede de 30 centros de distribuição em todo o Brasil. Esta é a segunda aquisição da Tangará Foods no primeiro semestre do ano. Com um faturamento anual de R\$ 150 milhões, estima-se que a Sanes chegue a R\$ 220 milhões, em 2012. A empresa passará a ser administrada seguindo um modelo de co-gestão, por meio do qual a Sanes manterá sua rotina, sob a supervisão e a coordenação da Tangará. Aliado a isso, entra na rede de distribuição da empresa carioca o café Puro Aroma e o leite em pó Nutricional, produzidos pelo grupo mineiro. A expectativa é, em até um ano, atingir a produção de 500 toneladas de leite em pó e 150 toneladas de café por mês. Com 40 anos de mercado, a Sanes Brasil importa pescados, azeites, alho, azeitonas e produz vinhos. Sua estrutura conta com três unidades. A comercial, que se localiza no Mercado São Sebastião, no Bairro da Penha, a unidade de Queimados, moderno parque industrial com 70 mil m², onde já estão sendo projetadas futuras instalações frigoríficas, e a unidade de Três Rios, onde é feito à seleção e o envasamento de azeitonas. A Tangará Foods, que atingiu o faturamento de R\$ 1 bilhão em 2010, está em fase de expansão. O grupo mineiro adquiriu recentemente a Lativale - Laticínios Vale do Taquari (Lativale), em Estrela, RS, por R\$ 55 milhões, para aumentar seu *mix* de lácteos. A Lativale produz 600 mil litros de leite por dia e possui uma rede de 12 mil produtores de todo o Estado do Rio Grande do Sul. Em 2010, o grupo mineiro comercializou R\$ 531,2 milhões em café (48,10%), R\$ 264,5 milhões em lácteos (23,95%), R\$ 80,5 milhões em carne (7,29%) e 51,8 milhões em açúcar (4,69%). www.tangarafoods.com.br

CAFÉ DO CENTRO CHEGA À BAURU E REGIÃO

O Café do Centro, torrefadora de grãos gourmet e especiais, anunciou sua entrada no mercado de Bauru e região, onde possui um novo distribuidor para atender com exclusividade no mercado local com o fornecimento de grãos gourmet e especiais. Atuando especialmente

no *foodservice*, a torrefadora deseja conquistar o consumidor local com produtos requintados e diferenciados, como os cafés especiais de origem, produzidos em seis diferentes regiões brasileiras - Mogiana, Paraná, Bahia, Cerrado Mineiro, Espírito Santo e Sul de Minas - ideais para apreciadores de café de qualidade superior. O Café do Centro é uma das maiores torrefadoras de grãos gourmet e especiais do país, que começou os negócios em São Paulo em 1916, quando a marca pertencia à família Nahum. Em 1995, o Grupo de Agronegócios Branco Peres adquiriu a marca e iniciou o processo de expansão e gestão do negócio. Além do café gourmet, a empresa disponibiliza todos os grãos de origem arábica, um tipo mais requintado, com *blends* diferenciados, proveniente de seis regiões diferentes do Brasil: Mogiana, Paraná, Bahia, Cerrado Mineiro, Espírito Santo e Sul de Minas. www.cafedocentro.com.br

SEARA LANÇA CORTES BOVINOS E VEGETAIS CONGELADOS PARA FOODSERVICE

O portfólio da linha Seara Foodservice, composto em sua maioria por produtos à base de carnes de aves e suínos, acaba de ganhar um grande incremento com produtos à base de carne bovina e vegetais congelados. Dentre os produtos bovinos, além dos cortes tradicionais, estão disponíveis cortes porcionados padronizados e cortes especiais para churrascarias. Já os vegetais congelados, como polenta, batatas e mandiocas, são alimentos 100% naturais e oferecem facilidade, redução de desperdício e qualidade com embalagens de fácil manuseio e no tamanho exato para cada negócio. O Grupo Marfrig atua no segmento de processamento e distribuição de produtos de carne bovina, suína, ovina, avícola *in natura*, processados e industrializados no Brasil e exterior, além da distribui-



ção de outros produtos alimentícios, como batata pré-cozida congelada, legumes, embutidos, pescados, pratos prontos e massas. O grupo possui 151 unidades produtivas, comerciais e de distribuição em 22 países nos cinco continentes. www.marfrig.com.br

AMBEV FAZ LANÇAMENTO NACIONAL DE SKOL 360

A AMBEV lançou em nível nacional a Skol 360, principal aposta e investimento da empresa nos últimos anos. A novidade foi desenvolvida após três anos de pesquisas e traz para o consumidor um novo produto que atende a um apelo antigo de parcela do público cervejeiro: um líquido que não estufa. Para ser produzida, a Skol 360 passa por um processo de produção inovador, realizado com ciclo rápido de baixa fermentação, o que serviu de inspiração para o nome do novo líquido. A fermentação é determinante na definição das características e sabor das cervejas e o processo diferen-



ciado de Skol 360, já representa mais de 15% do *market share* da empresa no Brasil e a Skol ancora a maior parte dessas inovações. O consumidor poderá encontrar a Skol 360 nas versões lata (350ml), latão (473ml), garrafa (600ml) e 1 litro. www.ambev.com.br

KRAFT FOODS INAUGURA FÁBRICA NO NORDESTE

A Kraft Foods Brasil inaugurou sua nova fábrica em Vitória de Santo Antão, PE. Com investimentos de mais de

