

SWEETMIX SOLUÇÕES PARA O MERCADO BRASILEIRO DE INGREDIENTES

Com forte penetração no mercado brasileiro de ingredientes, a Sweetmix foi fundada em 1994, trazendo para o Brasil o conceito de *blends* de edulcorantes. Durante todos esses anos, continuou ampliando seu portfólio e, atualmente, a empresa é estruturada em quatro divisões: Nutrição (Humana e Animal), Químico Industrial, Farmacêutico e Cosmético. A Sweetmix se destaca por sua versatilidade. Um corpo técnico e comercial de alto nível esta preparado para desenvolver as melhores soluções para cada cliente, proporcionando maior eficiência na aplicação e padronização na qualidade dos produtos finais. A criteriosa seleção dos fabricantes, assim como a rastreabilidade em todo o processo, garantem a qualidade dos produtos comercializados pela Sweetmix. sweetmix.com.br

ALIBRA INGREDIENTES INSTALA NOVA PLANTA PILOTO UHT

Com foco em um atendimento cada vez mais personalizado, a Alibra Ingredientes investiu na aquisição da nova planta UHT (*Ultra High Temperature*). Instalado na sede da empresa em Campinas, SP, e em operação desde o final de 2016, o equipamento simula condições ideais de plantas industriais, tornando o desenvolvimento de produtos muito mais rápido e assertivo. Segundo a empresa,

tanto as condições de processo, como performance das matérias-primas e formulação influenciam as características sensoriais do produto final (sabor, corpo, viscosidade, gelificação, sinérese, etc.) e, consequentemente, sua qualidade; por isso, quanto mais completo e fiel for o desenvolvimento, mais assertivas serão as propostas apresentadas aos seus clientes. Com investimento da ordem de R\$ 1,5 milhão, entre equipamentos e instalações, a planta piloto de última geração permite grande flexibilidade de parâmetros de processo para diferentes produtos dentro do segmento de UHT, como creme de leite, bebidas lácteas, bebidas proteicas, bebidas de soja, néctares, entre outros, com possibilidade de esterilização por injeção direta/ indireta de vapor, homogeneização em dois estágios - seja ela asséptica ou não - além de variações na temperatura de envase através de sistema de resfriamento acoplado à planta UHT. O controle é feito digitalmente, o que garante a alta precisão. A empresa explica que, acoplado a planta piloto UHT Alibra foi instalada uma câmara de fluxo laminar, que permite envase asséptico, possibilitando manutenção dos produtos em temperatura ambiente, reproduzindo condições comerciais de armazenamento. Dentre os principais benefícios oferecidos pela planta piloto está a possibilidade de realização de um número muito maior de testes em curto espaço de tempo, permitindo que diversas variações de um mesmo produto sejam avaliadas antes da realização de testes industriais

nos clientes, o que gera uma grande economia de tempo e de insumos para eles. Na planta UHT Alibra pode-se avaliar, em média, seis variações de processo e formulação em um mesmo dia. Os protótipos passam por esterilização e, portanto, o tempo que podem ser armazenados para uma avaliação futura aumenta consideravelmente. Desta forma, além de gerar uma base de dados importante em cada projeto, as amostras coletadas podem ser analisadas durante os estudos de *shelf life* pré-estabelecidos, possibilitando, assim, a realização de ajustes e correções de acordo com as mudanças que podem vir a ocorrer nos períodos de estudo em questão. Todo o desenvolvimento da planta UHT Alibra foi acompanhado pelos engenheiros de processo da empresa que, familiarizados com o desenvolvimento de equipamentos industriais, contribuíram de forma significativa para a construção de uma planta moderna e totalmente adequada às necessidades dos clientes. Segundo a Alibra, a empresa respeita as particularidades de cada planta industrial e se dedica a buscar soluções *tailor made* adequando seus produtos à realidade de seus clientes; suas soluções, compostas por proteínas lácteas, estabilizantes, espessantes, agentes de corpo e corantes, são desenvolvidas para cada aplicação e se adaptam às matérias-primas disponíveis no cliente, características desejáveis ao produto final e às condições de processo permitidas pela planta industrial de cada um deles. alibra.com.br



DUAS RODAS REFORÇA ESTRATÉGIA DE EXPANSÃO NO MERCADO INTERNACIONAL

Líder nacional na fabricação de aromas e ingredientes para a indústria de alimentos e bebidas, a multinacional brasileira Duas Rodas começou 2017 com movimentações estratégicas para consolidar o projeto de expansão no mercado internacional. A grande aposta são as linhas de extratos e desidratados de plantas e frutas do Brasil e de outros países da América Latina. Em alta nas tendências de consumo, estas linhas de produtos estão entre as especialidades da Duas Rodas, empresa que reúne a *expertise* de mais de nove décadas de atuação no mercado de alimentos e de bebidas no Brasil e no mundo. O amplo e diversificado portfólio de extratos e desidratados oferece soluções tecnológicas como antioxidantes

para alimentos a partir de extrato de açaí, vitamina C natural extraída da acerola e cafeína de guaraná. São dezenas de possibilidades que incluem, além de frutas e plantas brasileiras, outras opções em ascensão no mercado, como o maqui chileno e o camu camu peruano, por exemplo. Ao todo, os clientes contam com cerca de três mil itens no portfólio da Duas Rodas, entre aromas, extratos e desidratados, produtos para sorvetes, ingredientes para panificação e confeitaria, chocolates e condimentos e aditivos. Em reforço ao projeto estratégico de expansão, na primeira movimentação do ano, a Duas Rodas fechou nova parceria para atender o mercado dos Estados Unidos e do Canadá. Trata-se da CAIF (*Concentrated Active Ingredients and Flavors*), empresa com mais de seis anos de atuação no mercado norte-americano na distribuição de extratos e polpas de frutas desidratadas. Localizada em Arcadia,

Califórnia/EUA, a CAIF conta com profissionais com mais de 20 anos de experiência no ramo. Segundo a Duas Rodas, é com parcerias sólidas e um portfólio cada vez mais atraente, desenvolvido com a *expertise* de quem domina a tecnologia de extração desde a sua fundação, que a empresa pretende avançar de forma cada vez mais vigorosa no mercado externo. Atualmente, a empresa atende a cerca de 10 mil clientes em mais de 30 países de cinco continentes. A atualização é uma premissa básica para manter-se competitivo no mercado global. Para isso, a Duas Rodas conta com ampla infraestrutura de plantas-piloto e uma equipe com mais de 200 pesquisadores e especialistas em sabor, que atuam em sete centros de pesquisa e desenvolvimento e no Innovation Center, distribuídos pelas oito unidades do grupo no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia e México. De acordo com a Duas Rodas, além

de todo o portfólio que já oferece, a empresa está trabalhando em novas linhas de produtos que já são vendidos no mercado americano com ótima aceitação; entre os projetos em desenvolvimento, destaca-se o de extratos e desidratados de especialidades de diferentes países da América Latina. duasrodas.com

