



+ Leite

QUEIJO FRESCO

Sabores, textura
e saudabilidade

Especial Soro do Leite

Lucratividade para os laticínios

Entrevista

Paulo do Carmo Martins,
Embrapa Gado de Leite

**JUNTOS
SOMOS
A MELHOR
SOLUÇÃO**

**A Descartável
Embalagens possui
soluções adequadas
às suas necessidades.**





FLEX Ap50

para mussarela e prato

FLEX Ap50

ALTA PERFORMANCE

Nova família de embalagens para queijos, desenvolvidas a partir de poliamidas especiais.

- Shelf Life Estendido
- Bom Encolhimento
- Boa Transparência
- Bom Brilho

SOLICITE VISITA DE NOSSOS REPRESENTANTES

Fone: +55 11 5633-5578
contato@descartavel.com.br



Av. Interlagos, 3455 • Interlagos
04.661-200 • São Paulo • SP • Brasil



DESCARTÁVEL
Embalagens

descartavel.com.br  



Diretora
Jussara F. S. Rocha
(11) 94110.4965
diretoria@grupomaisfood.com.br

Editora
Erika Ventura
(11)97406-8692
erikagrupomaisfood@gmail.com

Jornalistas
Gisele Litwinski
gisele@grupomaisfood.com.br

Juçara Pivaro
Jpivaro@grupomaisfood.com.br

Gerente de Contas
Aline Franco Antonelli
(11) 91072-4054
aline@grupomaisfood.com.br

Arte
Anselmo Rocha
anselmo_ar@icloud.com

Administrativo / Financeiro
financeiro@grupomaisfood.com.br

Conselho editorial
Adriano Gomes da Cruz, Antônio Fernandes de Carvalho,
Carlos Ramos, Fernanda Nunes Pereira, Jaime Dietrich,
Katarina Wagner, Ludimila Couto Gomes, Luiza Carvalhaes de
Albuquerque, Marion Ferreira Gomes, Nelson Luiz Tenchini de
Macedo, Rodrigo de Souza, Vera Lucia de Souza

Assinatura/Subscription
Brasil: R\$ 240,00
USA, Latin America, Europe and
Africa: US\$ 150,00

Tel.: (11) 2337.7323 | 2369.4054
www.grupomaisfood.com.br

Tiragem: 5.000 exemplares



Carta ao Leitor

Seminário + Negócios: Estão abertas as inscrições para o 3º Seminário para Laticínios em Marabá/PA



revista +Leite, edição 120, chega muito especial. Primeiro porque é a edição convite para o nosso 3º Seminário para Laticínios MA TO PI PA, que será realizado entre os dias 25 e 26 de outubro em Marabá. As inscrições já estão abertas através do nosso site: www.revistamaisleite.com.br.

Além disso, o conteúdo está excelente. Convidamos Paulo Martins, pesquisador da Embrapa Gado de Leite, para uma entrevista sobre Leite Carbono Zero. Entenda como toda a cadeia produtiva do leite tem se mobilizado para atender os pré-requisitos para alcançar sustentabilidade e eficiência. Se você ainda não está beneficiando o soro em seu laticínio, a hora é agora. Nosso Especial Soro do Leite traz detalhes sobre o potencial nutricional e lucrativo deste verdadeiro tesouro, que até pouco tempo atrás, era desperdiçado na grande maioria dos laticínios do país.

Novidades sobre ingredientes? Temos! Nessa editoria, conheça as tendências para este mercado e mergulhe num universo de cores, texturas e sabores.

E como não pode deixar de faltar, aproveite nosso Especial Queijo. Os queijos da vez são os Queijos Frescos. Conheça mais sobre esta categoria, suas particularidades e veja quem tem produzido queijos frescos de primeira no Brasil.

Boa leitura!



grupo  food

Apresenta:

SEMINÁRIO NEGÓCIOS



3ª EDIÇÃO
ENCONTRO DE
LATICÍNIOS EM
MARABÁ

Laticinistas e fornecedores lácteos
em um evento para gerar negócios
e compartilhar conhecimento.

25 e 26
de outubro

PARTICIPE!

Agora em
NOVO FORMATO!

- Rodadas de negócio
- Palestras e expositores no mesmo ambiente



Carajás Centro de Convenções

BR-222 - Vila Militar Pres. Medice, Marabá - PA



SEJA UM EXPOSITOR!

**Saiba como expor a sua
marca em nosso evento:**



diretoria@grupomaisfood.com.br
aline@grupomaisfood.com.br



(11) 94110-4965 | (11) 91072-4054

40

Expositores

350

Laticinistas

02

Dias de evento

SUMÁRIO

- 09 | Mercado: Vendas no mercado externo e interno aumentam e indústria de alimentos fatura mais em 2022
- 10 | Mercado: Enquanto oferta e demanda seguem em baixa, qualidade do leite é diferencial estratégico para produtores e indústria
- 12 | Entrevista: Paulo do Carmo Martins, pesquisador Embrapa Gado de Leite, relata os desafios para alcançarmos o Leite Carbono Zero
- 16 | Ingredientes: cores, sabores e texturas agregam valor aos lácteos e seguem as tendências clean label
- 17 | Imbarex mostra como os corantes naturais garantem mais versatilidade aos derivados lácteos
- 18 | Inovação e soluções funcionais e nutritivas são destaque no portfólio da Tovani
- 19 | Oterra aposta em corantes naturais e sustentáveis para a indústria de alimentos
- 20 | Univar Solutions apresenta seu portfólio para iogurtes, sobremesas lácteas, requeijão e queijo processado
- 21 | GNT desenvolve linhas de corantes à base de concentrados de frutas e vegetais
- 22 | Especial Soro do Leite: aplicações, potencial nutricional e equipamentos
- 23 | Soro do Leite: esteja onde o lucro está
- 25 | Teck Natha mostra como é possível beneficiar soro em plantas de médio porte
- 26 | Whey do Brasil começa grande e mira exportação
- 28 | Homogeneizadores de Alta Pressão GEA para soro em pó
- 30 | A importância da proteína do leite para a suplementação alimentar
- 33 | Goiânia Tubos mostra como a qualidade do inox pode preservar a qualidade dos alimentos
- 34 | Especial Queijo: o universo dos queijos frescos
- 36 | A arte de produzir queijos frescos de primeira
- 38 | Danubio, o primeiro queijo Minas Frescal, fabricado com tecnologia de ultrafiltração
- 40 | Conheça os queijos brancos do Laticínio Kamy
- 42 | UltraCheese adota a legislação da nova Rotulagem Nutricional
- 46 | Evento: Cobertura Fórum Competitividade da Cadeira Láctea no Brasil
- 50 | Sorvete: Abis relata como os impostos têm impactado no crescimento do setor

Indústria de alimentos: faturamento anual ultrapassa R\$ 1 trilhão, com aumento das vendas no mercado interno e externo aumentam

Fonte: Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA)

A indústria de alimentos do Brasil encerrou 2022 com faturamento de R\$ 1,075 trilhão, superando em 16,6% o apurado no ano anterior. No mercado interno, as vendas chegaram a R\$ 770,9 bilhões, 14,3% a mais em termos nominais (não deflacionados) que em 2021. As vendas reais totais (descontada a inflação), considerando mercado interno e exportações, expandiram 3,7%, e a produção física teve um incremento de 2,5%. As exportações cresceram 30% em valor, com faturamento de R\$ 304,4 bilhões. A geração de novos postos de trabalho no setor merece destaque: foram 58 mil novos postos, uma expansão de 3,4%, totalizando 1,8 milhão de trabalhadores. Os números fazem parte do balanço econômico anual do setor, elaborado pela Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA).

Além de conjunturas políticas e econômicas nacionais e internacionais, os resultados podem ser atribuídos também aos investimentos na expansão de plantas fabris, pesquisa e desenvolvimento, fusões e aquisições, compra de máquinas e equipamentos, que alcançaram R\$ 23,6 bilhões, percentual de 2,2% do faturamento total da indústria de alimentos.

“É a primeira vez que ultrapassamos o trilhão em faturamento, e isso mostra um cenário superpositivo porque 72% desse valor vem do abastecimento do mercado

interno e apenas 28% são oriundos de exportação. A indústria brasileira de alimentos tem mostrado, cada vez mais, que não somos apenas o celeiro do mundo, mas somos o supermercado também, contribuindo para a segurança alimentar global. Além disso, promovemos o desenvolvimento econômico do interior do país e absorvemos 1,8 milhão de trabalhadores em empregos formais, possibilitando que tenham mais qualidade de vida”, afirma o presidente do Conselho Diretor da ABIA, Gustavo Bastos.

Ele complementa que, apesar de contingenciada pela aceleração da inflação em 2022, a expansão das vendas da indústria de alimentos para o varejo alimentar brasileiro apresentou alta de 1,7% em termos reais. O destaque ficou por conta do food service (serviços de alimentação fora do lar), que seguiu em trajetória de retomada das atividades.

“As vendas da indústria para o food service, em termos reais, cresceram 9,8% em relação ao ano de 2021 (descontada a inflação acumulada em 12 meses do grupo de alimentação fora do lar do IPCA-IBGE, de 7,5%). A participação do segmento nas vendas para o mercado alcançou 27,0%, superando o observado em 2021, de 26,3%. “O processo de fortalecimento do canal food service continuará ao longo dos próximos anos”, analisa Bastos. •

Qualidade do leite é primordial em tempos de instabilidade

Os primeiros três meses do ano se foram e é chegada a hora de ajustarmos as expectativas e analisarmos com calma o que pode-se esperar a médio prazo para o mercado do leite e seus derivados. A indústria aguarda ansiosa o fortalecimento da economia para que a demanda cresça e com ela, o consumo de lácteos.