R\$ 100 milhões, a nova planta produzirá bebidas em pó e chocolates. Esse é o mais recente investimento da empresa no Norte-Nordeste do Brasil com o objetivo de acelerar ainda mais o crescimento nessas duas importantes regiões brasileiras. A nova fábrica é prova da importância do Brasil como um dos 10 mercados-foco dos negócios da multinacional americana nos países em desenvolvimento e, mais ainda, da força que o consumidor nordestino tem na atual economia brasileira. A fábrica de Pernambuco, hoje com 25 mil metros quadrados, gera, nesse primeiro momento, cerca de 600 empregos diretos. Para o processo de seleção foram recebidos mais de 20 mil currículos vindos de várias partes de Pernambuco e, principalmente, do município de Vitória de Santo Antão, que tem pouco mais de 120 mil habitantes e fica a 50 quilômetros de Recife. Esses novos colaboradores irão supervisionar a produção de marcas tradicionais e de grande importância para o consumidor brasileiro, como Bis, os tabletes Lacta e os refrescos em pó Fresh e Tang. A expectativa de sucesso da operação

quantiQ. Sabor de novidade no mercado de alimentos e bebidas.



Já consagrada como a maior distribuidora de produtos químicos no Brasil, a quantiQ agora coloca à disposição da indústria alimentícia ingredientes e aditivos que levam mais saúde, sabor e qualidade à mesa de todos os brasileiros. Com solidez econômica, laboratório próprio e uma vasta estrutura logística, é uma empresa confiável para estar no topo da sua lista de fornecedores. **Confira nossa linha de produtos:** Hidrocolóides, Simplesse (proteína do soro de leite concentrada microparticulada), Edulcorantes, Corantes, Conservantes, Acidulantes e Antioxidantes.

Distribuidor



Teleendas:

Sul e Sudeste: 0800.770.0813, (11) 2195.9189 e (11) 2195.9187 - Fax (11) 2195.9171

Centro-Oeste, Norte e Nordeste: 0800.729.9993 e 0800.729.9994 - Fax (71) 3431.6936 E-mail: nutri@quantiq.com.br



é diferente.

do Nordeste é tão grande que, mesmo antes de entrar em funcionamento, a nova fábrica da Kraft Foods já está em expansão. Com um investimento adicional de R\$ 50 milhões, a planta vai também produzir biscoitos até o fim de 2012. O objetivo da Kraft Foods de expandir rapidamente a sua presença na região Norte-Nordeste está aliado ao compromisso com o meio ambiente. A nova fábrica conta com alguns dos recursos mais modernos do mundo para a redução dos impactos ambientais. A nova estrutura possui, por exemplo, clarabóias prismáticas para utilização de iluminação natural, aquecimento solar da água, sofisticada estação de tratamento de efluentes, equipamentos de baixa emissão de carbono e estacionamentos "eco-pavimentados". Esses recursos estão muito alinhados com as práticas e valores da Kraft Foods ao redor do mundo. No Brasil, a companhia já possui muitas outras iniciativas sustentáveis em suas fábricas como programas de reaproveitamento de água da chuva, redução de uso de gás, água e luz, destinação adequada dos resíduos de produção, além da preocupação constante do uso racional dos recursos naturais e matérias-primas. www.kraftfoods.com.br

NUTRAMAX LANÇA POWERSALT® E SALT-T®: SOLUÇÕES PARA A SUBSTITUIÇÃO DE SÓDIO EM ALIMENTOS E BEBIDAS

A Nutramax Ingredientes Especiais, conhecida por seus ingredientes saudáveis e edulcorantes de alta qualidade, tem o prazer de anunciar sua linha de substitutos do sódio. Após seu pioneirismo no Brasil com o adoçante 100% natural taumatina DietMax™ (finalista do Food Ingredients Awards 2008 e IS Award 2008) e a linha de minerais quelatos produzida no Brasil, a Nutramax, em parceria com a Natex UK (Reino Unido), apresenta seus ingredientes para o controle do teor de sódio em alimentos e bebidas. O PowerSalt® e o Salt-T® utilizam uma tecnologia bastante inovadora e patenteada que permite a redução do sódio sem causar o sabor residual desagradável comum a outros sucedâneos do sal. A empresa acredita que

este diferencial técnico será de grande interesse para a indústria de alimentos, ávida por uma solução que permita atender a crescente demanda por produtos com baixo teor de sódio ou isentos de sal. Protótipos de alimentos dietéticos com adoçantes naturais e alimentos com redução de sódio utilizando esta nova tecnologia serão degustados no estande da Nutramax durante a Health Ingredients South America 2011, de 09 a 10 de agosto. www.nutramax.com.br

H2OH! INOVA COM LANÇAMENTO DE H2OH! FRUTAS

De olho nas tendências, H2OH! expande seu portfólio com mais uma inovação: a H2OH! Frutas. A nova linha chega ao mercado nas versões laranja e citrus. O produto é leve, refrescante, zero caloria e fonte de vitaminas, assim como H2OH! limão. A novidade é que H2OH! Frutas tem um toque a mais de suco de frutas em sua composição, conferindo ao produto um visual e sabores diferenciados. A escolha do sabor laranja é resultado da importância que a fruta tem para os consumidores brasileiros, e no caso de citrus, a inspiração veio da Argentina. O produto, que já está no mercado argentino desde 2007, é um sucesso e tem mais da metade das vendas no segmento. A novidade chega em embalagens PET de 500ml e 1,5 litro. www.pepsico.com.br



EPAMIG LANÇA CARTILHAS DE BOAS PRÁTICAS DE FABRICAÇÃO DE BEBIDAS LÁCTEAS

A Epamig lançou as cartilhas de boas práticas de fabricação e produção de bebidas lácteas. O lançamento das cartilhas faz parte do projeto de pesquisa financiado pelo Conselho Nacional de

Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), que prevê o aproveitamento do soro de queijo de coalho para a elaboração de bebidas lácteas na comunidade rural de Leme do Prado. Segundo o ILCT responsável pelo projeto, o objetivo é introduzir a fabricação de outros produtos lácteos junto aos cerca de mil produtores locais, como nova opção para alavancar a economia da região. Com a introdução de novas possibilidades de fabricação, a Epamig quer dar início às atividades do laticínio modelo de Acauã, cujas instalações já estão concluídas. A intenção é beneficiar tanto produtores de agricultura familiar que desejam montar uma estrutura adequada de fabricação, quanto indústrias do Norte de Minas que pretendem adotar nova tecnologia gerada. www.epamig.br

PURATOS INAUGURA NOVA LINHA DE PRODUÇÃO

A Puratos inaugurou sua nova linha de Brilhos, Cremes e Recheios prontos para o consumo. Com investimentos de mais de R\$ 2 milhões, essa nova linha de produção, desenvolvida exclusivamente para a Puratos na Europa, constitui um processo mais moderno e automatizado, com o mínimo de contato manual, para atender a crescente demanda de ingredientes e produtos inovadores, resultar em melhoria de produtividade e o atendimento aos elevados padrões de qualidade exigidos por esses produtos. Com capacidade para 4.000 toneladas/ano, a nova linha "WET" (designada para itens denominados "molhados") permitirá à Puratos reforçar seu foco na sustentabilidade a partir de um maior controle sobre os processos de produção e de limpeza, reduzindo o consumo de energia e água, além de reforçar também seu foco na saudabilidade, com itens livres de gordura *trans*. Os produtos conhecidos como Great Taste & Wellness (Saboroso e Saudável), que incluem os recheios, cremes e brilho da nova linha WET, respondem a uma tendência que se tornou muito clara nos últimos anos sobre o desejo de muitos consumidores em adotar um estilo de vida menos sedentário, além de maior qualidade na alimentação. www.puratos.com.br

QUANTIQ É A NOVA DISTRIBUIDORA DE PROPIONATO DE CÁLCIO DA NIACET

A quantiQ, distribuidora brasileira de produtos químicos e petroquímicos, fechou uma nova e importante parceria para a Unidade de Negócios Nutrição Humana e Animal. É a distribuição de produtos da empresa canadense Niacet. O primeiro fruto dessa parceria é a distribuição do Niaproof (propionato de cálcio), produto largamente utilizado na indústria de panificação. O Niaproof possui três grades diferentes: pó, granular e cristal, sendo este último o maior destaque da linha que chega ao Brasil, visto que não levanta pó na área de produção, gerando menos perda, menos necessidade de paradas para limpeza e maior bem estar para os funcionários. A Niacet é a maior produtora mundial (30 mil toneladas/ano) desta matéria-prima e detém 90% deste mercado nos Estados Unidos. A empresa é a única com duas plantas

dedicadas à produção deste item e está expandindo com a construção de uma terceira. www.quantiq.com.br

GIVAUDAN AMPLIA PROGRAMA TASTESOLUTIONS™ SWEETNESS

A Givaudan tem ampliado seu programa TasteSolutions™ Health & Wellness aumentando seus investimentos e recursos em tecnologias que possam ajudar as empresas a reduzir o teor de açúcar em seus produtos. A empresa continua a expandir seu programa de Descobrimto (*Discovery*) com o objetivo de encontrar e desenvolver novos ingredientes naturais de fontes botânicas e/ou biotecnológicas. A Givaudan também dispõe de várias moléculas sintéticas em projetos de desenvolvimento e conta com status GRAS (*Generally Recognized as Safe*) para um novo modificador de açúcar que está sendo incorporado ao seu conjunto de ingredientes atual, com o objetivo de



criar soluções inovadoras em redução de açúcar. Estas iniciativas respondem à crescente demanda por alimentos percebidos como mais saudáveis, mas que não tenham seus perfis sensoriais comprometidos. O investimento em tecnologia de aromas tem permitido à

Bom para o Seu

Rótulo Natural Sabor de seu produto Fácil de formular
Opção Saudável Futuros Desenvolvimentos Lucratividade



www.promitorfiber.com

A fibra é o ingrediente cada vez mais procurado pelos consumidores de todo o mundo.

Como fornecer para seus consumidores os benefícios das fibras sem comprometer o sabor e a textura dos seus produtos? Com a fibra alimentar PROMITOR™. Um ingrediente de grande tolerância e fácil formulação, a fibra alimentar PROMITOR™ pode ser aplicada em barras de cereais, sorvetes, sopas, molhos para salada, águas aromatizadas entre outros resultando em produtos saudáveis e saborosos para toda a sua família.

Escolha a fibra alimentar PROMITOR™ e forneça aos seus consumidores os benefícios nutricionais que eles tanto precisam nos produtos que eles tanto desejam.

our ingredients – your success

© Tate & Lyle 2011 • www.tateandlyle.com • vendas.brasil@tateandlyle.com

TATE & LYLE

Givaudan desenvolver seu programa TasteSolutions™. A empresa oferece perfis sensorialmente equilibrados para produtos de baixa ou zero caloria que são natural ou artificialmente adoçados, trabalhando com potencializadores de dulçor, ao mesmo tempo em que mascara as *off-notes* (notas indesejadas) e melhora o perfil sensorial, de modo a aumentar a aceitação por parte dos consumidores. Para os consumidores que preferem ingredientes naturais, o desafio de mascarar as *off-notes* do extrato de Stevia (Reb-A) pode ser trabalhado da mesma forma. Além disso, a Givaudan desenvolveu uma profunda compreensão sensorial dos adoçantes de alta intensidade, normalmente utilizados para substituir o açúcar. Com a combinação da criação de aromas, tecnologia de aplicações e recursos científicos, a Givaudan criou soluções para aplicações em produtos com teor de açúcar reduzido em vários segmentos, como bebidas, bebidas lácteas, iogurtes, sorvetes, cereais e produtos para panificação. www.givaudan.com.br