NATUREX INVESTE EM LABORATÓRIO DE APLICAÇÃO

A Naturex, líder mundial em ingredientes naturais de origem vegetal, com forte posicionamento na América Latina desde 2010, com escritórios no Brasil, Chile e México e com plantas no Brasil e Chile, anuncia a abertura do SPRINGlab Brasil, seu primeiro laboratório de aplicação na América Latina. O SPRINGlab é a sigla de *Sharing PProduct INGenuity Laboratory*. O laboratório, com sede na cidade de São Paulo, é parte de uma rede global de equipes locais que fornecem acesso a conhecimento técnico dentro de todo o extenso portfólio de ingredientes botânicos naturais e com compreensão das necessidades dos mercados brasileiro e latino-americanos. A rede SPRINGlab da Naturex consiste em nove laboratórios de aplicação localizados em todo o mundo. Em cada local, os laboratórios oferecem suporte aos clientes em seu processo de inovação, utilizando ingredientes naturais. Desde a geração de ideias até a formulação do produto e análise sensorial, o SPRINGlab fornece os conceitos para inovação. Além de traduzir ideias em protótipos concretos, a equipe atende os desafios técnicos que podem ocorrer ao alterar soluções sintéticas para

soluções naturais em termos de eficácia, economia de uso e estabilidade. A *expertise* do SPRINGlab permite oferecer soluções para problemas específicos de formulação e reformulação, incluindo o desenvolvimento de produtos naturais mais saudáveis; criação e desenvolvimento de conceitos, *mock-ups* e protótipos; desenvolvimento de aplicações baseadas na culinária, feitas com ingredientes botânicos naturais existentes para oferecer um visual único, sabor e textura atraentes; e assistência com testes de estabilidade de produtos acabados. O SPRINGlab oferece soluções para o mercado de Alimentos e Bebidas dirigidas às necessidades dos formuladores, para o desenvolvimento de produtos com clean label, com visual atrativo, sabor, vida útil, estabilidade e naturalidade em uma ampla escala de aplicações: confeitos e balas de goma, bebidas, produtos à base de carne, panificação e cereais, snacks e produtos lácteos. Segundo a Naturex, os maiores desafios para se desenvolver soluções naturais e abandonar os sintéticos estão relacionados à vida útil do produto: calor, luz e sensibilidade ao pH, e a equipe dedicada do SPRINGlab pode ajudar a encontrar uma solução natural que se

adapte cada tipo de fórmula, processo e mercado final. A Naturex também tem uma ampla faixa de ingredientes botânicos para os mercados nutracêuticos, que atendem as demandas dos clientes que querem levar uma vida mais natural e saudável. Sua equipe de especialistas é responsável pelo desenvolvimento de um amplo portfólio com diferentes plantas em todo o mundo, extraindo e isolando os compostos ativos e transformando-os em ingredientes seguros e eficazes que cumprem com os rígidos critérios de qualidade e transparência que estes mercados esperam.

A Naturex produz, fabrica e comercializa ingredientes naturais para a indústria de alimentos, saúde e cosméticos. A empresa apóia ativamente a mudança global para o natural, abordando diretamente as principais expectativas do consumidor através de duas plataformas: My Natural Food e My Natural Selfcare. O portfólio da Naturex inclui corantes, antioxidantes, frutas e vegetais naturais, insumos fitoterápicos e inúmeros outros ingredientes naturais à base de plantas, desenvolvidos para ajudar seus clientes na criação de produtos saudáveis, autênticos e eficazes. naturex.com



TIROLEZ ENTRA NO MERCADO DE QUEIJOS FUNCIONAIS

A Tirolez, uma das mais tradicionais marcas de laticínios do país, ingressa no mercado de queijos funcionais com o lançamento da linha Tirolez Nutri+. Todos os produtos trazem a adição de, no mínimo, um tipo de nutriente, entre eles: ômega 3, fibras, cálcio, vitaminas e probióticos, criando novas opções para os consumidores, de novos produtos e com novos benefícios. A linha é composta por quatro produtos de queijos: Cottage, Creme de Ricota Light, Minas Fresca e Requeijão light. São os mesmos queijos e com o mesmo sabor já conhecido da marca, porém, enriquecidos. Segundo a Tirolez, os queijos são alimentos naturalmente saudáveis, mas a empresa pensou em aumentar ainda mais suas propriedades, adicionando nutrientes impor-

tantes para pessoas como atletas, crianças, idosos e outros perfis que prezam pela saúde e o bem-estar, tornando os queijos não apenas deliciosos e nutritivos, mas também funcionais. A demanda dos consumidores por esse tipo de produto é crescente. De acordo com números da Euromonitor, somente no Brasil esse mercado movimentou cerca de 14,6 bilhões de dólares em vendas em 2014. Para a Tirolez, o lançamento da linha Tirolez Nutri+ é uma demonstração de que é uma empresa que investe em pesquisas constantes para renovar seu portfólio de produtos, antecipando-se sempre às tendências de mercado. A Tirolez também foi a primeira empresa brasileira de laticínios a lançar uma linha completa de queijos Zero Lactose, para pessoas que têm intolerância a



este nutriente. O queijo tipo Cottage Tirolez Nutri+ (220g), um dos mais consumidos por atletas e pessoas que precisam controlar o peso, é enriquecido com ômega 3, uma gordura boa que ajuda a controlar o colesterol, contribui para a saúde do coração, cérebro e visão e tem ação antioxidante e anti-inflamatória. O queijo tipo Cottage Tirolez Nutri+ combina com vegetais, pães e torradas. O Creme de Ricota Light Tirolez Nutri+ (150g) é uma opção prática e saborosa, que

pode fazer parte do hábito alimentar de todos. Além das proteínas e da baixa quantidade de gordura, foram adicionados nutrientes importantes para o equilíbrio do corpo: cálcio e vitaminas A e D. Pode ser utilizado no preparo de pratos quentes e frios ou sobre pães e torradas. O queijo Minas Frescal Tirolez Nutri+ (270g), agora incorporado à linha Tirolez Nutri+, tem a presença natural de proteínas de alta qualidade, vitaminas, minerais e adição de probióticos, microorganismos que contribuem com a saúde intestinal e a defesa do organismo. Além disso, é fonte de cálcio, fósforo, vitamina A e B₂, que contribuem com a saúde óssea e a formação de energia. É um queijo adequado para acompanhar sobremesas, em pratos quentes e frios ou receitas rápidas, como sanduíches, panquecas e tapiocas. O Requeijão Light Tirolez Nutri+ (200g) apresenta redução no teor de gordura, calorias e a adição de

fibras, que contribuem com a saúde do intestino, o controle da absorção de gorduras e açúcares e melhoram a absorção de outros nutrientes. Duas colheres do produto (50g) contêm 10% da quantidade de fibras que deve ser consumida em um dia. É um lançamento do Requeijão com Fibras que a empresa já disponibiliza. tirolez.com