Por: Erika Ventura

Não é novidade que vivemos períodos instáveis para o segmento lácteo. Se por um lado a oferta ainda segue menor que no período antes da pandemia e os custos dos insumos permanecem altos, por outro, temos mudanças político-econômicas e promessas para que a demanda reacenda. Num cenário como o atual, quais serão os próximos passos para toda a cadeia leiteira? De acordo com a especialista Nadia Alcantara, consultora do FIA Business School/ Programa de Estudos dos Negócios do Sistema Agroindustrial (Pensa), as perspectivas para 2023 indicam um ano ainda muito influenciado pela fragilidade na demanda no consumo tanto no mercado doméstico como no mercado internacional. “A demanda interna ainda está enfraquecida devido à perda do poder de compra e à pressão inflacionária de vários alimentos junto ao consumidor, o que reduz o consumo do leite e derivados. Ressalta-se que foi observado uma queda de consumo de 170,3 litros por habitante ano no período pré pandêmico, para cerca de 163 litros/

habitante em 2022, segundo dados da Embrapa”.

Quanto ao preço, a especialista salienta que do lado da demanda internacional, importantes players como a China também apresentam consumo mais fraco, o que aumenta a disponibilidade de produto no mercado externo, e consequentemente pressiona os preços internacionais do leite. “Apesar do Brasil não ser tão fortemente influenciado pelos preços do leite no mercado internacional, algum impacto sempre é sentido por aqui, mesmo porque outros mercados próximos como Argentina e Uruguay também apresentam preços internos menores que os nossos, e aí sim, exercendo uma influência maior no sentido do produto nesses locais serem mais acessíveis à nossa indústria”.

Oferta e Demanda

Do lado da oferta, há uma pressão de redução da mesma, ocasionada pelos eventos climáticos de seca que afetam principalmente a região Sul - maior região produtora do país, e pelos custos mais

altos dos insumos. Os índices de captação de leite nas indústrias mostraram redução nos volumes de produção da ordem de 5% em 2022 em comparação com 2021, segundo dados do IBGE, publicados pela plataforma Milkpoint.

“Já a demanda interna irá depender muito da capacidade do governo em estimular a retomada no consumo via pacotes de incentivos monetários - seja via redução dos juros, seja pelo aumento dos recursos para programas de renda. Caso isso realmente se confirme, a tendência seria de recuperação do consumo para níveis mais próximos daqueles observados nos períodos pré-pandêmicos”, explica Nadia. Diante dos fatos, as necessidades da indústria voltam-se para a captação de um matéria-prima de qualidade e os produtores, por consequência, almejam relações cada vez mais formais, para que ao final a



Nadia Alcantara - Consultora FIA PENSA

relação permaneça baseada em ganhos para ambos os lados. “É uma oportunidade para que a indústria firme laços de longo prazo e apostem na proximidade junto aos produtores, estabelecendo assim metas relacionadas à qualidade do leite”, finaliza. •

SKID PARA SISTEMA CIP



REFERÊNCIA EM EQUIPAMENTOS DE INOX

Desenvolvemos, produzimos e fornecemos equipamentos em inox para armazenagem e processos.

Temos como objetivo a entrega de produtos com excelência, aliando durabilidade, confiabilidade, tecnologia e inovação.

CONTATO:

54 3553-1467

www.cglinox.com.br

ENDEREÇO:

**RUA JOANA RIGONI
MASSOLINI, Nº 101
TAMANDARÉ
GARIBALDI - RS**

NOVOS TEMPOS TRAZEM NOVOS DESAFIOS

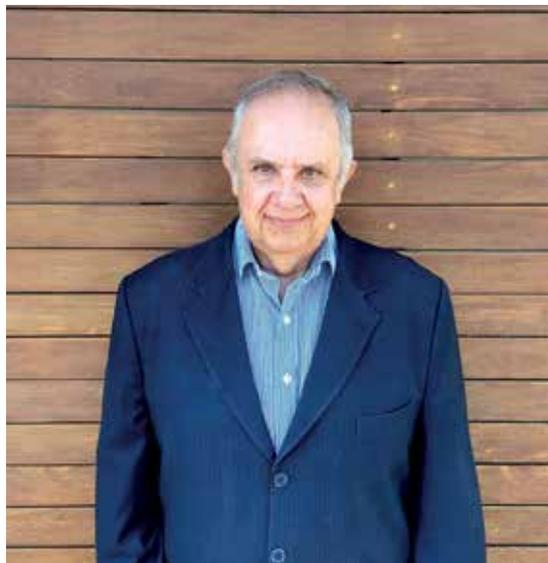
Desafios que não são fáceis de superar para chegar ao Leite Carbono Neutro. Do arrotto da vaca, passando por toda cadeia produtiva até o consumidor, as ações demandam muito investimento em pesquisa. Para falar sobre esse processo, a Revista Mais Leite entrevistou Paulo do Carmo Martins, pesquisador da Embrapa Gado de Leite.

Por: Juçara Pivaro

Paulo do Carmo Martins é economista, com Mestrado (UFV) e Doutorado (Esalq/USP), é pesquisador da Embrapa Gado de Leite e Professor da Escola de Negócios da Facc/UFJF. É especialista em estratégia e análise do mercado de leite e derivados. Foi secretário-executivo da Câmara Setorial de Leite e derivados e Chefe-geral da Embrapa Gado de Leite.

Revista Mais Leite - Qual é o principal desafio em Pesquisa e Desenvolvimento voltados para o setor de leite e derivados?

Paulo do Carmo Martins - Neste momento, em todos os setores produtivos, os esforços de Pesquisa e Desenvolvimento têm sido focados no tema da sustentabilidade. E relação ao setor de leite e derivados não é diferente. Há uma pressão muito forte para que os produtos cheguem na mesa do consumidor com a garantia de que toda a emissão de gases causadores do efeito estufa gerados no processo de produção sejam neutralizados. Esta não é uma tarefa ainda possível. É o principal desafio posto



Paulo do Carmo Martins
Pesquisador da Embrapa Gado de Leite

para as empresas de laticínios, com rebate em toda a cadeia produtiva. Algumas empresas assumiram compromissos do Carbono Neutro para 2030 e outras para 2040. Isso significa que todas as atividades na propriedade, no laticínio e no varejo, terão de ser neutralizadas. Do arroteo da vaca até a energia consumida no ponto de venda, passando por todas as operações nos laticínios e os processos de transporte do leite para processamento e dos produtos acabados.

Estamos longe do alvo Leite Carbono Neutro?

Já existem soluções pontuais. Mas, as soluções de vulto para se atingir sustentabilidade plena ainda estão sendo criadas e isso exige investimento em pesquisa. É preciso criar métricas que permitam construir calculadoras nacionais, que retratem a nossa realidade, para que seja possível aferir a pegada de carbono em cada etapa da cadeia de valor. Os resultados obtidos até o presente mostram que, na fazenda, os sistemas de produção geram impactos diferentes entre si. Também varia, dependendo do bioma que a fazenda está inserida, os impactos são diferentes. Portanto, produzir leite nos países europeus que estão em ambiente de clima temperado, causa mais impacto negativo ao meio ambiente que em países que estão em ambiente de clima tropical, como é o caso do Brasil.

Que estratégias podem ser adotadas para neutralizar os efeitos negativos?

Os resultados de pesquisa vêm mostrando que é possível adotar práticas regenerativas nas propriedades visando a mitigação dos efeitos ambientais surgidos na produção. Já existem, por exemplo, ingredientes que podem ser misturados na ração para atuar na digestão dos animais e que reduzem

a emissão de gases. Também os resíduos podem ser usados como insumos, ou seja, como biofertilizantes e como geradores de energia para a propriedade. Já na pastagem, as novas tecnologias de manejo têm mostrado resultados muito favoráveis, com o uso da integração da produção leite e de grãos consorciadas com árvores, que fazem captura de carbono. Também nos laticínios, há mais de uma década, estamos assistindo à substituição de energias fósseis por energias renováveis. E é notório o crescimento dos investimentos em tecnologias que poupem uso de água e reduzam os impactos ambientais dos resíduos. Essas soluções estão sendo cada vez mais disseminadas. Enquanto avançamos nesta estrada, sempre é possível ainda fazer compensações fora da cadeia de valor dos lácteos, plantando árvores sistematicamente, por exemplo. Mas, tudo isso onera o caixa das empresas.

Como obter recursos para enfrentar este novo desafio?

Até recentemente, as pesquisas eram assunto restrito à Embrapa, universidades e institutos de pesquisa. Portanto, os recursos eram eminentemente públicos. Nesse modelo, em que o trabalho de geração de conhecimento é totalmente dependente do Estado, os resultados são mais demorados, pelas amarras que os processos de governo apresentam, em função da legislação que torna tudo mais burocrático. Mas, a novidade é que estamos exercitando um novo desenho organizacional para gerar soluções. É a chamada inovação aberta. Nesse modelo, as empresas participam da pesquisa de ponta a ponta, desde a escolha do problema a ser estudado, passando pelos experimentos e chegando no que chamamos de prova de conceito, que é o teste, na prática, da solução que se deseja

colocar no mercado. Esse tipo de parceria entre órgãos de pesquisa e empresas aumenta a velocidade da construção de soluções, melhora a acuidade das tecnologias, utiliza recursos compartilhados do setor público/privado e desenvolve expertise na equipe das empresas. Tudo isso faz com que toda a sociedade se beneficie, já que os resultados de pesquisa rapidamente chegam até aos consumidores, por intermédio das empresas. Inovação aberta é, portanto, resultante da junção do conhecimento da pesquisa com o empreendedorismo empresarial.

E como as pequenas e médias empresas podem se beneficiar desses ganhos, já que a maioria não tem uma estrutura para formar parcerias com a rede de instituições de pesquisa?