LIPTON ENTRA NO SEGMENTO MATE



No Brasil desde 1995 com o chá preto e verde, a marca Lipton lança agora Lipton Mate. O segmento mate é o principal dentro da categoria de chás prontos para beber e um dos que apresenta maior crescimento nos últimos anos. Lipton Mate chega com um diferencial relevante: um produto sem conservantes e sem corantes artificiais, que preserva o mais puro sabor do mate. Além do novo sabor, Lipton apresenta uma inovação em embalagens, a garrafa PET 500ml,

produzida também sem conservantes e corantes artificiais. A nova garrafa está disponível nas versões pêssego, limão e mate. A erva-mate é naturalmente rica em substâncias com potencial efeito antioxidante, que atuam no combate aos radicais livres contribuindo para a prevenção de doenças crônicas. Outro benefício que acompanha a ingestão de chás é o da hidratação, fundamental para o equilíbrio do organismo, colaborando para um bom desempenho físico e mental e podendo ajudar na concentração, memória, velocidade e desempenho esportivo. Além disso, estudos científicos demonstram que o chá mate tem potencial efeito benéfico à saúde do coração, atuando como coadjuvante no controle do colesterol ruim (LDL) e podendo diminuir o risco de acúmulo de gordura nas veias e artérias. www.pepsico.com.br

NESTLÉ AMPLIA LINHA DOCINHOS E LANÇA O MOÇA CREMOSO

Moça, que comemora junto com a Nestlé 90 anos de história, lança agora Moça Cremoso, mais um docinho pronto da marca. O lançamento acompanha o novo visual nas embalagens da linha Moça Docinhos, ex-Moça Fiesta, nos sabores brigadeiro, beijinho e chocolate cremoso, com maior destaque para a marca Moça. A nova embalagem acompanha o comportamento do consumidor destes itens, que já não espera as festas para saboreá-los. Hoje, além do uso tradicional como docinhos, acompanham sobremesas diversas e podem ser consumidos a qualquer hora. www.nestle.com.br



SCAA CONTOU COM PRESENÇA BRASILEIRA

Um país, vários sabores. Com esse mote, o Brasil foi um dos protago-

nistas da 23ª edição da Conferência Anual da Associação Americana de Cafés Especiais (SCAA), realizada em Houston, nos Estados Unidos. Sob a coordenação da APEX Brasil, o país participou do evento como *Portrait Country* oficial da convenção, ou seja, a região produtora escolhida pelos organizadores como destaque deste que é o maior e mais importante evento do mundo destinado ao segmento de cafés altamente diferenciados. O mercado de cafés especiais é um dos mais promissores do setor de *foodservice* e conquista cada vez mais consumidores no mundo todo. O Brasil, antes relegado à produção de cafés *commodities*, tem participação cada vez mais expressiva nesse segmento da cadeia e mostrou ao mercado internacional essa nova faceta de sua produção. O evento da SCAA abrange todos os setores da cadeia do café: indústrias de alimentos, torrefadores, redes de coffee shops, fabricantes de máquinas, baristas e, claro, a produção dos grãos. www.scaaevent.org

CASTELO ALIMENTOS ADOTA RÓTULOS ECOLÓGICAMENTE CORRETOS

Preocupada com a preservação do meio ambiente, a Castelo Alimentos, marca líder no segmento de vinagres há 105 anos no mercado, está utilizando materiais ecologicamente corretos para rotular e transportar seus produtos. Agora, toda a linha de molhos condimentados vem com rótulos feitos com papel produzido a partir de árvores de reflorestamento, com selo de garantia da ONG internacional, *Forest Stewardship Council* (FSC) - Conselho de Manejo Florestal. A empresa também adotou caixas de embarque, produzidas com fibra de bagaços de cana-de-açúcar. Os rótulos com selo verde podem ser conferidos no molho de pimenta tradicional, de alho, shoyu e inglês. A certificação é reconhecida em mais de 75 países e concedida aos fornecedores que comprovadamente exploram os recursos naturais de forma sustentável em sua produção, obedecendo rigorosamente às legislações vigentes. www.casteloalimentos.com.br

BENEO DIVULGA NOVO ESTUDO SOBRE ORAFIT®SYNERGY1

Os resultados de um novo estudo demonstraram que a suplementação de uma fórmula infantil com a Orafiti®Synergy1 (inulina enriquecida com oligofrutose) da Beneo tem um efeito prebiótico favorável e é bem tolerada por bebês. O estudo demonstra que a suplementação de fórmulas infantis para neonatos com a Orafiti®Synergy1 está modificando a composição da microflora ao aumentar as bifidobactérias, o que resultou em uma composição da flora que se assemelha aquela dos bebês amamentados com leite materno. Além de numerosos estudos conduzidos que reconhecem os efeitos benéficos para a saúde digestiva e em particular sobre a composição da microflora, este estudo recente também evidencia a segurança e boa tolerância da inulina enriquecida com oligofrutose em neonatos e abre novas oportunidades para este prebiótico na área da alimentação infantil.