KRAFT HEINZ INVESTE EM NOVA FÁBRICA NO BRASIL

A Kraft Heinz Brasil anunciou a construção de uma nova fábrica na cidade de Nerópolis, em Goiás. A nova unidade, que deve entrar em funcionamento em abril de 2018, é a primeira a ser inaugurada no mundo desde a fusão da Kraft com a Heinz. A capacidade de produção será de 15 mil toneladas de condimentos, entre ketchup, maionese e mostarda em diferentes embalagens, aumentando a

capacidade atual da empresa em 50%. O investimento inclui R\$ 380 milhões na nova planta e R\$ 100 milhões na expansão e modernização da atual fábrica da empresa. A nova fábrica será referência mundial em tecnologia de processos, com laboratórios de última geração, sistemas inteligentes de tratamento de água e resíduos sólidos, além de baixa emissão de poluentes. Será também 100% adaptável ao uso de energia renovável. A previsão é que as obras sejam iniciadas ainda no primeiro semestre deste ano. Segundo a Kraft Heinz, a empresa reafirma seus planos de longo prazo no Brasil e o compromisso de oferecer os melhores produtos aos seus clientes e consumidores; essa fábrica será um modelo a ser seguido pelas outras unidades da Kraft Heinz no mundo, em todos os quesitos. A Kraft Heinz Company é a quinta maior empresa de alimentos e bebidas do mundo. Detentora de um portfólio de marcas

icônicas, os produtos da Kraft Heinz são líderes de vendas em 50 países e podem ser encontrados em mais de 200 países ao redor do mundo. Além de ketchup, mostarda e maionese, os principais produtos da empresa são molhos e nutrição infantil.

heinzbrasil.com.br

KERRY ADQUIRE FÁBRICA DE COMPOSTOS LÁCTEOS

A Kerry, empresa irlandesa de soluções Taste & Nutrition, anunciou a conclusão do processo de aquisição da BEN Alimentos, antiga fábrica da Nestlé, situada em Rialma, interior de Goiás. A Kerry faz um grande investimento que expandirá, inicialmente, 40% sua capacidade de produção de compostos lácteos. Localizada em uma região de alta relevância agroindustrial, o novo polo logístico permitirá que a Kerry atenda uma

região do país com alto potencial de novos negócios para a empresa. Com a tecnologia de *spray drying*, a unidade de Rialma complementarará a produção da unidade de Três Corações para ampliar e fortalecer a liderança da Kerry em compostos lácteos no Brasil, atendendo as indústrias que fazem uso dessa tecnologia.

Prestes a completar 20 anos no Brasil, a Kerry expande sua operação, integrando sua sexta unidade fabril no país. Segundo a Kerry, a aquisição da BEN Alimentos e a expansão do parque industrial demonstram não só a importância do mercado brasileiro para a Kerry, como também a confiança no potencial de crescimento do país, mesmo no atual cenário econômico e político. Ainda segundo a empresa, a ampliação da capacidade fabril da Kerry no Brasil permitirá entregar a seus clientes soluções Taste & Nutrition ainda mais inovadoras e aos seus consumidores

o prazer de descobrir novos sabores e consumir produtos com valor nutricional agregado. A Kerry é uma empresa de Taste & Nutrition para as indústrias globais de alimentos, bebidas e farmacêuticas, que agrega valor sustentável aos clientes e fornece soluções para satisfazer uma necessidade fundamental: comer, comer bem e ser saudável. O foco da empresa em Taste & Nutrition combina a experiência de aroma e textura multissensorial com profundo conhecimento de pessoas, estágio de vida e necessidades nutricionais diárias. A Kerry agrega valor a seus clientes, trazendo a eles maiores possibilidades de produzir alimentos e bebidas que as pessoas gostam e se sentem melhor ao consumir. De origem irlandesa, a Kerry cresceu significativamente, alcançando um volume de vendas anual acima de € 6 bilhões em 2016. Atualmente, emprega 23 mil colaboradores em todo o

mundo, sendo que na América Latina são mais de dois mil colaboradores, localizados em 11 fábricas, três Centros Regionais de Desenvolvimento e Aplicação e diversos escritórios comerciais. kerrygroup.com

NOVOZYMES

APRESENTA ENZIMA PARA A PRODUÇÃO DE DOCE DE LEITE COM MENOR ARENOSIDADE

Com uma ampla gama de matérias-primas voltadas à indústria alimentícia, a Novozymes criou uma nova enzima, a Saphera®, voltada para a produção de doce de leite com menor arenosidade. A arenosidade é uma das vilãs na produção tradicional do doce de leite, pois por ser um produto concentrado, feito a partir da mistura de açúcar e leite, ao ser armazenado em temperatura ambiente, ocorre a cristalização da lactose, tornando o produto visualmente pouco atrativo. Ao utilizar a Saphera® durante o pré-tratamento do leite, ela converte a lactose nos monossacarídeos glicose e galactose, que são mais solúveis, chegando a 50% e 43% de solubilidade a 25°C, sendo que a lactose apenas chega a 18%. Com o aumento da solubilidade, é eliminada a sensação da arenosidade na boca, além de melhorar, de

forma geral, a aparência do produto, promovendo maior aceitação pelo consumidor. Outro benefício da nova enzima é que contribui para aumentar o tempo de vida do produto na prateleira, devido à eliminação de cristalização, além de gerar menor necessidade de adição de ingredientes adoçantes para obter o mesmo sabor, já que a glicose e a galactose são naturalmente mais doces quando comparadas à lactose, o que resulta num produto final mais doce, sabroso e agradável ao paladar.