As soluções criadas pela pesquisa, com frequência, geram patente, o que restringe o uso exclusivo da solução pelas empresas que investiram. Mas, nem tudo termina em patente. Neste mundo da busca do Leite Carbono Neutro, a maior parte das soluções podem ser compartilhadas pela Embrapa, universidades e institutos de pesquisa entre as empresas que não participaram do esforço de pesquisa. Dou dois exemplos de contratos que assinei quando

fui chefe-geral da Embrapa Gado de Leite. Com a Boehringer Ingelheim, criamos práticas de biosseguridade para as fazendas e criamos protocolos de certificação, cujo acesso não ficou restrito aos clientes da empresa. Já com a Nestlé, iniciamos o trabalho de criar toda a lógica do Leite Carbono Neutro, já prevendo que a transferência de tecnologia se dará de modo a disseminar o conhecimento adquirido também entre técnicos e produtores não vinculados à empresa.

Mas, qual a vantagem, então, da empresa participar desse esforço, se todas serão beneficiadas ao final?

A Toyota é um exemplo de empresa inovadora. Seu modelo mostra que ela não perde quando treina os seus fornecedores em novos processos, mesmo sabendo que outras montadoras vão se beneficiar, já que elas têm fornecedores em comum. A Toyota sabe que, até as concorrentes entenderem o que mudou e conseguirem se adaptar à inovação por ela implementada, ela já terá criado outra inovação. Como diz o economista Klaus Schwab, criador do Fórum Econômico Mundial, "não é o peixe grande que come o peixe pequeno, mas o peixe rápido que come o peixe lento". Então as empresas sabem que no mundo de



hoje é impossível guardar um segredo por muito tempo, porque serão copiadas. Mas, o importante é que a empresa que está na frente beneficia-se das inovações por algum tempo e, agindo sempre na frente da concorrência, fica a cultura de estar sempre inovando, enquanto a concorrência corre atrás, buscando entender que mudanças estão em curso.

Não seria o caso de se pensar em formar um consórcio entre empresas para baratear custos e minimizar riscos de inovação?

As empresas de um mesmo setor são concorrentes entre si. Mas, na busca por novos produtos e processos há espaço para atuarem em conjunto. É o que chamamos de esforços comuns em ações pré-competitivas. Esse é um caminho que todos ganham - laticínios, empresas de insumos. Empresas de um mesmo segmento precisam atuar em conjunto naquilo que é interesse comum. No setor de mineração, as empresas concorrentes agem assim há muito tempo. Chegam até a estimularem que startups apresentem soluções inovadoras e compartilham os custos de financiarem estas atividades. Mas, para agir assim, o setor precisa ser maduro e saber compartilhar informações.

Considerando o cenário atual de fatores que envolvem a produção do setor, como vê o futuro do setor de leite e derivados em médio prazo no Brasil?

Estamos vivendo uma revolução silenciosa no setor. As propriedades estão aumentando a produção por meio de aumento do rebanho e usando vacas cada vez com maior produtividade. As tecnologias digitais estão sendo disseminadas nas fazendas com muita rapidez, melhorando a acuidade na tomada de decisões. Leite está sendo encarado como um negócio, que requer planejamento e gestão. Penso que os laticínios não estão se reinventando com a mesma velocidade e, por isso, teremos uma concentração neste segmento nos próximos anos. Ainda é raro pensar o laticínio vivenciando sua transformação digital. E, por este motivo, muitos sairão do mercado. Temos uma dádiva, que é uma população que ainda cresce em número e com tendência de crescer o consumo per capita, que ainda é baixo. Sob a ótica da produção, somos um dos poucos países com recursos para abastecer o novo mundo, formado pela Ásia, que já está demandando muito leite. As oportunidades são imensas. Caberá a cada um de nós, que atuamos no setor, transformarmos esse potencial em riqueza efetiva. •



INOXPA BRASIL

Rua Tita Coelho, 44 – Vila Euro

São Bernardo do Campo - SP - Brasil - CEP 09810-060

Tel +55 11 4352-9004

Cel +55 19 9.9963-7483

egoncalves.br@inoxpa.com



ESPECIAL

GRUPO



+FOOD

INGREDIENTES



Imbarex tem corantes naturais para qualquer processo de produção

Para as diferentes características de produtos lácteos, é necessário conhecer concentração e aplicação do corante escolhido

Por: Juçara Pivaro

A empresa de origem peruana, fundada no ano 2000, é reconhecida como especialista em fornecimento de ampla variedade de corantes naturais. Todos os corantes da companhia são adequados para uso em alimentos e têm versatilidade precisa para serem incorporados em qualquer processo de produção.

Entre os corantes naturais da Imbarex estão: Carmim, reconhecido por sua excelente estabilidade à luz e temperatura, é extraído da cochonilha e oferece amplo escopo de cores desde rosa até violeta; Urucum, extraído da semente de achiote, é uma das cores naturais mais demandadas no mundo, tem boa performance em proteínas e tem grande poder de tintura; Clorofila, extraído de plantas, como alfafa, grama ou espinafre, a incorporação do cobre à molécula de clorofila resulta numa cor verde hidrossolúvel e estável à luz, calor e pH; Curcumina, é o componente da cor obtida da raiz da cúrcuma, traz distintos tons de amarelo dependendo da aplicação e a dose; e Paprica, o produto tem origem na páprica doce (*Capsicum annum*). Os carotenoides contidos neste pigmento outorgam uma cor entre alaranjada e

vermelha; e Beterraba, obtido a partir da desidratação do suco da beterraba, seguido por processo de secagem, o pó tem uma cor rosa escuro e fornece uma gama de cores de rosa a vermelho-rosado.

Em geral, para os diferentes produtos lácteos é necessário conhecer o pH, solubilidade, teor de gordura, se for submetido a temperaturas, com base nestes dados, é recomendado o corante natural que melhor se adapte às suas exigências. Para aplicação em lácteos, considerando o pH e a temperatura do processo, a empresa tem corantes naturais de cochonilha, urucum, beterraba, açafraão-da-terra, páprica e clorofilina. A Imbarex conta com produtos solúveis em água e também em gordura. Para queijos, é importante saber o teor de gordura, dependendo disso, podem ser utilizados corantes solúveis em água ou gordura, tais como norbixina, suspensão de óleo de urucum, curcumina ou uma mistura destes, para a tonalidade exigida pelo cliente.

Na companhia, uma equipe de laboratório fornece apoio e aconselhamento para encontrar o corante adequado para cada produto para atingir os melhores resultados esperados. •

Tovani Benzaquen

Part of Barentz investe em tendências e na parceria com cliente

Ingredientes com tecnologias inovadoras e suporte técnico para o atendimento à nova regulamentação de rotulagem são focos da empresa

Por: Juçara Pivaro

Com atuação no mercado de comercialização de soluções em ingredientes para alimentos, a Tovani Benzaquen – Part of Barentz, disponibiliza ampla linha de produtos para os laticínios. A lista de ingredientes da empresa é extensa e, entre as soluções estão proteínas lácteas funcionais, aromas, moduladores de sabor, edulcorantes, corantes naturais, extratos vegetais, fibras dietéticas, frutas liofilizadas, estabilizantes salinos, espessantes, antiumectantes para queijos ralado e sais fundentes preparados de frutas.

Funcionais e tendências

Para agregar maior valor nutricional de produtos finais das indústrias, a empresa tem as proteínas lácteas funcionais, que possibilitam aporte proteico sem afetar a viscosidade de bebidas lácteas e iogurtes, inclusive na versão Grass Fed, tendência que vem crescendo no Brasil.

Para o desenvolvimento de produtos funcionais para mercado regulamentado, a Tovani destaca o GOFOS™, um frutooligossacarídeo de cadeia curta, uma fibra solúvel que contribui para o

desenvolvimento da flora intestinal e, indiretamente, na redução de açúcares na fórmula.

No portfólio de inovações da Tovani que incorporam mais tecnologias, estão produtos para formulação de suplementos alimentares, como o VERISOL®, um peptídeo bioativo com benefícios comprovados para a saúde da pele, o Lactium™, um decapeptídeo presente no leite que promove efeitos relaxantes, a Proferrin®, que auxilia no reforço do sistema imunológico, e o Pep2Dia®, outra supermolécula com efeitos benéficos à saúde.

Átila Corral, gerente técnico-comercial da empresa, afirma: “no atual cenário, entendemos que o grande desafio é equilibrar nutrição, funcionalidade, os desafios introduzidos pela nova regulamentação de rotulagem, a experiência sensorial e custos. Nem sempre é simples balancear essas variáveis. Em contrapartida a Tovani Benzaquen – Part of Barentz conta com uma equipe técnico-comercial capacitada a atender às demandas de nossos clientes. Como costumamos falar por aqui ‘Parceria é o nosso principal ingrediente’, e esse é o nosso foco”.•

Oterra desenvolve corantes naturalmente sustentáveis

No mercado de corantes naturais desde 1876, a Oterra traz para o mercado corantes naturais e sustentáveis para alimentos