Trata-se de um estudo de intervenção prospectivo, aleatório, controlado, com o uso de placebos, que incluiu 110 neonatos saudáveis que receberam diversos prebióticos adicionados em fórmulas infantis, durante quatro semanas. Os bebês receberam uma fórmula infantil de controle (sem suplementação), ou uma fórmula enriquecida com a Orafiti®Synergy1 em duas diferentes concentrações (0,4 ou 0,8 g/dl), ou uma fórmula enriquecida com galactooligosacarídeo e frutooligosacarídeo em uma relação de 90:10 (0,8 g/dl). Um grupo de bebês amamentados com leite materno também foi incluído no estudo, como grupo de referência. Os resultados

deste estudo mostram que os perfis de tolerância e segurança foram bons em todas as fórmulas com suplementação. Foi observado também um crescimento adequado em todos os grupos. Os prebióticos tiveram efeitos positivos em alguns dos parâmetros fisiológicos medidos, ao amaciar a consistência das fezes, enquanto que os bebês do grupo controle apresentaram fezes mais duras. O consumo de Orafiti®Synergy1 (0,8 g/dl) também aumentou o nível de bifidobactérias nas fezes dos bebês de forma significativa, após duas e quatro semanas de consumo. Foi interessante notar que o nível de bifidobactérias (medido pela metodologia FISH) foi comparável ao dos bebês amamentados com leite materno. Todas as outras bactérias medidas não foram afetadas pelo consumo do prebiótico. www.beneo.com

BOAVINTENSE LANÇA BALA SEM AÇÚCAR

De um lado, consumidores exigentes, cada vez mais preocupados com o bem-estar, saúde e qualidade de vida.



COMPROMETIMENTO COM QUALIDADE, ÉTICA E MEIO AMBIENTE

1911 - 2011
HÁ 100 ANOS
NESTA ONDA

PRODUTOS
PUROS

ÁCIDO TARTÁRICO E TARTARATOS
DIÓXIDO DE ENXOFRE E DERIVADOS
TANINOS PURIFICADOS

UNIDADE RS - RUA VEREADOR MARIO PEZZI, 318 | CAXIAS DO SUL | RS | (54) 3228 1377
UNIDADE SP - AV. EURICO AMBROGI SANTOS, 455 | QUIRIRIM/TAUBATÉ | SP | (12) 3686 1358

WWW.VERONESE.COM.BR





De outro, o desejo de consumir doces e guloseimas. ACTIS, a primeira bala sem açúcar da Boavistense, é a opção perfeita para os consumidores que preferem produtos doces sem açúcar, mas que não abrem mão de sabores intensos e elaborados. Além disso, ACTIS contém alto teor de vitamina C e fonte de fibras. O produto será comercializado nos sabores citrus, menta, frutas vermelhas e uva verde, em latinhas metálicas cilíndricas, com estampas coloridas. De visual atraente e refinado, contém todas as informações nutricionais necessárias aos consumidores. www.boavistense.com.br

TIROL LANÇA LINHA DE LEITES ESPECIAIS



Atenta à crescente demanda dos consumidores por alimentos completos e práticos, a Tirol apresenta ao mercado a linha de leites Premiare em embalagens Tetra Pak com tampa de rosca. São três novos produtos: integral com adição de ferro e vitaminas; semi-desnatado com baixo teor de lactose; e desnatado com cálcio. De acordo com Tirol, os leites especiais chegam para atender a uma demanda cada vez mais crescente de consumidores que buscam produtos que contribuam para melhorar a ingestão de nutrientes, e a linha Premiare foi criada de forma

diferenciada para oferecer todos esses benefícios. O leite integral com adição de ferro é recomendado para crianças, que precisam de mais energia e disposição na fase de desenvolvimento. A versão desnatada com adição de cálcio contém doses aumentadas deste nutriente, permitindo uma alimentação mais leve para consumidores de todas as idades. Já o leite semidesnatado com baixo teor de lactose é indicado para pessoas que sofrem de intolerância, permitindo uma alimentação balanceada, com todos os benefícios do leite, sem prejudicar o organismo. Além das novidades, a Tirol oferece uma variada linha de produtos, como queijos, creme de leite, requeijão, doce de leite, iogurte, leite pasteurizado e leite em pó. www.tirol.com.br

PIRACANJUBA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL E EQUILIBRADA

A Piracanjuba, uma das maiores marcas do segmento lácteo brasileiro, lança no mercado o Piracanjuba Dieta+, um leite desnatado, enriquecido com cálcio e fortificado com vitaminas A e D, indicado para quem se preocupa com uma alimentação equilibrada. O excesso de peso é causado, essencialmente, pela associação entre o consumo abusivo de gorduras, açúcares e, consequentemente, de calorias, e o baixo nível de atividade física. Segunda a empresa, a retirada da gordura do leite, tornando-o desnatado, é positiva para adultos que visam melhora da saúde e controle de peso, pois não só ajuda a reduzir o consumo total de gorduras, como também diminui consideravelmente a quantidade de calorias do leite. De acordo com estudos recentes, o cálcio pode auxiliar na manutenção do peso, principalmente em mulheres que já passaram da fase da menopausa. Por isso, o leite desnatado é um alimento que deve fazer parte da dieta das mulheres e de todos aqueles que se preocupam em manter o peso adequado, já que é rico em cálcio e não contém gorduras. Graças à fortificação com cálcio de alta qualidade, o Piracanjuba Dieta+ possibilita que o consumo de dois copos de 200ml garanta a quantidade diária de cálcio recomendada para homens e mulheres de 19 a 70 anos. Além dis-

so, a vitamina D, presente no produto, tem como principal função aumentar a absorção do cálcio no intestino. Portanto, as vantagens do Piracanjuba Dieta+ ficam ainda mais completas ao analisar que, além dos benefícios proporcionados pelo leite desnatado por si só, e pela adição de cálcio e vitamina D, ele ainda é fortificado com vitamina A, que apresenta importante papel antioxidante, prevenindo contra o envelhecimento precoce das células e contra doenças cardiovasculares. www.piracanjuba.com.br