A Novozymes é uma multinacional dinamarquesa de referência na produção de enzimas e microrganismos para indústrias de diversos setores, focada na área de biologia e sustentabilidade, primando pela manutenção do meio ambiente por meio da integração de práticas sustentáveis. No Brasil, a empresa tem sedes industriais em Araucária e Quatro Barras (Paraná) e escritórios em São Paulo e Brasília. A empresa ainda mantém um canal informativo direto, o Bioblog, que oferece conteúdos sobre o uso de enzimas nas indústrias, Biologia, sustentabilidade e meio ambiente (www.bioblog.com.br). A empresa também está entre as 100 empresas mais inovadoras no mundo no *ranking* da Forbes. novozymes.com/pt



DUPONT NUTRITION & HEALTH LANÇA A PROTEÍNA ISOLADA DE SOJA SUPRO® XT 55

A nova proteína isolada de soja SUPRO® XT55 foi especialmente desenvolvida para melhorar a rentabilidade de bebidas prontas com alto teor de proteínas, ajudando os fabricantes de bebidas a administrar, de modo mais eficaz, os custos relacionados às proteínas. Segundo a empresa, em bebidas, a mistura de proteínas do leite e de soja tornou-se uma estratégia de formulação para controlar os custos, produzindo melhores perfis de sabor; no entanto, ao trabalhar com determinadas fórmulas de bebidas prontas para beber, as tecnologias tradicionais de proteínas de soja, promoveriam uma elevada viscosidade ou apresentariam uma menor estabilidade ao longo do tempo, limitando a quantidade de proteína de leite que poderia ser substituída,

e a nova SUPRO® XT55 supera essas barreiras. Com SUPRO® XT55, agora é possível substituir até 50% da proteína do leite em formulações para bebidas, sem comprometer o desempenho sensorial e a nutrição proteica. Proporciona o perfeito equilíbrio entre viscosidade e estabilidade das proteínas com economia de custos e um excepcional desempenho de sabor. Como todas as proteínas SUPRO® da DuPont™, SUPRO® XT 55 é uma fonte sustentável de proteína vegetal de alta qualidade, com todos os benefícios nutricionais da proteína de soja. O desejo do consumidor por uma nutrição prática e conveniente *on-the-go* e com elevado teor de proteínas está impulsionando o forte crescimento do setor



de bebidas proteicas prontas para beber em diversas categorias. De acordo com o Euromonitor, o volume de vendas globais de bebidas nutricionais esportivas prontas para beber deve superar US \$ 1,2 bilhão, ou aumentar 11% em 2017, impulsionado por consumidores tradicionais e ativos. Da mesma forma,

a substituição de refeições e bebidas nutricionais completas deve crescer 5% e 8%, respectivamente. Enquanto muitos fabricantes de bebidas proteicas estão experimentando um forte crescimento no faturamento, o aumento nos preços das proteínas do leite pode ameaçar seus resultados. De acordo com a Blimling & Associates, os preços das proteínas do leite estão aumentando

desde o segundo semestre de 2016 e há uma previsão de que continuem a aumentar durante 2017-2018.

Durante anos, os fabricantes de bebidas confiaram na DuPont para gerar economias de custos significativas para as suas marcas. Segundo a DuPont Nutrition & Health, SUPRO® XT 55 supera as limitações funcionais das tecnologias anteriores de proteína de soja, oferecendo uma maior estabilidade das proteínas e menor viscosidade. Com um índice de Aminoácido Corrigido pela Digestibilidade Proteica, parâmetro reconhecido para avaliar a qualidade das proteínas, termo em inglês *Protein Digestibility-Corrected Amino Acid Score* (PDCAAS) de 1,0, SUPRO® XT 55 equivale, em termos de qualidade, à proteína do leite. Portanto, ao substituir a proteína do leite, não haverá impacto sobre a qualidade das proteínas na fórmula pronta. Como outras proteínas da linha SUPRO®, SUPRO® XT 55 tem o respaldo de anos de pesquisa clínica, demonstrando seu valor para a saúde cardiovascular, o crescimento e a manutenção muscular, o controle de peso e o crescimento e desenvolvimento saudáveis.

A DuPont Nutrition & Health combina um profundo conhecimento

em alimentos e nutrição com investimento em pesquisa e ciência com o objetivo de entregar um valor inigualável às indústrias de alimentos, bebidas e suplementos alimentares. Desenvolve soluções inovadoras, baseadas no profundo conhecimento dos consumidores e em um amplo portfólio de produtos para ajudar seus clientes a transformar os desafios em oportunidades de negócios. food.dupont.com

PURATOS PRODUTOS MAIS SAUDÁVEIS

O Grupo Puratos comemora seus esforços em benefício do consumidor,

reduzindo, em 2016, respeitáveis volumes de sal, de açúcar e de gorduras, e aumentando o volume de frutas e fibras na elaboração dos produtos destinados à panificação, confeitaria e chocolate. Os números globais do Grupo Puratos revelam que foram 650 toneladas a menos de sal em 2016. Ou seja, sobre os volumes reduzidos em 2015, conseguiu reduzir mais 43%. Em gorduras, foram 3.800 toneladas a menos, reduzindo novos 38% em relação a 2015. A produção mundial da Puratos, por outro lado, acrescentou 28.000 toneladas de grãos e sementes em seus produtos e 11.000 toneladas de frutas nas misturas e/ou recheios que abastecem o mercado global.



Amidos Modificados

Linha completa de Amidos

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

Amidos Modificados Alimentícios

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

Horizonte

AMIDOS

www.amidos.ind.br

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

Quem conhece a fórmula controla o resultado!

O Taste Tomorrow, pesquisa global realizada entre consumidores finais pelo Grupo Puratos, constatou que a nutrição influencia no momento da escolha de um alimento e que no Brasil essa escolha baseada em “fatores nutritivos” cresce a cada dia. Para disseminar as tendências da nutrição no desenvolvimento de novos produtos e na atualização do seu portfólio, o Grupo Puratos instituiu os “embaixadores de nutrição” em várias de suas unidades industriais. Segundo a Puratos, os consumidores estão mais exigentes e a informação bem acessível chega com muita velocidade e, para suprir essa demanda, a empresa disponibiliza para o mercado produtos mais balanceados do ponto de vista nutricional, mas sem perder o sa-



bor. Um dos objetivos do Grupo Puratos é manter seu foco em nutrição, por isso, globalmente, patrocina pesquisas em universidades, como a UCL - *Universetê Cathalique de Louvais* e a *Mastricht University*, e é membro do *Healthgrain Forum*, associação formada por institutos de pesquisa e indústrias que promovem pesquisas em cereais com foco em tecnologia e nutrição. O pilar principal do Grupo Puratos é o desenvolvimento de tecnologias que tragam a melhoria contínua dos produtos de panificação, confeitaria e chocolate que fabrica. Assim, a meta para 2017 é superar os volumes de 2016 em relação à diminuição de sal e gorduras e elevar, o quanto possível, a adição de sementes e grãos benéficos à saúde. puratos.com.br