Por: Juçara Pivaro

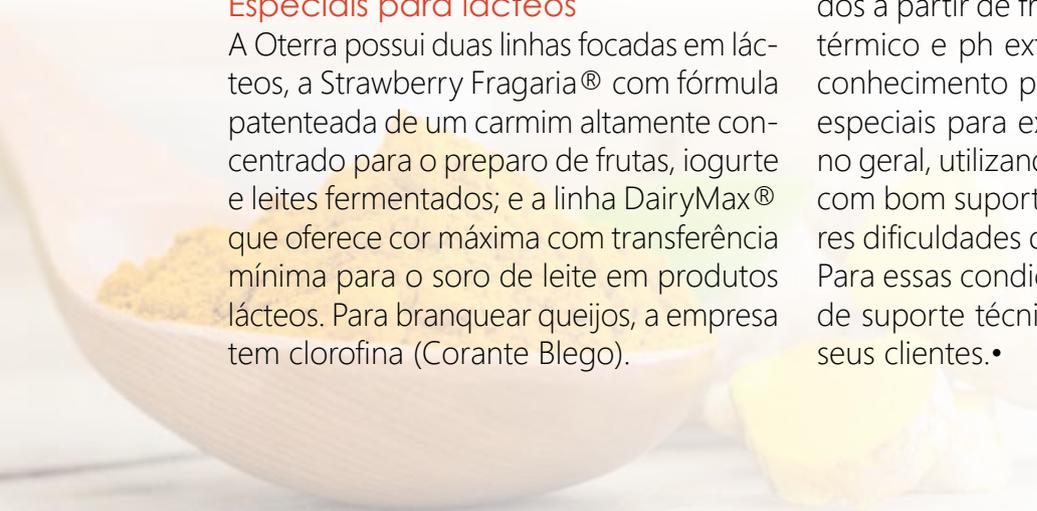
Entre as linhas do portfólio da Oterra está o Fruitmax®, compostas de corantes extraídos de variedade de frutas, vegetais e plantas, como cúrcuma, cenoura preta e beterraba. A empresa possui uma solução premiada na Fi Innovation Awards na Fi Europe em Paris. Trata-se do Hansen sweet potato™, uma batata doce com uma cor vibrante e é uma ótima alternativa para substituir os tintos carmim e vermelhos sintéticos. A empresa possui ainda soluções em encapsulados e com compostos bioativos com benefícios para a saúde do corpo e bem-estar como, por exemplo, melhoria do trato urinário, saúde cardiovascular e saúde para pele com antioxidantes. As soluções em corantes da empresa são todas clean label.

Especiais para lácteos

A Oterra possui duas linhas focadas em lácteos, a Strawberry Fragaria® com fórmula patenteada de um carmim altamente concentrado para o preparo de frutas, iogurte e leites fermentados; e a linha DairyMax® que oferece cor máxima com transferência mínima para o soro de leite em produtos lácteos. Para branquear queijos, a empresa tem clorofina (Corante Blego).

Stella Munhoz - gerente de marketing na América Latina na Oterra, explica: "cada tipo de lácteo necessita um corante específico, pois as recomendações acontecem de acordo com a aplicação da base. No iogurte, por exemplo, é uma aplicação única, enquanto em queijos são necessários corantes que não fazem a migração para o soro, já que a indústria utiliza o soro em outros lugares. Queijos processados precisam de corantes solúveis em óleo/gordura pelo fato de se utilizar um queijo mais maturado, que tem uma gordura concentrada e que precisa de uma aplicação oleosa".

Os iogurtes estão entre os produtos que apresentam maiores desafios. De acordo com Paulo Silva, gerente de aplicação Latam da Oterra, os iogurtes são preparados a partir de frutas que têm tratamento térmico e pH extremos, o que demanda conhecimento para aplicação e fórmulas especiais para executar a aplicação. Mas no geral, utilizando os produtos corretos e com bom suporte técnico não tem maiores dificuldades de usar corantes naturais. Para essas condições a empresa tem time de suporte técnico para atendimento de seus clientes. •



Univar Solutions

une inovação e aprimoramento na funcionalidade dos produtos

Empresa apresenta novas tecnologias e está atenta à qualidade do produto final do cliente

Por: Juçara Pivaro

Empresa inovadora para o setor de ingredientes para alimentos, a Univar Solutions possui soluções para aplicação em várias categorias de produtos derivados de leite, como para bebidas lácteas fermentadas ou UHT, iogurtes, sobremesas lácteas, requeijão e demais tipos de queijo processado, entre outras aplicações.

Entre as especialidades para lácteos a empresa tem um amplo portfólio de especialidades, entre as principais, estão as enzimas em parceria com a NOVOZYMES para diferentes aplicações, tais como hidrólise da lactose (Saphera®), enzimas para modificações de proteínas lácteas (Formea® Prime), conversão da lactose presente no leite em Galacto-Oligossacarídeos -GOS (Saphera® Fiber), entre outras diversas enzimas capazes de modificar e conferir características únicas para diferentes substratos lácteos.

Alinhado com os desafios da indústria de alimentos e a nova rotulagem nutricional, a Univar Solutions oferece soluções em parceria com a BENEIO, à base de inulina e Frutooligossacarídeos -FOS (Orafti®), para atender as necessidades de redução de açúcar e redução de gordura em diferentes tipos de produtos lácteos. E para complementar o portfólio de soluções,

uma ampla linha de aromas em pó, líquidos, moduladores de sabor para redução de açúcar e melhora de sabor residual, em parceria com a MANE.

Carolina Carluci, technical account manager da Univar Solutions, informa: “com foco em inovação, podemos destacar os produtos Saphera® Fiber para geração de fibras a partir dos açúcares naturalmente presentes no leite, e a Palatinose™, uma alternativa de açúcar que possui lenta absorção pelo organismo, conferindo energia prolongada para atividades do dia a dia, maior foco e concentração, e aprovada para uso por diabéticos”.

Outro aspecto que merece destaque em soluções é a funcionalidade dos produtos, fundamental para o bom desempenho no mercado e, nesse quesito, o papel dos estabilizantes é importante para conferir viscosidade, textura colherável ou fluida, evitando que ocorra separação de fases durante o shelf life. Para auxiliar na estabilidade de iogurtes e fermentados, a Univar Solutions trabalha com amidos nativos e modificados de arroz (Remy) do parceiro BENEIO, que possuem coloração após geleificação muito branca, sabor neutro, e resistência a condições de processamento, sendo uma alternativa muito compatível a matriz láctea de produtos fermentados. •



Alimentos para colorir alimentos é a especialidade da GNT

Por: Juçara Pivaro

Com a visão em produzir concentrados de frutas e vegetais com a finalidade exclusiva de colorir alimentos e bebidas de forma o mais natural possível, a GNT iniciou, há 40 anos, sua trajetória no mercado. O fundador da empresa cunhou o termo 'Coloring Foods' e os alimentos para colorir estão se tornando o padrão das indústrias em todos os mercados.

A linha EXBERRY® é uma solução da GNT totalmente distinta dos corantes tradicionais. Mario Slikta, gerente geral da empresa, esclarece: "normalmente, corantes são aditivos, e os concentrados de frutas e vegetais são reconhecidos como ingredientes, portanto não usamos a palavra corante". EXBERRY® é a marca líder de 'Alimentos Para Colorir' para a indústria de alimentos e bebidas, com soluções produzidas com frutas, vegetais e plantas comestíveis, usando somente processos de fabricação físicos e água. Sem extração seletiva dos pigmentos, os produtos são reconhecidos como concentrados das frutas e vegetais usadas, e os concentrados podem ser combinados em uma infinidade de novas cores. Existem na forma líquida e pó.

Slikta afirma: "os corantes artificiais são normalmente mais baratos e potentes, porém não oferecemos uma alternativa a eles, mas sim uma solução de cor natural, que pelos cuidados e benefícios que trazem agregam muito mais valor ao produto final. Por exemplo, um corante artificial

pode ser vegano, mas um concentrado de frutas e vegetais coloca o produto final em um patamar muito mais alto de qualidade percebida pelo consumidor, e um eventual impacto do nosso produto no preço é facilmente aceito pelo mercado. Há também uma questão de segurança, há pessoas que podem ser alérgicas a alguns corantes artificiais".

Aplicação

Cada vegetal tem propriedades distintas quando utilizado para colorir. As cores podem ser influenciadas por pH, calor, luz, interação com outros componentes da formulação do produto, etc. Cada caso é avaliado pela GNT para oferecer a melhor versão de EXBERRY® para cada aplicação final.

Observar e conhecer o processo de fabricação de cada tipo de lácteo é fundamental na seleção do EXBERRY®, e também há fatores únicos de cada indústria que recomendam testes de bancada, piloto, industrial e de estabilidade.

Particularmente nos lácteos os desafios para aplicação de EXBERRY® aparecem quando há combinação de pH alto e calor intenso, sendo necessário um processo de desenvolvimento cuidadoso dependendo da cor. O suporte técnico é sempre oferecido no local do desenvolvimento dos produtos quando possível e a GNT Brasil tem intercâmbio de informações com especialistas e laboratórios de aplicação da GNT em vários países. •

ESPECIAL

GRUPO



+FOOD

SORO DO LEITE





Soro do Leite

lucratividade, sustentabilidade e valor ao seu laticínio

Por: Erika Ventura

Durante o processo da produção de queijos, com o auxílio de bactérias e enzimas, o leite divide-se em coalhada e soro. A coalhada é a parte sólida e a base para a produção de queijos, enquanto o soro é a parte líquida, que chamamos de soro do leite. Segundo artigo publicado pelo Ifope Educacional, especializado em Medicina Veterinária, Engenharia Agrônômica e Engenharia dos Alimentos, em termos quantitativos, cerca de 90% do volume de leite empregado na fabricação de queijos resulta em soro; ou seja, 10 litros de leite produzem, aproximadamente, 1kg de queijo e 9 litros de soro.

De acordo com Humberto Doering Brustolin, um dos sócios da *Whey do Brasil*, é importante salientar que por muito tempo, o soro fluido originário das indústrias foi um problema sério, inclusive no âmbito ambiental, porém com o passar dos anos e as evoluções tecnológicas e de pesquisa, o produto começou a ser visto com outros olhos. "Atualmente o soro é utilizado em uma gama muito grande de produtos que estão a mesa dos consumidores todos os dias, muitas vezes não sendo nem percebido, para se ter uma ideia da dimensão e importância que tem o soro, ele é utilizado nas áreas de suplementação alimentar,

MAIS QUE UM EQUIPAMENTO.

Uma solução completa.