SARA LEE BUSCA VICE-LIDERANÇA NO MERCADO MUNDIAL DE CAFÉS

Para se tornar vice-líder no mercado mundial de cafés, a Sara Lee precisa superar a Kraft Foods em vendas. Por essa razão, a empresa já pensa em aquisições. Segundo avaliação da Euromonitor International, empresa que acompanha dados do setor, para a Sara Lee ser a segunda do mercado mundial, não será fácil, já que a empresa precisa mais do que dobrar sua atual participação no segmento de café. Entre os possíveis alvos, estão a brasileira café Bom Dia e a suíça Ethical Coffee, ambas de capital fechado. Outra tática da Sara Lee será concentrar investimentos na cafeteira Senseo, lançada há dez anos. A Sara Lee também acaba de revelar que vai desmembrar seus negócios internacionais de café e chá do resto da empresa. Até então, o conglomerado de alimentos, que tem sede em Downers Grove, Illinois, Estados Unidos, trabalhava apenas com a hipótese, anunciada em janeiro, de separar as operações na América do Norte, que incluem a divisão de carnes e opera marcas populares nos Estados Unidos, como Jimmy Dean, Hillshire Farm e State Fair. Essas operações foram responsáveis por US\$ 4,1 bilhões do faturamento dos US\$ 10,79 bilhões obtidos no ano fiscal de 2010. Para a Sara Lee, tal transação significa mais do que separar um segmento da empresa, significa realmente estar desmembrando um player global em duas empresas independentes, o que aumenta a complexidade e as oportunidades. A Sara Lee espera concluir a divisão no início de 2012. Segundo a empresa,

no terceiro trimestre fiscal, houve aumento das vendas em quase todos os negócios, liderado pela unidade internacional de bebidas. No Brasil, a Sara Lee é dona das marcas de café Pilão, Caboclo, Café do Ponto, Damasco, Maracanã, Bom Taí, Pacheco, Palheta, Seteto, Moka e Jaraguá. www.saralee.com

BRASILBIO SETOR DE ALIMENTOS ORGÂNICOS PREVÊ CRESCIMENTO DE 40%

O faturamento dos produtores de alimentos orgânicos no Brasil deve crescer 40% em 2011. Até dezembro, os agricultores nacionais estimam arrecadar R\$ 700 milhões. A entrada em vigor da lei que regulamenta o setor pode impulsionar os negócios desse mercado. Segundo a Associação Brasileira de Orgânicos (BRASILBIO), o setor cresceu 40% no ano passado, quando faturou R\$ 500 milhões. A expectativa é repetir o desempenho em 2011. Apesar do ânimo dos produtores, a participa-



ção dos orgânicos ainda é pequena no mercado agropecuário brasileiro. O valor faturado pelo agronegócio orgânico corresponde a apenas 0,2% dos R\$ 255,3 bilhões registrados pela Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA). www.brasilbio.com.br

GELITA APRESENTA LINHA DE GELATINAS ESPECIAIS

A Gelita, produtora mundial de gelatinas e colágenos hidrolisados, apresenta sua linha Food Innovations, composta por soluções que são bases para o desenvolvimento de receitas na confei-

taria, cozinha quente e fria, panificação, salgadaria e culinária molecular, além de degustar alimentos preparados com esta seleção de gelatinas especiais. A nova linha é composta pelo Gelita®Multi 200, produto direcionado para confeitaria e cozinha fria, doces ou salgados aerados ou não, oferecendo praticidade na preparação de pratos doces e salgados, pois dispensa a etapa de forneamento ou cozimento, possibilita a redução de gorduras e eliminação do uso de ovos, além de excelente aeração em mousses e similares, bem como permite o congelamento e o descongelamento dos produtos aonde é aplicado; e pelo Gelita®Multi 300, usado para panificações, salgadaria, cozinha quente, confeitaria e molecular. Para os pães, proporciona um maior frescor, maciez, crocância e melhoria na folhagem. Em massas frescas proporciona melhor consistência, pois reduz a absorção de água pela massa. Molhos e recheios também são beneficiados com esse produto na prevenção de migração de água e modelagem do recheio. Na área de confeitaria o ingrediente é excelente em coberturas,

Bom para Sua

Tranquilidade Reputação Lucratividade Percepção Saúde Estabilidade

Adicione nossos ingredientes em seus alimentos e bebidas.

Nós somos uma empresa global líder em ingredientes de alta qualidade e soluções técnicas. Nossos ingredientes ajudam você a entregar para seus consumidores o que eles tanto desejam.

Os ingredientes da Tate & Lyle adicionam sabor, textura, valor nutricional e incrível funcionalidade aos produtos consumidos por milhões de pessoas todos os dias. Nosso extenso portfólio de produtos, serviços e soluções são criados de acordo com as suas necessidades e fundamentados pela nossa paixão em inovar e agregar valor. Seus consumidores esperam o melhor. Conte com a Tate & Lyle para satisfazê-los.

Isto é o que torna a Tate & Lyle tão diferente. Faça parte desta experiência.