CONCEPTA INGREDIENTS LANÇA MANTEIGA E LINHA DE ÓLEOS ORGÂNICOS

A Concepta Ingredients, unidade de negócio do Grupo Sabará especializada em soluções naturais e tecnológicas para as indústrias de alimentos e bebidas, anunciou sua entrada no mercado de *food service*, com o lançamento de uma linha 100% orgânica de manteigas e óleos vegetais sustentáveis e saudáveis. A nova linha é composta por itens diferenciados, todos sem aditivos químicos e com certificação orgânica. Os produtos são indicados para uso culinário, como assados, frituras por imersão, temperos e para a finalização de pratos. Um bom exemplo é a manteiga de cupuaçu, ingrediente de sabor marcante. Segundo a Concepta Ingredients, a empresa sempre atuou com foco no setor B2B, porém observou uma tendência do mercado

por ingredientes mais saudáveis e funcionais, e a sua *expertise* de mais de 20 anos atuando com produtos naturais e rastreáveis, levou a empresa a lançar uma linha 100% orgânica, além de saborosa, saudável e sustentável. Ainda segundo a empresa, embora marque a entrada da Concepta Ingredients em um novo mercado, o lançamento mantém o compromisso com a sustentabilidade, presente em todas as unidades de negócio do Grupo Sabará.

A Concepta Ingredients é uma unidade de negócios pertencente ao Grupo Sabará, especializada no desenvolvimento de soluções naturais e tecnológicas, com foco nas indústrias de alimentos, bebidas, nutrição animal e farmacêutica veterinária. Desde maio de 2017, oferece ao mercado de *food service* uma linha 100% orgânica de manteigas e óleos vegetais sustentáveis. conceptaingredients.com

COAMO RECEBE CERTIFICAÇÃO FSSC 22000

Com a crescente demanda mundial pelo controle da segurança alimentar e uma vida mais saudável, a população tem buscado, cada vez mais, a garantia

e a confiança nos produtos a serem consumidos. Com esta visão, a Coamo iniciou em 2014, a implantação do sistema para certificação da norma FSSC 22000 (Food Safety System Certification) nas suas indústrias de refino, hidrogenação, interesterificação de óleos e indústria de margarinas no parque industrial da cooperativa em Campo Mourão, Centro-Oeste do Paraná. A FSSC 22000 é uma norma internacional que trata dos requisitos de segurança de alimentos, que surgiu como uma evolução da ISO 22000, representando uma abordagem abrangente para a gestão de riscos voltada à segurança dos alimentos em toda a cadeia de fornecimento. Dessa forma, a Coamo foi certificada por uma empresa com reconhecimento internacional, a DNVGL Det Norske Veritas (Noruega) e Germanischer Lloyd (Alemanha). Segundo a Coamo, para esse

processo de certificação, a cooperativa realizou uma série de ações; investiu na capacitação dos colaboradores e áreas de apoio para aperfeiçoar um trabalho que a Coamo já vinha realizando, porém se adequando a critérios internacionais de segurança alimentar. Ainda de acordo com a empresa, foram reavaliados os padrões de controle de riscos à segurança de alimentos em toda a cadeia de fornecimento, criação de sistema de homologação e avaliação de fornecedores, implementação do food defense e controle de alergênicos, estudo estatístico para validação das medidas de controle, bem como a revisão geral de todo o sistema de Gestão da Qualidade, para que houvesse uma evolução em todo o trabalho. A Coamo salienta que a preocupação da empresa é evoluir anualmente em processos de segurança alimentar. coamo.com.br



PIF PAF ALIMENTOS POTENCIALIZA EXPORTAÇÕES

Uma das metas da Pif Paf Alimentos para este ano é dobrar a participação das exportações no faturamento. Para isso, a empresa tem investido nas suas fábricas, com o aprimoramento e adequação das linhas de produção, e estreitado o relacionamento com os mercados onde já atua. De acordo com a empresa, a estratégia já tem bons resultados: de janeiro a maio, a Pif Paf ampliou o volume exportado em 42%, em comparação com o mesmo período do ano anterior. Somente no mês de maio passado, a alta chegou a 80%, em relação a maio de 2016, com destaque para os variados tipos de cortes de frango. Atualmente, a empresa está presente em mais de 15 países, como Japão, Hong Kong, Cingapura, Rússia, Angola, Cuba, Vietnã, entre outros. Por enquanto, a busca é por aumentar os embarques

para essas localidades, mas novas portas podem se abrir até o final de 2017. Além disso, o frigorífico de Palmeiras de Goiás acaba de obter uma importante conquista: após auditoria do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), a unidade foi considerada apta a exportar produtos para a Europa. O processo de avaliação aconteceu entre os dias 8 e 10 de maio. O resultado é mais uma oportunidade para a Pif Paf trabalhar novos mercados consumidores. Com sede corporativa em Belo Horizonte, MG, a empresa possui 10 unidades industriais e sete unidades produtivas, gerando mais 20 mil toneladas de produtos acabados por mês, entre cortes e industrializados de aves e suínos, massas e vegetais. Ao todo, a empresa promove o abate de 74 milhões de aves e 554 mil de suínos por ano. Seu *mix* contempla mais de 300 itens, entre eles elaborados de carnes, pizzas, lasanhas, pães de

queijo, pescados, vegetais, embutidos e salgadinhos. A Pif Paf Alimentos é certificada pela ISO 9001:2008, possui Sistema de Gestão da Qualidade, além de ser certificada pela Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APCC), garantindo o desenvolvimento de estratégias e melhorias contínuas da qualidade dos produtos.