RELCO® DRYING SYSTEMS & SOLUTIONS



A Koch Separation Solutions Company

+55 (11) 4118-3233

Alameda Caulim, 115 – SL 1514 – Cerâmica – CEP:
09531-195 – São Caetano do Sul – SP

médica, farmacêutica, panificação, sorveteria, compostos lácteos, compostos infantis, compostos para melhor idade etc.

Do ponto de vista nutricional, o soro de leite contém, em média, 93% de água, 5% de lactose, 0,9 a 0,7% de proteínas, 0,5 a 0,3% de gordura, 0,2% de ácido láctico e pequenas quantidades de vitaminas. A fração proteica contém, aproximadamente, 50% de b-lactoglobulina, 25% de a-lactoalbumina e 25% de outras frações proteicas, incluindo imunoglobulinas. Toda essa equação, repleta de nomes específicos e percentuais, traduzidas, indicam que o soro é extremamente rico, com excelentes propriedades funcionais e nutricionais.

Benefícios Econômicos

Para os produtores, a elaboração de novos produtos a partir do soro de leite é uma fonte de geração de renda. Para a indústria, é uma alternativa de economia de matéria-prima e oportunidade de revenda do alimento que era, até então, tratado como resíduo.

Segundo Brustolin, “o soro tornou-se tão importante, que produzir queijo sem aproveitar o soro torna-se inviável economicamente, portanto estar neste mercado significa ganhos de capital e sobrevivência em alguns casos. Cada vez mais as empresas buscam qualificação para o melhor aproveitamento, visto a atender as exigências das empresas que processam esse produto e também as legislações vigentes”.

Benefícios Ambientais

O soro é um dos poluentes líquidos que mais contribuem para a alta carga poluidora das indústrias de laticínios. Considerando que o soro de leite não suporta estocagem por períodos prolongados devido ser muito perecível, são necessárias medidas que visem o aproveitamento deste subproduto

e/ou o tratamento e descarte que não venham impactar o meio ambiente.

É importante salientar que a atual legislação ambiental, não permite seu descarte direto aos rios e esgotos públicos. Existem, portanto, duas alternativas. A primeira é o descarte adequado, realizando um tratamento de efluentes nas queijarias e laticínios. A segunda é a utilização deste soro como fonte de nutrientes e aplicado em diversos produtos.

Aplicabilidade do Soro do Leite

Fabricação de Isolado proteico: Um grande mercado que utiliza o soro de leite como matéria-prima é o de suplementos alimentares. Nesse nicho, esse subproduto é empregado para a elaboração de produtos muito utilizados por praticantes de esporte, que são os conhecidos *whey protein* – isolados proteicos e BCAAs.

Fabricação do soro de leite em pó: Na forma de pó, a venda concentra-se para indústrias que fabricam achocolatados, iogurtes, biscoitos, massas e ração animal. O processo demanda de equipamentos relativamente caros, porém, por utilizar matéria-prima de baixo custo, o processo torna-se viável.

Fabricação de ricota: A elaboração de queijo ricota também é uma possibilidade para o aproveitamento do soro do leite. De acordo com Regulamento de Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal, esse tipo de queijo é definido como o produto obtido da albumina do soro de queijos, o que confere legalmente a utilização do soro para a fabricação de ricota.

Fabricação de bebida láctea: A produção de bebida láctea é uma das principais opções de aproveitamento deste subproduto a baixo custo. A bebida láctea é um alimento no qual o soro do leite é considerado ingrediente obrigatório. •

Soro bom é soro comercializado

Conheça os processos necessários para transformar o soro do leite numa matéria-prima rentável e altamente lucrativa

Por: Erika Ventura

O soro do leite é considerado uma matéria-prima muito rentável devido a sua versatilidade. Segundo Jhony Caldeira, diretor da Teck Natha, empresa fabricante de equipamentos para evaporação, concentradores a vácuo e torre de secagem, as empresas que, hoje, o beneficiam, conseguem, a cada 17 litros de soro, 1 kg de soro em pó. "O processo inicia-se saindo da desnatadeira brix 6%, esse soro é resfriado, nanofiltrado brix 18%, estocado, passa por um evaporador a vácuo brix 55%, segue para os tanques cristalizadores e, por fim, torre de secagem", explica o empresário.

E completa: "Antigamente somente grandes plantas de produção de soro em pó eram ofertadas, hoje, temos plantas a partir de 30 mil litros dia. Existe viabilização para que essas fábricas tenham rentabilidade com soro e aumentem sua lucratividade".

As possibilidades são inúmeras e a lucratividade, excelente. De acordo com Caldeira, o custo de produção fica em média 27% do custo de venda do soro. •



**Técnicos
especializados
atendendo todo o
território nacional
e Mercosul**

**Especialista em
concentração, secagem de
leite, soro e produção de
mistura láctea condensada**



**Plantas para produção de
leite/soro de leite a partir de
30.000 litros dia**

**+55 (62) 98176-1244 | 9821-1060
@tecnologiatecnata**

**tecnatadiretoria@gmail.com
tecnata2@gmail.com**

Whey do Brasil produzirá 82 toneladas de soro em pó/dia

Empresa composta por 8 laticínios do Rio Grande do Sul planeja iniciar as operações no final de 2023 e prevê produção em larga escala até fevereiro do ano que vem

Por: Juçara Pivaro

Antes dos números, um grande objetivo uniu 8 laticínios no sul do Brasil: industrializar o soro do leite. Fábrica localizada na cidade de Palmeira das Missões - RS, será a sede da Whey do Brasil, uma das maiores plantas de industrialização de soro do leite do país. O consórcio é formado pelos laticínios Mandaka - Nova Boa Vista-RS; Friolak - Chapada-RS; Kiformaggio - Nonoai-RS; Frizzo - Planalto-RS; Doceoli - Santo Cristo-RS; Stefanello - Rodeio Bonito-RS;

São Luiz - Marau-RS e Paladar da Serra - Guaporé-RS.

A empresa já começa grande, na capacidade e nas metas a curto e longo prazo. Atualmente o grande diferencial da Unidade Whey do Brasil é que ela já é detentora da matéria-prima soro fluido/concentrado, uma vez que as empresas sócias detêm grande volume da matéria-prima necessária para que se consiga produzir full time, sem interrupções, tendo assim uma vantagem competitiva considerável.

“Um grande sonho tomando forma na Unidade de Palmeira das Missões, pois todos os sócios do empreendimento produzem em suas unidades queijos dos mais variados tipos, de onde então é originado o soro fluido. Por um bom tempo esse soro era destinado à alimentação





animal, geralmente suínos, ou até mesmo era tratado nas ETEs (estação de tratamento de efluentes) das indústrias, porém com custos extremamente altos. De alguns anos para cá **o soro começou a ganhar importância no cenário nacional e internacional, sendo utilizado nas mais variadas formas, passou então de um problema no passado para a solução econômica atual de muitas empresas**, foi pensando nisso que o grupo está fazendo os investimentos necessários para processar essa matéria-prima”, enfatiza Humberto Döering Brustolin, diretor da Laticínios Kiformaggio, uma das sócias da Whey do Brasil.

E completa: “Atualmente o soro tornou-se tão importante, de tal forma que produzir queijo sem aproveitar o soro torna-se inviável economicamente, portanto estar neste mercado significa ganhos de capital e sobrevivência em alguns casos, ou seja, cada vez mais as empresas buscam qualificação para o melhor aproveitamento, visto a atender as exigências para processamento desse produto e às legislações vigentes”. A fábrica foi projetada para trabalhar com 1.400.000 litros de soro fluido, ou seja, aproximadamente 82 toneladas de soro em pó/dia. “Nesta unidade inicialmente vamos produzir soro em pó comum, desmineralizado (25 kg) e compostos lácteos em geral (25 Kg e sachês de 200g, 400g e 01 kg), já segunda etapa prevista para 2026 prevê a produção de WPC (concentrado proteico de soro), WPI (proteína isolada de soro) além de permeado de soro”.

A Whey do Brasil deve promover geração de emprego e renda no estado, tendo em vista que inicialmente irá gerar 150 empregos diretos, além do trabalho e serviços indiretos, como: transporte, restaurantes, combustíveis, comércio local de forma geral, empresas fornecedoras de embalagens,

insumos, produtos químicos, cavaco, além da geração de tributos em geral.

Segundo Brustolin, “cabe salientar ainda que atualmente os sócios já produzem em torno de 1.000.000 de litros de soro/dia, diante disso todas as sócias parceiras já promovem a expansão de suas unidades, visto que a capacidade da Whey do Brasil é de 1.4 milhão de litros de soro/dia. O investimento é de suma importância para a cadeia produtiva como um todo, uma vez que o Rio Grande do Sul não absorve o volume total produzido internamente, ou seja, precisa ser comercializado nacionalmente e até mesmo exportado, neste sentido a unidade da Whey do Brasil iniciará sua produção já habilitada para exportação, até por que os volumes produzidos serão altos (produção de soro em pó = 80 tonelada/dia e compostos lácteos 100 toneladas/dia)”.•

Brascon

A Brascon Tubos e Conexões tem a maior linha em tubos e conexões, com produtos de qualidade e buscando sempre oferecer o melhor para cada cliente.

+55 11 2143-2110

www.brasconconexoes.com.br

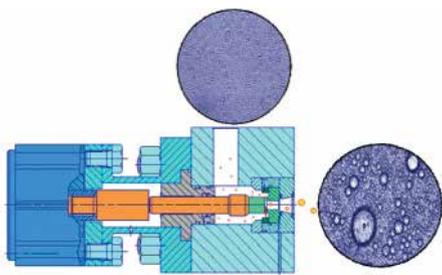
brascon@brasconconexoes.com.br

Homogeneização de Alta Pressão aplicada no soro do leite

A demanda atual para o consumo do soro é muito grande em vários processos, como bebidas lácteas, doces, biscoitos, sorvetes e faz parte da elaboração dos suplementos alimentares. A GEA, referência na fabricação de Homogeneizadores e Bombas de Alta Pressão revelou para a revista +Leite como é o passo a passo do processo.