REZISTA® CONSISTA® PERMA-FLO® THIN-N-THIK® KOL GUARD® MAXI-GEL® MIRA-CLEER® – Amidos de cocção
SPLENDA® Sucralose KRYSTAR® Crystalline Fructose PROMITOR™ Fibra de milho solúvel STA-LITE® Polidextrose MIRA-SPERSE®
STAR-DRI® Maltodextrina INSTANT TENDER-JEL® X-PAND-R SC® Amidos nativos MIRA-THIK® Acidulantes Ácido Cítrico
STA-CAP® Amido lipofílico TATE & LYLE Soluções estabilizantes Acidulantes STALEYDEX® Dextrose DEXSTAR® Dextrose aglomerada

our ingredients – your success

pois há facilidade de uso, prevenção de rachaduras durante e após congelamento, o que preserva a estrutura do produto e evita a deformidade durante o manuseio e transporte. Outra vantagem é que Gelita[®]Multi 300 permite a elaboração de uma espuma que pode substituir a clara em neve em produtos aerados, como mousse. Além destas aplicações, o ingrediente ainda pode ser utilizado em doces, como brigadeiro, beijinho, etc., já que melhora a textura, boleamento e brilho dos produtos. Também faz parte da nova linha o Gelita[®]Multi 400, ideal para base de preparo de creme neutro, possibilitando adição do sabor desejado, seja doce ou salgado; Gelita[®]Multi 500, útil em aplicações em caldas doces ácidas, reduzindo o tempo de preparo, aumentando a viscosidade em caldas e mais brilho quando pronto; e o Gelita Platinum, gelatinas em folhas perfeitas para aplicações em pratos doces e salgados, permitindo a dosagem exata em um instante. www.gelita.com.br

BUNGE TRAZ AZEITE CARDEAL PARA O BRASIL



A Bunge Brasil traz para o Brasil o azeite extravirgem Cardeal, especialmente indicado para os apreciadores de uma culinária sofisticada que harmoniza os pratos às bebidas e acompanhamentos. Comercializado em embalagem de vidro de 500ml, o novo azeite está entre os melhores representantes da culinária mediterrânea, a mais saudável do mundo, trazendo sabor único e marcante, em duas versões com acidez máxima de 0,3% e 0,5%, respectivamente. Ambas foram delicadamente escolhidas de forma a possibilitar distintas harmonizações. A versão de 0,5% de acidez máxima apresenta sabor frutado e picante, harmonizando perfeitamente com saladas, peixes e carnes brancas.

Já a versão de 0,3% de acidez máxima, produto de maior nobreza extraído ainda na fase de maturação das olivas, traz notas de picante e amargo, harmonizando com carnes vermelhas e queijos fortes.

Além do estilo de vida e dos aspectos culturais e climáticos, a dieta mediterrânea é considerada a base da qualidade de vida e longevidade dos moradores da parte sul do continente europeu banhada pelo mar Mediterrâneo. Os ingredientes mais usados nas refeições da região são frutas e hortaliças, leguminosas, cereais, oleaginosas, iogurtes, peixes e vinho tinto. O azeite de oliva assume um papel preponderante nessa dieta, por suas propriedades antioxidantes, que retardam o processo de envelhecimento celular, e pela proteção que oferece contra o câncer e doenças cardiovasculares. www.bunge.com.br

AURORA INAUGURA AMPLIAÇÃO DE FÁBRICA

A Aurora Alimentos, um dos maiores conglomerados agroindustriais do país, está ampliando sua linha fabril de produtos lácteos. A planta está instalada à margem da BR-282, no município de Pinhalzinho, SC, com capacidade de processamento de 2,2 milhões de litros/dia e investimentos totais da ordem de 180 milhões de reais. A Aurora iniciou a implantação da indústria de processamento de leite no primeiro trimestre de 2007. A área total construída soma 50.000 m², sendo 35.000 m² somente de instalações industriais. www.auroraalimentos.com.br

ANVISA VETA USO DO NOME "RAÇÃO HUMANA"

Na moda em dietas, as "rações humanas", compostas de cereais e fibras e encontradas em mercados em todo o país, estão na mira da ANVISA. A agência divulgou um alerta de que a substituição de uma refeição por esse produto traz riscos à saúde, já que ele não tem todos os nutrientes necessários para a alimentação saudável. A nota também alerta que os produtos não podem usar o nome de "ração humana", nem colocar

no rótulo propriedades medicinais, como redução de colesterol. Estão liberadas frases que informem que o composto faz bem para a saúde (por exemplo, que melhora o funcionamento do intestino). Mas, para isso, os fabricantes terão que pedir o registro do alimento na ANVISA e apresentar estudos que demonstrem essas características. A iniciativa surgiu após questionamentos de órgãos de vigilância estaduais sobre esses produtos. Segundo a ANVISA, o nome "ração humana" pode induzir o consumidor a engano e não diz claramente o que é o alimento. As empresas responsáveis devem ser notificadas e receberão um prazo para cumprir a medida. Caso isso não ocorra, estão sujeitas a multa de até R\$ 1,5 milhão. www.portal.anvisa.gov.br

CARGILL FOCA O BRASIL E PREVÊ NOVAS AQUISIÇÕES

De olho nos mercados da América Latina e Ásia, a empresa norte-americana Cargill está atenta a novas oportunidades de parcerias e aquisições no Brasil, principalmente no Nordeste brasileiro. A empresa já anunciou a parceria com o grupo sucroalcooleiro União São João (USJ), no qual a Cargill será detentora de 50% das usinas do grupo em Goiás. A empresa inaugurou também um novo centro de tecnologia e inovação de alimentos, com investimentos de R\$ 20 milhões. O Brasil, que já é o segundo maior mercado para a Cargill no mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, é o foco das atenções da multinacional, que tem como prioridade de novos investimentos a América Latina, em especial o Brasil, e a Ásia, por apresentarem a maior taxa de crescimento e desenvolvimento no setor de alimentos no mundo. A Cargill, que recentemente lavrou uma parceria com o grupo USJ em Goiás, também havia investido em uma unidade de amido e adoçante e numa usina de biodiesel no Mato Grosso do Sul, e nas operações dos molhos de tomate da Unilever. A Cargill destacou o Nordeste como prioridade para ampliação dos negócios da empresa no Brasil, comparando a taxa de crescimento do Estado com a atual fase de ampliação de consumo chinesa. Como prova das intenções da empresa de crescer ainda mais no Brasil, a Cargill

inaugurou em Campinas, interior de São Paulo, um centro de tecnologia e inovação de alimentos que contará com infra-estrutura e equipes técnicas de diversas áreas de conhecimento, para desenvolver soluções para a área de alimentos. Com investimentos da ordem de R\$ 20 milhões, o Centro de Inovação está instalado em uma área de 20 mil metros quadrados e conta com múltiplos laboratórios para atender clientes nas áreas de bebidas, panificação, confeitaria, comidas de conveniência e derivados de leite. Também inclui um laboratório de sabores e aromas, além de um laboratório industrial para a criação e desenvolvimento de ingredientes e aplicações para os mercados de papel, têxteis, corrugados e biopolímeros. www.cargill.com.br