pifpaf.com.br

ITAL LANÇA ESTUDO SOBRE TENDÊNCIAS DO SETOR LATICÍNIOS

O Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL), da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, lança o estudo “Brasil Dairy Trends 2020”, com informações sobre produtos lácteos com probióticos, prebióticos e fibras; de baixo teor de gordura, sódio e açúcar; baixo teor de lactose; alto

teor de proteína e cálcio; e peptídeos biativos. O objetivo do ITAL é disseminar informações estratégicas, de forma pública e gratuita, gerando benefícios a milhares de empresas, auxiliando no processo de inovação; e fornecer para a sociedade brasileira produtos alimentícios de qualidade, agregando valores que permitam ao consumidor criar uma relação estreita de identidade e confiança no setor. Também consta no documento um levantamento histórico da produção de lácteos no Brasil e o desenvolvimento de embalagens diferenciadas. O princípio que norteou a organização das tendências e das plataformas de inovação foi a identificação das macro-tendências observadas nas avaliações dos setores técnico e mercadológico da área de laticínios no Brasil e no mundo. O Brasil Dairy Trends 2020 faz parte da série Brasil Trends 2020, com estudos já publicados com os temas: embalagem, ingredientes,

panificação e confeitaria, e bebidas não alcoólicas. Segundo o ITAL, esse trabalho, que é resultado do monitoramento das tendências e inovações no setor de alimentos, bebidas e embalagem, é uma oportunidade para conhecimento e geração de negócios. O estudo está disponível no site do ITAL. ital.sp.gov.br

TETRA PAK INAUGURA NO BRASIL CENTRO DE INOVAÇÃO AO CLIENTE

A Tetra Pak, ao completar 60 anos de atuação no Brasil, inaugura seu primeiro Centro de Inovação ao Cliente (CIC) no país, que atenderá toda a América Latina. Com investimento de 10 milhões de euros, cerca 40 milhões de reais, o espaço oferece uma jornada completa de cocriação e suporte à indústria de alimentos e bebidas para o desenvolvimento de novos produtos, desde a concepção

até a realização de ideias, com olhar nas demandas atuais e futuras do consumidor. O Brasil é o quarto país a receber a instalação do CIC na estrutura global da Tetra Pak. Os primeiros lançamentos ocorreram nos Estados Unidos, Emirados Árabes e Singapura e a expectativa é contar com nove destes centros ao redor do mundo até 2019. De acordo com a Tetra Pak Brasil, a operação local é a segunda maior do mundo com a venda anual de mais de 11 bilhões de embalagens. A instalação do CIC se deve à relevância global do mercado brasileiro e às oportunidades que a empresa vislumbra no segmento de alimentos e bebidas. Ainda segundo a Tetra Pak, o Centro concretiza a visão da empresa de oferecer uma experiência única ao cliente que busca melhorar a qualidade de seu processo de inovação e se antecipar às necessidades do mercado. Além de imergir no portfólio de produtos

e serviços da Tetra Pak e conhecer *cases* de todo o mundo, os clientes poderão criar seus próprios conceitos. Assim, o espaço pode ser considerado uma “incubadora de ideias”, baseada em cocriação. Além de aprimorar características de produtos tradicionais, a colaboração possibilitará identificar oportunidades para a introdução de novas categorias no mercado. O CIC fica localizado na cidade de Monte Mor, SP, cidade com a maior fábrica da Tetra Pak no Brasil. Composto por três áreas - sala de produtos, sala de ideias e planta piloto - conta, ainda, com um centro de treinamento técnico, que auxilia os clientes a aproveitarem melhor seus recursos. tetrapak.com/br

SELMI

LANÇA NOVAS EMBALAGENS DE MACARRÃO COM OVOS COM OVOS

A Selmi, uma das maiores indústrias de alimentos do país, lança novas embalagens de macarrão com ovos Renata, que possui uma linha moderna e atraente. O novo conceito apresenta características exclusivas. A criação das novas embalagens foi baseada nos resultados de uma pesquisa realizada recentemente, que analisou o conhecimento e a dinâmica do mercado por meio das perspectivas dos consumidores, entendendo os hábitos de consumo e compra de massas secas. A pesquisa avaliou a imagem da marca Renata aos olhos desses consumidores e, dentre os achados do estudo, os entrevistados apontaram possíveis oportunidades de mudança nas embalagens. Pensando em atender a essa demanda, a Selmi decidiu trazer embalagens mais atraentes e modernas, que apresenta amplo visor para destacar o alimento, além de ilustrações que facilitarão ainda mais a escolha do tipo de massa. O design e o novo logo ampliado de Renata deixaram a embalagem com mais visibilidade na gôndola. A ilustração de ovos aparece com mais destaque, chamando a atenção, assim como os visor frontal e lateral maiores. Além disso, o lançamento conta com tipografia moderna e, para instigar o desejo do consumidor, ilustração do garfo com o macarrão. As novas embalagens de macarrão com ovos Renata também trazem um breve resumo da história da Selmi, enfatizando a tradição, tecnologia e qualidade dos produtos, além de sugestões de consumo de outros itens que vem destacado no verso do pacote. selmi.com.br



NETZSCH SERVICE MOAGEM. UM CASO DE AMOR ENTRE O CUSTO E O BENEFÍCIO.

Confie os equipamentos de moagem e dispersão da sua empresa à única assistência técnica do mercado que tem o profissionalismo e a qualidade da **NETZSCH**: a marca global que o mundo conhece, agora com o serviço perfeito para garantir a produtividade do seu negócio.

- . MANUTENÇÃO PREVENTIVA
- . REFORMA E ATUALIZAÇÕES
- . VENDA DE PEÇAS E ESFERAS ORIGINAIS
- . TREINAMENTO E CONSULTORIA

(47) 3387-7000
www.netzsch.com
nem_service@netzsch.com

NETZSCH

FORNO DE MINAS EXPANDE LINHA DE PRATOS PRONTOS

Caminhando junto ao crescente mercado de congelados e pratos prontos que, de acordo com dados da consultoria Euromonitor, aumentará suas vendas em 85,4% entre 2013 e 2019, a Forno de Minas expande a linha de produtos com a Lasanha Congelada à Bolonhesa. A novidade, que atende o varejo e o *food service* de todo o país, é comercializada em embalagem de 600g. Além da lasanha, a empresa conta também com a linha de massas frescas Mama D'Alva, nos sabores Ravioli Quatro Queijos e Nozes; Cappelletti Carne com Ervas de Provence; Sorrentino Mussarela de Búfala, Tomate Seco e Manjeriço; Sorrentino Ricota Fresca, Parmesão e Castanha. A Forno de Minas Alimentos, tradicional



indústria de alimentos congelados e líder de mercado na comercialização de pães de queijo no Brasil, nasceu do sucesso da receita caseira de pão de queijo da Dona Dalva. Com sede em Contagem, região metropolitana de Belo Horizonte, foi fundada em 1990, pela própria Dona Dalva, que divide a gestão com os filhos Héliida e Helder e o sócio Vicente Camiloti. É nacionalmente reconhecida pela qualidade, praticidade e tradição de seus mais de 30 produtos, principalmente o pão de queijo, que tem se internacionalizado e conquistado vários países. Oferece soluções para todas as ocasiões de consumo, no varejo e no *food service*, buscando estar no dia-a-dia das pessoas, com praticidade e inovação, além do sabor e qualidade dos alimentos feitos em casa. A Forno de Minas também tem uma Indústria de Laticínios própria, que produz o queijo e outros produtos para a fábrica. Com aproximadamente 1000 colaboradores, oito filiais no Brasil e uma subsidiária nos Estados Unidos, exporta pães de queijo para os Estados Unidos, Canadá, Portugal, Inglaterra, Chile, Peru, Uruguai, Emirados Árabes, Japão e Panamá.