Por: Luciano Sardela, Gerente de Aplicação e Desenvolvimento

A Homogeneização de Alta Pressão é um processo mecânico que consiste em forçar um fluido a passar por meio de um pequeno orifício em altas pressões. Isso resulta em alto estresse mecânico e vários fenômenos físicos associados à energia cinética, pressão e energia térmica.



Após o fluido não homogeneizado passar pelo pequeno orifício, partículas menores e uniformes são obtidas. Em paralelo, durante esse processo, diversos fenômenos físicos ocorrem de forma sucessiva e/ou simultaneamente, como alto cisalhamento, turbulência, atrito e cavitação, ocasionados pelo choque das partículas, bem como pela despressurização abrupta durante o

processamento. Esses efeitos são os principais responsáveis pelas modificações dos constituintes dos derivados lácteos (soro do leite), como ruptura dos glóbulos de gordura, desdobramento de proteínas e alterações estruturais enzimáticas, além de impactar no balanço de sais minerais e presença de vitaminas, dependendo da temperatura do processo.

As proteínas do soro, por sua vez, são susceptíveis à desnaturação durante a homogeneização.

Esses efeitos estruturais causados pela Homogeneização nas proteínas do soro podem potencializar algumas propriedades técnico-funcionais, como aumento de solubilidade das lactoglobulina e lactoalbumina pela fragmentação ou melhoria nas propriedades emulsificantes, espumantes e de capacidade de retenção de água e óleo das proteínas do soro por desnaturação. A HAP também, pode aumentar a solubilidade de alguns minerais, como o cálcio e fósforo, devido a fragmentação das micelas de caseína, embora a solubilização desses sais não seja tão intensa. •

GEA

Homogeneizadores Brasil

Homogeneizadores e Bomba de Alta Pressão Gea Niro Soavi

A GEA homogeneizadores possui um portfólio de equipamentos que atende a todos os portes da indústria láctea. Contando com a linha Arfete que oferece capacidades de 30l/h a 70.000 l/h e Série ONE com vazões de 500 l/h a 10.000l/h



**Homogeneização de excelência,
versatilidade e eficiência**



Suporte técnico
24h com todos os
engenheiros treinados na
GEA ITÁLIA, estoque de peças
sobressalentes local, eliminação de
paradas de produção não programadas

A proteína do soro do Leite: o poder nutritivo e lucrativo do whey protein

Estudos envolvendo a análise do whey protein evidenciam benefícios para a saúde humana, entre eles destacam-se seus efeitos hipotensivo e antioxidante

Por: Erika Ventura

As proteínas do soro do leite, também conhecidas como *whey protein*, possuem alto valor nutricional, contendo aminoácidos essenciais, especialmente os de cadeia ramificada. Também apresentam alto teor de cálcio e de peptídeos bioativos do soro. Pesquisas recentes demonstram sua grande aplicabilidade no esporte, com possíveis efeitos sobre a síntese proteica muscular esquelética, redução da gordura corporal, assim como na modulação da adiposidade, e melhora do desempenho físico.

Nathalia Chimelli, nutricionista e consultora técnica da *Clean Whey*, afirma que as proteínas do soro do leite são as que mais possuem estudos científico embasando o seu uso na prática esportiva, para diversas finalidades, como melhora da força, melhora da composição corporal, reposição de nutrientes, melhora de desempenho não somente em exercícios de força, mas também em exercícios de resistência e

entre outros. “Esse riquíssimo acervo de artigos científico focados no uso da proteína do soro do leite nesta área, leva cada dia mais profissionais à indicarem o *whey protein* para o uso de atletas e praticantes de atividade física, e comprovando não somente na teoria mas também na prática, os benefícios do uso do *whey protein* em diversas modalidades esportivas”.

As proteínas do soro são extraídas da porção aquosa do leite, gerada durante o processo de fabricação do queijo. Durante décadas, essa parte do leite era dispensada pela indústria de alimentos. Somente a partir da década de 70, os cientistas passaram a estudar as propriedades dessas proteínas. Segundo a nutricionista, o *whey protein* é a proteína com maior valor biológico, sendo o *whey protein* isolado atingindo um valor de 151, enquanto a proteína do ovo chega à 100 e o colágeno à 83. Isso se deve ao fato de ser uma proteína que possui todos os aminoácidos essenciais em quantidades ideais e de forma biodisponível, ou seja,



O SOFTWARE EXCLUSIVO PARA INDÚSTRIAS LÁCTEAS

**TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL NO SEU
LATICÍNIO**



- | | |
|-------------------|----------------------|
| Captação de Leite | Fiscal |
| Laboratório | Contábil |
| Produção | Inteligência |
| Compras | Dashboard |
| Materiais | App Carreteiro |
| Faturamento | App Técnico de Campo |
| NFe/NFCe/MDFe | App Produtor |
| Varejo | App Autocontrole/PAC |
| CRM | App Força de Vendas |
| Manifesto | App Entregador |
| Financeiro | App Promotor |



Matriz Muriaé (32) 3721-3875

São Paulo (11) 2626-3958

Fortaleza (85) 2180-5058

Curitiba (41) 2626-4206

  **lacteusbrasil**
www.lacteus.com.br



com aproveitamento de 100% pelo nosso organismo. Podemos dar destaque à grande quantidade de aminoácidos de cadeia ramificada, em especial Leucina, um aminoácido sinalizador de via anabólico muscular, que está presente em grandes quantidades do *whey protein*.

“Além disso é uma proteína de fácil administração (podendo ser misturados em líquidos, comidas sólidas entre outras) facilitando o uso no seu dia a dia. Pela sua qualidade o *whey protein* não é indicado somente para atletas, mas também idosos, pessoas com comorbidades como câncer, pós cirurgias em especial cirurgias bariátricas, fórmulas infantis entre outros”, detalha Chimelli.

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos para Fins Especiais e Congêneres (Abiad), apenas no ano passado, o consumo de produtos com *whey protein* tiveram um aumento de 25%, entre nacionais e importados, em relação a 2021.

Nathalia afirma que uma maior conscientização do consumidor vem acontecendo, a fim de reduzir índices de sobrepeso e obesidade, e consequentemente índices de doenças associadas, como diabetes, hipertensão e entre outros. “O consumidor, hoje em dia, por si só, já entende que alimentos ricos em proteínas devem estar associados à um estilo de vida saudável, isso faz com que a indústria busque fortalecer diversos tipos de alimentos com proteínas, em especial a proteína do soro do leite, tanto pela sua qualidade nutricional, quanto pela tendência do consumidor a preferir essa proteína. Hoje em dia encontramos nas gôndolas dos mercados e nas prateleiras de lojas de produtos naturais uma infinidade de produtos enriquecidos com proteínas, em especial proteínas do soro do leite (*whey protein*) desde bebidas

UHT, pães, massas, *snacks*, entre outros”.

CleanWhey

A *CleanWhey* faz parte da *holding* Protesa. A Protesa é uma empresa familiar, fundada em 2011 pelo JP Chimelli, com o objetivo de importar proteínas lácteas da Glanbia nos EUA e vender para a indústria brasileira. Em 2015, a Protesa tomou a iniciativa de sair somente do mercado B2B e iniciar no mercado B2C, através da marca *CleanWhey*. Hoje em dia o portfólio da *CleanWhey* conta com *whey protein* sem sabor e saborizados, carregando o DNA da empresa, de poucos aditivos e um produto *clean label*, sem usar adoçantes ou aromas artificiais. “Temos também produtos como mocaccino proteico e lactoferrina em cápsulas, e todos nossos produtos são exclusivamente produzidos com matéria-prima Glanbia, que é uma fábrica referência em qualidade de suplementos no mundo inteiro”, finaliza Nathalia. •



Nathalia Chimelli
Nutricionista e consultora técnica da *CleanWhey*

Goiânia Tubos traz um novo conceito em linha completa para montagem industrial

Por Juçara Pivaro

Garantir a segurança alimentar nos laticínios é fundamental e o uso de aço inox é indispensável nas indústrias de leite e derivados lácteos. Atenta à qualidade de seus produtos e soluções para esse setor, a Goiânia Tubos seleciona seus fornecedores buscando os melhores produtos do mercado para atingir o máximo em qualidade, proporcionando a seus clientes materiais nobres em sua Linha Inox completa para montagem e

manutenção industrial, que inclui tubos, válvulas, chapas e conexões em geral. Para prevenir contaminações e proliferação de bactérias, por sua característica de material inerte, o inox é utilizado em praticamente todas as áreas das plantas industriais de laticínios e a Goiânia Tubos disponibiliza seus produtos para todas as etapas de produção. A empresa possui soluções para áreas de resfriamento, trocador de calor, tanques de maturação, ultrafiltração, entre outras.

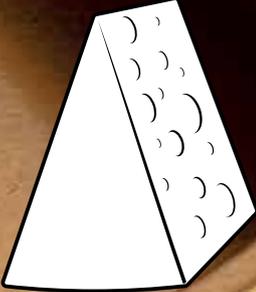


TUDO PARA MONTAGEM E MANUTENÇÃO DA SUA INDÚSTRIA, LATICÍNIO, FRIGORÍFICO E USINA





ESPECIAL

GRUPO  +FOOD

QUEIJO

Tradicionais e cada vez mais seguros

Com uma considerável fatia de mercado, os queijos frescos contam com processos de fabricação e controles que garantem a segurança alimentar dos produtos

Por: Juçara Pivaro

Por ser um queijo que não passa por processos de maturação, o Queijo Frescal é mais sujeito à contaminação, quando não são observados os critérios corretos de produção.