CEMIL INICIA PRODUÇÃO DE LEITE CONDENSADO

A Cooperativa Central Mineira de Laticínios (Cemil) deverá encerrar este ano com aumento entre 20% e 25% no faturamento sobre 2010, registrando R\$ 280 milhões. O incremento será obtido com a ampliação do mercado de atuação e com a diversificação da linha de produtos. A grande aposta da Cemil em 2011 está na comercialização de leite condensado. O produto chega ao mercado após investimentos próximos a R\$ 50 milhões nos últimos três anos na unidade da empresa em Patos de Minas, no Alto Paranaíba. De acordo com a Cemil, as expectativas para 2011 são positivas. Além do aumento da demanda pelos produtos lácteos no mercado interno, o início da produção de leite condensado após a expansão da fábrica de Patos de Minas (Alto Paranaíba) será essencial para alavancar o faturamento da empresa. O investimento na unidade de Patos de Minas foi dividido em duas fases, a primeira é para a produção de leite condensado e a segunda para leite em pó. Em princípio, a planta irá produzir leite condensado, para isso a capacidade de captação de leite foi duplicada, alcançando cerca de 450 mil litros por dia. A capacidade produtiva total da unidade é de 7 a 8 milhões de latas de 395 gramas de leite condensado por mês. Atualmente a indústria está em fase final de teste.

Somente nesta fase foram aplicados cerca de R\$ 50 milhões na ampliação, modernização e compra de equipamentos de alta tecnologia e para adaptação do processo para a fabricação de leite condensado. A inauguração completa da unidade deve acontecer em dezembro deste ano. O plano de adaptação para a fabricação de leite em pó em Minas foi adiado devido à oportunidade de investir na construção de uma planta em Caruaru, PE. O projeto deverá ser retomado com a conclusão dessas obras, a previsão inicial é que sejam investidos R\$ 20 milhões na adaptação da indústria para a fabricação de leite em pó. O projeto da Cemil em Caruaru prevê a construção de uma unidade para o processamento de 200 mil litros de leite diários. As obras serão iniciadas assim que o governo de Pernambuco concluir a terraplenagem da área. O investimento estimado é de R\$ 40 milhões e a unidade produzirá leite longa vida. www.cemil.com.br

TETRA PAK AMPLIA PORTFÓLIO DE EMBALAGENS

A Tetra Pak amplia seu portfólio de embalagens e traz novas opções para o mercado. Os produtos vêm atender a demanda do consumidor por mais funcionalidade. Entre os lançamentos mundiais está a Tetra Evero Aseptic, garrafa cartonada asséptica para o leite. O produto permite a impressão em toda superfície, dando à marca maior visibilidade. O foco desta embalagem é o mercado de leite longa vida, incluindo os enriquecidos com cálcio, proteínas, fibras, vitaminas A e D e minerais. Já a Tetra Prisma 330 DreamCap é voltada para o consumo de bebida em movimento, por ter uma maior abertura e facilitar o controle do volume do líquido. A Tetra Brik Aseptic 1000 Edge facilita o empilhamento nas gôndolas dos supermercados por ter a tampa localizada na parte da frente, não mais no topo, enquanto a Brik Aseptic 200 Edge possui a base quadrada e a face superior inclinada, dando mais espaço para a comunicação da marca. A empresa espera que até o fim de 2012 mais sete inovações, entre produtos e equipamentos, cheguem ao mercado. www.tetrapak.com.br



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

EDULCORANTES (ADOÇANTES NATURAIS E ARTIFICIAIS - INGREDIENTES FUNCIONAIS)
REALÇADORES DE SABOR - FIBRA PREBIÓTICA
MINERAIS - CARBOIDRATOS ESPECIAIS
AGENTES DE CORPO - SUBSTITUTOS DE SÓDIO

- Taumatina dietMax - Adoçante 100% Natural
- Neohesperidina DC
- Sucralose
- Acessulfame-K
- Estévias Especiais
- Rebaudiosídeo A
- Frutose
- Goma Xantana
- Fosfato Tricálcico
- Minerais Quelatos
- Substitutos de Sódio
- Eritritol
- Isomalte
- Maltitol
- Sorbitol
- Xilitol
- Polidextrose
- Maltodextrina
- D-Manose
- D-Xilose
- Sal Light



dietMax
ADOÇANTE 100% NATURAL
FINALISTA DO FI AWARDS 2008
FINALISTA DO IS AWARDS 2008

- A Revolução dos Adoçantes
- 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.)

Minerais Quelatos (alta biodisponibilidade)
ferro, cálcio, magnésio, cromo, cobre, manganês, potássio, selênio e zinco.

Neohesperidina DC
realçador de sabor e aroma derivado de frutas cítricas.

Distribuidor exclusivo no Brasil:



WWW.NUTRAMAX.COM.BR

NUTRAMAX Com. Imp. e Exp. Ltda.
Av. Bertho Giovanni Sargi, 291 - Catanduva - SP - Brasil - 15804-235
Tel: (17) 3522-1968 - Fax: (17) 3525-0830
nutramax@nutramax.com.br

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