fornodeminas.com.br



FONTERRA FECHA PARCERIA COM UNIVERSIDADE PARA DESENVOLVER O MERCADO DE LÁCTEOS NO BRASIL

A Fonterra Brasil, filial da maior exportadora de lácteos do mundo, acaba de fechar uma parceria com o Inovaleite, Instituto de Pesquisa da Universidade Federal de Viçosa (UFV), que atua na produção e divulgação de conhecimento científico na área de leite e derivados. Visando contribuir ainda mais com a evolução da ciência e da tecnologia dos lácteos no Brasil, as duas organizações se uniram para a realização de pesquisas voltadas ao desenvolvimento do setor. Essa não é a primeira vez que a empresa realiza parcerias com instituições de pesquisa do mercado de lácteos. Atualmente, a Fonterra já trabalha com o Instituto de Tecnologia de Alimentos (ITAL), de Campinas, e com o Instituto de Laticínios Cândido Tostes (ILCT), nos quais realiza, periodicamente, palestras e treinamentos para profissionais do setor. Com o Inovaleite, o objetivo não é diferente. Segundo a Fonterra, a empresa percebeu que um dos grandes desafios da indústria láctea é ganhar eficiência e melhorar a qualidade de seus produtos de forma significativa, sem aumentar seus custos. Por isso mesmo, sua pesquisa junto com o Inovaleite visa verificar como a empresa pode adaptar o uso dos ingredientes produzidos na Nova Zelândia para a melhoria de processo e a inovação de produtos lácteos no mercado brasileiro. Para o Inovaleite, a parceria poderá contribuir muito para a inovação no mercado de lácteos. Para que todo esse conhecimento possa ser compartilhado, os resultados das pesquisas serão divulgados na forma de artigos técnico-científicos em revistas de divulgação nacional, assim como em eventos técnicos, comerciais e institucionais promovidos pelo setor. A marca, que tem ganhado cada dia mais força no

mercado brasileiro como fornecedora de ingredientes lácteos, tem se dedicado a compartilhar sua experiência com profissionais e pesquisadores do setor. Segunda a Fonterra, além de fornecer as melhores soluções para a indústria de laticínios e queijos, a empresa está sempre trabalhando em prol do compartilhamento do seu *know how* com instituições como o Inovaleite, o ITAL e o ILCT. A Fonterra é a maior exportadora de lácteos do mundo. Fundada em 1880, na Nova Zelândia, país reconhecido internacionalmente pela qualidade do leite que produz, a empresa é fruto do cooperativismo agrícola de mais de 10.500 famílias. Há 20 anos no Brasil, demonstra conhecimento sobre o mercado interno, sendo capaz de atender empresas de pequeno e médio porte dos mais variados segmentos da indústria de alimentos e bebidas. Posiciona-se como uma verdadeira parceria, trazendo o que há de melhor no setor para o mercado brasileiro. Com origem em pequenas fazendas, a empresa reconhece a importância do individual em prol do coletivo, atuando como aliada de seus clientes na busca por produtos de melhor qualidade, desempenho, segurança, eficiência nutricional e econômica a fim de levar os melhores

lácteos à mesa do consumidor. Ofertando produtos de qualidade comprovadamente superior, a companhia alia a tradicional pastagem do gado às modernas tecnologias, posicionando-se como a fonte mais confiável em lácteos do mundo. fonterra.com

MARILAN COMEMORA 60 ANOS INOVANDO SEM PERDER A TRADIÇÃO

A Marilan celebra 60 anos de história, consolidando-se como a segunda maior fabricante de biscoitos do país. Com tradição e modernidade caminhando juntas, a empresa construiu um amplo portfólio de produtos que, hoje, chega a mais de 100 itens entre biscoitos salgados, doces, integrais, cookies, rosquinhas, recheados, wafers, snacks e torradas. Em seu

portfólio, produtos para todos os gostos e momentos do dia. Desde os tradicionais biscoitos Maizena e Cream Cracker, até a nova linha de cookies com gotas de chocolate, o exclusivo biscoito Teens, um snack para qualquer hora do dia, e a linha Pit Stop, com sabores diferenciados como pão na chapa, integral grãos ancestrais com quinoa, chia e linhaça, além da exclusiva versão recheada doce no sabor chocolate. As inovações no portfólio são constantes para atender às novas demandas do mercado. Em 2016, a Marilan lançou a marca LEV, uma linha de produtos saudáveis, com cereais integrais, com diferenciais nutricionais e embalagens práticas para o consumo no dia a dia. Os biscoitos ainda podem ser a base de receitas, como a Lasanha de Cracker, o Milkshake de Teens, tortas, pavês



e canapés. A empresa, que nasceu em um modesto prédio localizado em Marília, SP, em 1957, expandiu e conquistou o gosto dos consumidores, tanto no Brasil como no exterior, em mais de 50 países. Hoje, a empresa conta com um parque fabril com 53 mil metros quadrados, ocupados por linhas modernas e automatizadas para a fabricação de cerca de 1 milhão e 200 mil pacotes, o que corresponde a 80 milhões de unidades de biscoitos por dia. A fábrica tem capacidade para produzir cerca de 220 mil toneladas de biscoitos por ano. marilan.com

VOGLER ANUNCIA DISTRIBUIÇÃO DO ERITRITOL ERYLITE



Com a preocupação em oferecer substitutos naturais ao açúcar, a Vogler oferece mais uma opção além do Stevia. Em parceria com a Jungbunzlauer, a Vogler iniciou a distribuição do Erylite Eritritol, um edulcorante natural, além de agente de peso, com excelente perfil e mascarador de sabor metálico; com a vantagem de utilizar blendado com outros edulcorantes através da linha INNODOLCE da Vogler. vogler.com.br