O queijo fresco é produzido com leite pasteurizado, coalho e sal. Esse tipo de queijo tem sabor suave, elevada umidade de massa, inclusive, dessora na própria embalagem. Gilson de Assis Sales, médico veterinário, mestre e doutor em Tecnologia e Inspeção de Alimentos de origem animal, especialista em agronegócio com ênfase em mercados, fiscal agropecuário estadual e superintendente de abastecimento e cooperativismo da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais, esclarece vários aspectos da produção desse tipo de queijo. Confira!

Contaminação

O processo de elaboração de queijos frescos exige cuidados especiais para evitar contaminação e merece atenção na obtenção do leite de qualidade, verificação das características por meio de testes, na pasteurização eficiente e correta, na produção para evitar contaminação

pela manipulação pelos colaboradores, após embalar, não permitir a recontaminação e, por fim, no transporte e armazenamento, que devem ser realizados em temperatura adequada.

As Boas Práticas de Fabricação (BPFs) são um conjunto de procedimentos que devem ser adotados em todas as áreas das indústrias de alimentos, inclusive queijarias, unidades de beneficiamento de leite e fábrica de laticínios, para garantir a qualidade higiênico-sanitária e a conformidade dos alimentos com a legislação sanitária vigente e o padrão de identidade e qualidade dos produtos de origem animal.

Com a pandemia causada pela Covid19, novos costumes e cuidados foram incorporados à rotina de produção, que devem estar previstos no dia a dia das indústrias de produção de alimentos de modo geral.

Nesse contexto, os principais pontos críticos que devem ser evitados em estabelecimentos industriais de laticínios abrangem o plano estrutural, que engloba infraestrutura da indústria, equipamentos e utensílios; e também os pontos críticos

biológicos, como manter a água de abastecimento dentro das recomendações oficiais periodicamente, fazer testes recomendados no leite durante a recepção, vestimentas adequadas para colaboradores e não permitir uso de adornos, como brincos, anéis, entre outros.

Além de todos esses pontos, é fundamental que o autocontrole seja executado por todas as empresas e, assim, o registro em planilhas de todas as ações, produtos e práticas devem ser realizados sistematicamente.

Embalagem

O queijo é um alimento vivo. Portanto, a sua embalagem deve respeitar e até favorecer sua maturação e contribuir para a manutenção das suas propriedades sensoriais.

No caso de queijos de umidade elevada (conservados sob refrigeração), a permeabilidade das embalagens aos gases tem menor importância, sendo desejável o uso de filmes impermeáveis à água para preservar a umidade do produto. Nesses casos, embalagens a vácuo previnem crescimento de fungos e leveduras na superfície.

No caso de queijos artesanais (produzidos principalmente com leite cru), as embalagens devem proporcionar a troca de gases com o ambiente. Os queijos mais úmidos podem ter problemas de umidade na casca (crescimento de microrganismos, principalmente fungos e leveduras), se as embalagens retiverem umidade suficiente e ocorrer condensação de água dentro da embalagem.

Segurança na produção

Sales salienta: “é fundamental frisar que independentemente do modelo de produção, seja artesanal ou industrial, é primordial assegurar que o leite utilizado para a produção de queijos seja de boa

qualidade. Não existe tratamento ou processos capazes de reverter ou resolver os problemas ocasionados pela utilização de uma matéria-prima de má qualidade. A atenção das boas práticas durante a ordenha também requer atenção especial para garantir a preservação das qualidades físico-químicas e microbiológicas do leite. Ademais, após ter sido ordenhado adequadamente, o leite deve ser armazenado em recipientes apropriados até o momento de seu beneficiamento”. A produção de queijos artesanais tem apresentado nos últimos anos excelentes resultados e conquistado o paladar de milhões de consumidores por todo o Brasil e também no mundo. Sales salienta: “temos observado uma profunda e sólida mudança na vida dos produtores, que passaram a se fixar nas suas fazendas com uma vida mais digna e o invertendo o fluxo, que antes era direcionado às cidades e, hoje, percebe-se que filhos retornam às propriedades para tocar a produção, aliando ideias inovadoras ao turismo rural. É um fenômeno importantíssimo que está acontecendo, que é a da sucessão rural”. Vale destacar que a produção dos queijos artesanais é, na maioria dos casos, a reprodução da cultura e da tradição de muitas regiões do nosso país, e que nos remete ao período colonial do Brasil, em que migrantes europeus trouxeram receitas do velho continente e estas foram se adaptando às realidades locais e conquistam cada vez mais consumidores. Sales ressalta: “a assistência técnica especializada e a extensão rural são elementos fundamentais para o êxito desse processo, pois auxiliam os produtores rurais a aprimorarem, reforçarem e impulsionar seu trabalho, aumentando sua eficiência através de técnicas simples e acessíveis”.•

Danubio: pioneira no lançamento do primeiro Queijo Minas Frescal, fabricado com tecnologia de ultrafiltração

O queijo tem um sabor suave, semelhante ao leite e com pouca acidez

Por: Gisele Litwinski

Danubio está no mercado desde 1986, ano em que foi fundada e agregada como uma das marcas da Vigor Alimentos. “Nossa trajetória é marcada por diversos momentos e de lá para cá fomos capazes de revolucionar o mercado de queijos e lácteos.” explica Eduardo Jakus, diretor de marketing da Vigor.

A empresa se destaca no segmento brasileiro, sendo a pioneira ao lançar o primeiro queijo minas frescal ultrafiltrado, fabricado com tecnologia de ultrafiltração e vendidos numa embalagem exclusiva, que funciona como queijeira.

Os queijos produzidos com essa tecnologia são o Queijo Minas Frescal Ultrafiltrado tradicional e o light em embalagens com 250g e 500g. Eles são fabricados com leite selecionado e utilizam o método moderno de ultrafiltração, que permite uma melhor retenção dos constituintes do leite (proteínas, soro proteínas e cálcio) no queijo, melhorando o seu valor nutricional.

“Esse modo de fabricação nos permite aumentar também o shelf-life dos queijos,

pois como todo processo é controlado, não temos nenhum tipo de contaminação por bactérias que “deterioram” rapidamente nossos produtos em relação aos queijos tradicionais”.

Permitindo que os consumidores saboreiem um produto muito mais leve e fresco. Com sabor suave, levemente salgado e textura macia, o queijo na versão light é o ideal para dietas alimentares, pois possui menos calorias e gorduras que um queijo Minas tradicional.

“O diferencial de Danubio está presente no sabor, nosso queijo tem um sabor suave, semelhante ao leite e com pouca acidez. Além de possuir um processo de fabricação diferenciado a partir do método de ultrafiltração e tecnologia de ponta que garante a preservação da pureza e qualidade superior do leite em todo processo de produção. A história da marca está enraizada na nossa excelência em entregar ao consumidor um portfólio completo para suprir todas as suas necessidades, além de proporcionar opções de refeições mais leves e saborosas do dia a dia”, finaliza Jakus. •

**JUNTOS
SOMOS
A MELHOR
SOLUÇÃO**

A Descartável Embalagens
possui soluções adequadas
às suas necessidades.

Experimente!

**AGORA PERMITE
A SOBREPOSIÇÃO
DE EMBALAGENS
DURANTE A SOLDA**



FlexBB

BAIXA BARREIRA A GASES

Nova família de embalagens para
queijos, desenvolvidas a partir de
inovadores processos de produção.

- Shelf Life Estendido
- Bom Encolhimento
- Ótima Transparência
- Excelente Brilho

SOLICITE VISITA DE NOSSOS REPRESENTANTES

Fone: +55 11 5633-5678
contato@descartavel.com.br

Av. Interlagos, 3455 • Interlagos
04.661-200 • São Paulo • SP • Brasil



**DESCARTÁVEL
Embalagens**

descartavel.com.br  

Conheça os queijos brancos do Laticínio Kamy

Por: Gisele Litwinski

O Laticínio Kamy oferece há mais de 30 anos uma linha repleta de produtos de laticínios cheios de sabor e saúde. “Alimentar as famílias com qualidade e muito carinho faz parte da nossa trajetória”, conta a Gerciane Silva, proprietária do Laticínio. Na produção de queijos, é claro, que não poderiam faltar os deliciosos queijos brancos. “Produzimos os queijos Minas Frescal Tradicional e Light, Ricota Fresca e o Cottage”, informa Gerciane. O Queijo Minas Frescal é úmido de textura macia, que representa o sabor natural do leite. O laticínio tem esse queijo tradicional e na versão light. Ele é produzido por coagulação enzimática. Já a ricota é um queijo feito a partir das proteínas do soro do leite e de baixo valor calórico. E por último, mas não menos

delicioso, o Cottage, um queijo feito de leite desnatado com alta redução de teor de gordura, de textura pastosa e sabor acentuado, recomendado para dietas de restrição de gordura e sódio. Diferente dos demais, é um queijo produzido por fermentação natural, sem adição de coagulante. O queijo branco é uma ótima opção para uma alimentação balanceada. Rico em proteína, esse tipo de queijo vai muito além do café da manhã e do lanche da tarde, pois contém minerais essenciais para o corpo, como o cálcio, que participa da formação dos ossos e dentes, e contribui para a prevenção de doenças como a osteoporose.

Ampliação da fábrica

Visando aumentar o padrão de excelência de todos os produtos a Kamy ampliou a fábrica, que agora conta com setores de fabricação divididos para cada produto. A Kamy é administrada pelo casal Gerciane Silva e Marcello Mattos, conta com 50 colaboradores e mais 80 produtores de leite que atendem em torno de 300 clientes. O casal define o trabalho em um laticínio como um grupo de pessoas que se relacionam e vão buscando o melhor caminho para o sucesso. As pessoas não estão ali apenas por causa de um salário, elas amam o que fazem. E este amor está na indústria e está entre os produtores de leite, que acreditam na família Kamy. •



Realização



10ª edição



INTERLEITE
SUL 2023

Sabemos
como
responder
às novas
perguntas
da **produção**
de leite?