AJINOMOTO DO BRASIL ANUNCIA O LANÇAMENTO DO CALDO SAZÓN® CAMARÃO

A Ajinomoto do Brasil traz uma novidade para os consumidores brasileiros: caldo Sazón® Camarão passa a ser mais uma opção entre as versões da marca no mercado de caldos em pó. O novo caldo Sazón® Camarão possui os mesmos benefícios

exclusivos das demais versões. Além de ser 0% gordura, por ser em pó, não precisa ser dissolvido antes do preparo e pode ser utilizado em diversas receitas, como risotos, ensopados, moquecas, preparações com peixe em geral, além de poder ser utilizado para dar sabor em preparações secas, como farofas. Além do sabor camarão, o caldo Sazón® também está disponível nas versões galinha, carne, bacon defumado, costela, legumes e picanha na brasa. O caldo Sazón® é um caldo em pó. Oferece o mesmo sabor delicioso dos caldos em cubo, só que de forma muito mais prática. Pode ser utilizado em todas as preparações, com o diferencial de não precisar ser dissolvido ou ralado previamente e a vantagem de não deixar pedacinhos não dissolvidos em suas receitas. O produto está disponível em sete sabores em práticos sachês fáceis de usar (um sachê equivale a um cubo). Presente no Brasil desde 1956, a Ajinomoto do Brasil se empenha em oferecer produtos de qualidade tanto para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Atualmente, a unidade brasileira é a terceira mais importante do Grupo Ajinomoto fora do Japão, atrás apenas da Tailândia e



dos Estados Unidos. A linha de produtos da empresa voltada ao consumidor é composta pelo tempero umami AJINO-MOTO®, AJI-SAL®, Tempero SAZÓN®, Caldo SAZÓN®, RECEITA DE CASA™, HONDASHI® e SABOR A MI®, além das sopas individuais VONO®, da sopa cooking VONO® Turma da Mônica e da linha de sopas cremosas e claras VONO® Chef. Também se destacam os refrescos em pó MID® e FIT™ Zero Açúcar, além dos produtos da marca Satis!®, que incluem molho shoyu, a linha Pratos Incríveis em 1 minuto e os temperos para frango à milanesa e almôndegas. No Brasil, a Ajinomoto também atua no segmento de food service. Com quatro unidades fabris, localizadas no Estado de São Paulo, nas cidades de Limeira, Laranjal Paulista, Valparaíso e Pederneiras, e sede administrativa na capital, atende tanto ao mercado interno como o externo. A Ajinomoto, multinacional japonesa com sede em Tóquio, é a maior produtora de aminoácidos do mundo. O Grupo Ajinomoto obteve um faturamento global de US\$ 9,2 bilhões e nacional de R\$ 2,3 bilhões no ano fiscal de 2016. Atualmente, opera em 22 países, possui 118 fábricas e cerca de 33 mil funcionários em todo o mundo. ajinomoto.com.br

DO BEM™ INAUGURA NOVA CATEGORIA DE BEBIDAS NO BRASIL



A do bem™ inova mais uma vez e lança a linha do bem™ todo dia, que inaugura uma nova categoria de sucos no país, com bebidas mais leves e livres de adição de açúcar e conservantes. Assim como as outras bebidas da do bem™, a linha todo dia conta com tecnologia de envase a vácuo, que preserva os nutrientes naturais das frutas. Além disso, como são adoçados naturalmente com suco

de maçã, são opções menos calóricas e mais saudáveis. As novas bebidas são mais uma opção dentro do portfólio da marca, que conta com bebidas integrais, sucos mistos com frutas e vegetais, água de coco e chás. Em seis sabores: caju, goiaba, pêssego, manga, laranja e uva, todos disponíveis em embalagens Tetra Pak de 1 litro, 330ml, 200 ml, os sucos do bem™ todo dia chegam aos pontos de venda este mês em todo o país. dobem.com

HERSHEY COMPROMISSO COM ESCOLHAS MAIS SAUDÁVEIS



A Hershey anunciou novas medidas que aumentarão a visibilidade de informações nutricionais em suas embalagens, além de ajustes nos tamanhos de porções de seus produtos. As mudanças baseiam-se no compromisso contínuo da empresa em promover melhores escolhas para seus consumidores e mais transparência na venda de seus produtos. Até 2022, a Hershey pretende ter no mundo todo, 50% de seu portfólio de impulso e de porções individuais com no máximo 200 calorias. Além disso, até a data estipulada, 100% desses produtos terá uma adaptação nos rótulos frontais, com inclusão de informações calóricas de fácil leitura. A Hershey é a primeira empresa do segmento de confeitos e *snacks* a fazer esse compromisso para toda a sua gama de produtos. No Brasil, 85% do portfólio local já é produzido em porções de até 200 calorias e 75% dos produtos conta com a informação de teor calórico no painel frontal das embalagens. A Hershey espera que o compromisso seja alcançado por meio de uma combinação de reformulação, novos produtos inovadores e ajuste no tamanho de algumas opções no portfólio. A empresa continuará a oferecer o mesmo sabor e qualidade pelos quais seus produtos são

reconhecidos desde sua fundação em 1894, nos Estados Unidos.

A Hershey Company é o maior produtor de chocolate na América do Norte e líder global em chocolate, balas e confeitos. Com sede na cidade de Hershey, nos Estados Unidos, a Hershey Company possui operações em todo o mundo. Com faturamento de mais de US\$ 7,1 bilhões, a Hershey possui mais de 80 marcas de chocolate, balas e confeitos. No Brasil, a empresa iniciou sua operação em 1998, com a importação de produtos como Reese's, Almond Joy, Kisses e Barras. Em 2001, adquiriu a fábrica da Visconti no Brasil e marcas como Io-iô Crem e Granulados Visconti e, no ano seguinte, iniciou a produção local, adaptando suas formulações e embalagens ao gosto do consumidor brasileiro. hersheys.com.br

SORVETES JUNDIÁ LANÇA NOVO SITE!



A Jundiá acaba de lançar seu novo site, que está ainda mais moderno, colorido e alegre, seguindo o lema da marca que é: “praticar alegria faz bem”. O lançamento faz parte das estratégias e comemorações pelos 40 anos de sucesso e crescimento da Sorvetes Jundiá, completados em março deste ano. O novo website da marca mostra todos os produtos de forma simples e prática para quem está acessando, seja consumidor final ou lojista. Além de apresentar a história da Jundiá e uma linha do tempo com todos os marcos de sua trajetória. No site também é possível ter um canal direto com a empresa, encontrar o SAC, se cadastrar para possíveis vagas de emprego e até acessar as mídias sociais da Sorvetes Jundiá. jundia.com.br