2 dias
de evento

Presencial
+
transmissão ao vivo

24
palestras

Gravação
Disponível para ver
e rever por 30 dias

Certificado
Emitido pela
MilkPoint Ventures

A melhor
feira de
negócios do leite

10 e 11 de maio 2023 | Chapecó/SC | www.interleitesul.com.br

+infos: eventos@milkpoinventures.com.br | WhatsApp: 19. 99247-4357

Legislação da nova Rotulagem Nutricional é aplicada em queijos

O propósito da nova legislação é esclarecer e facilitar a compreensão das informações nutricionais presentes nos rótulos dos alimentos e auxiliar o consumidor a fazer escolhas alimentares mais conscientes

Por: Gisele Litwinski

Os rótulos de cremes e queijos das marcas que integram a plataforma UltraCheese (Cruzília, Lac Lélo, Búfalo Dourado e Itacolomy) começam a ser comercializados em conformidade com a RDC nº 429/2020 e a IN nº 75/2020, que estabelecem a nova Rotulagem Nutricional para alimentos.

O propósito da nova legislação é esclarecer e facilitar a compreensão das informações nutricionais presentes nos rótulos dos alimentos e auxiliar o consumidor a fazer escolhas alimentares mais conscientes, tendo em vista os dados de saúde da população. Isso significa que, para o mercado alimentício brasileiro, os próximos meses serão de muitas novidades. A normativa passou a vigorar em outubro de 2022 e tem prazo até 09 de outubro deste ano para que as empresas atendam à nova obrigatoriedade.

O Brasil está entre os países com maiores

índices de obesidade do mundo, sendo o quinto em incidência de diabetes, com pelo menos 30% da população adulta com hipertensão arterial. "É importante salientar a intenção de oferecer maior clareza e precisão nas informações nutricionais





FISPAL
TECNOLOGIA

27-30
JUNHO

TER A QUI - 13H ÀS 20H
SEX - 13H ÀS 18H

2023

SÃO PAULO EXPO
SÃO PAULO, BRASIL

HÁ 39 ANOS TRANSFORMANDO A
INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS!



FUTURO

SUSTENTÁVEL

EMBALAGEM • PROCESSO • AUTOMAÇÃO

Evento Simultâneo

TECNO CARNE

Realização:



Canal de Conteúdo:



Parceiro estratégico:



Filiada à:



prestadas nas embalagens. A padronização favorece a interpretação e o entendimento do consumidor”, observa Rodrigo Broetto, gerente de marketing e produtos da UltraCheese.

Uma das principais mudanças está na tabela de informação nutricional, que deve ter somente letras pretas sobre fundo branco. A nova legislação também determina a inclusão de um símbolo em forma de lupa na parte frontal das embalagens, para identificar o alto teor de gordura saturada, sódio ou açúcar adicionado. Há, ainda, mudanças nas alegações nutricionais, que separam esses três nutrientes da tabela nutricional. Elas devem conter somente propriedades nutricionais positivas relacionadas com o valor energético ou o teor de nutrientes.

Alterações demandam criatividade

Com as novas regras, caberá às marcas cumprir o desafio de manter o design atrativo das embalagens, sem deixar de lado a preocupação com a saúde dos consumidores. “A chave está em conseguir harmonizar todos estes aspectos em áreas

geralmente limitadas nas embalagens, e ainda assim proporcionar ao consumidor a identificação e o reconhecimento de suas marcas favoritas”, comenta Broetto.

Em 2022, as marcas comercializadas pela UltraCheese registraram recordes em vendas. Além de ser a mais premiada fabricante de queijos do Brasil, está sempre atenta à legislação e tem o foco na transparência, bem-estar, saúde e satisfação dos consumidores. “A declaração nutricional ocupará mais espaço nos rótulos. A ênfase nessa funcionalidade das embalagens exigirá criatividade para atrair a atenção do consumidor e se diferenciar no ponto de venda”, complementa o executivo. Para ele, as mudanças são positivas para o mercado, principalmente a longo prazo. “Inicialmente, é provável que os consumidores estranhem as embalagens e surjam dúvidas em relação aos grafismos e alertas. Acredito que com o tempo passarão a compreender melhor as diferentes formulações e isso ajudará a escolher, tendo em vista também, os aspectos nutritivos e de saudabilidade”, finaliza. •



Powered by



anufoodbrazil.com.br



FAÇA SEU CREDENCIAMENTO GRATUITO E PARTICIPE!

Participe da **ANUFOOD Brazil 2023** e conheça em primeira mão as novidades e tendências do setor de Alimentos e Bebidas.

Além dos lançamentos e inovações, você terá acesso a conteúdos especializados e voltados para o dia a dia do seu negócio. Aponte a câmera para o QR Code e confira toda a programação.



anufood
brazil

All About Food

Feira Internacional Exclusiva para
o Setor de Alimentos e Bebidas

11 – 13 Abril 2023

Distrito Anhembi, SP, Brasil



Atrações



Credenciamento

LEADING TRADE FAIRS FOR FOOD



Fórum tem foco em competitividade

O público do evento teve acesso a palestras sobre as perspectivas da economia e de soluções inovadoras de empresas para o setor lácteo

Por: Juçara Pivaro

Com o cenário da economia brasileira ainda indefinido para 2023, o Fórum Competitividade da Cadeira Láctea no Brasil, realizado pelo Milkpoint, no dia 22 de março, trouxe visão de alguns caminhos possíveis e exemplos de estratégias de algumas empresas para potencializar sua competitividade no setor.

O público do evento foi composto, em sua maioria, de gestores, diretores ou proprietários de laticínios e Valter Galan, diretor técnico e de novos negócios do Milkpoint, expôs os temas que mais despertaram a atenção dos participantes durante as palestras e informa: “as palestras relacionadas aos cenários futuros da economia nacional e, especificamente do mercado lácteo, sempre chamam mais atenção da audiência, já que dizem respeito diretamente ao negócio do nosso principal público-alvo - a indústria de laticínios.

De qualquer forma, tivemos dois outros blocos bastante interessantes e, num deles, tivemos uma palestra com o maior grupo industrial do leite brasileiro, a Lactalis, representada pela Itambé e também uma palestra da Danone, além de pitches de soluções de competitividade do produtor que muito interessam à indústria”.

Com sua vivência em eventos anteriores do Milkpoint, Galan aponta também algumas perspectivas para o setor lácteo para 2023 e, segundo ele, durante os eventos realizados em 2022, e olhando para o cenário de mercado para 2023, a visão do cenário aponta para dificuldades na economia e no crescimento do PIB, aparentemente, isso está se confirmando em função de preços elevados e do baixo crescimento econômico, além da demanda em queda no início do ano.

Os dados da Scanntech, mostrados durante o Fórum, indicam queda de 7 a 8% no

volume de vendas da cesta de lácteos no início do ano; produção em recuperação em função da melhora da rentabilidade, há indicativos de que isso possa estar acontecendo, mas os dados oficiais do IBGE ainda não saíram para confirmar ou não esta tendência; importações mais competitivas, de fato, crescem muito e são quase três vezes maiores que no mesmo período do ano passado; disponibilidade per capita em elevação e nossa estimativa é de que esteja crescendo de 5 a 7% neste início de ano; com menor demanda e maior disponibilidade, projetamos preços que não subiriam muito, o que, aparentemente, está acontecendo até agora. “Assim, em linhas gerais, o cenário de mercado que projetamos em 2022 para o início de 2023 está se consolidando”, ressalta Galan.

Destaques

As palestras apresentadas durante o fórum foram recheadas de informações preciosas para os players do mercado lácteos, entre elas, vale citar a apresentação do tema ‘Início de novo governo: quais os primeiros sinais para a economia brasileira em 2023?’ com o palestrante, Luiz Otávio Leal, economista do Banco Alfa, que falou sobre a influência do contexto da internacional atual que pode interferir no desempenho da economia mundial, apontando a inflação e aumento de juros nos EUA e a crise do Silicon Valley Banks nos EUA, pontos que podem refletir positiva ou negativamente no desempenho da economia brasileira. O PIB de 2022 foi acima do esperado - 2,9 %, alavancado pela reabertura da economia no pós-pandemia, quando o setor de serviços foi beneficiado pela retomada, além das medidas como auxílio emergencial do governo que gerou renda extra para a população e o mercado de trabalho que voltou a contratar. Leal

questiona: vai continuar assim em 2023? O PIB previsto para 2023 é de 1,61%, mas o economista lembra que, neste ano, não haverá o impulso da reabertura, o auxílio do governo que gerou consumo continuará praticamente no mesmo valor e o mercado de trabalho está estável há três meses.

Da parte das ações do governo, segundo Leal, alguns fatores podem influenciar o futuro da economia, como o Arcabolo fiscal, leis das estatais, reforma do imposto de renda e reforma tributária. Diante do cenário atual, Leal cita uma frase de Ariano Suassuna, ‘O otimista é um tolo, o pessimista, um chato, bom mesmo é o realista esperançoso’, e o economista afirma: “fico na linha do realista esperançoso”.

Em palestra com foco em ‘Como começamos 2023 em relação ao consumo de lácteos’, além de dar o panorama de 2022, Mario Ruggiero, diretor CBG, na Scanntech, destacou o desempenho do setor de queijos, que foi na contramão dos demais lácteos, apresentando crescimento de consumo e tende a continuar assim em 2023. Outro destaque apresentado pelo diretor é que, em momentos de crise, o consumidor busca alternativas, seja migrando para outras categorias, opta por mudança para marcas mais baratas, busca por embalagens maiores e mais econômicas ou menores e com menor custo. Um dos produtos que vem ganhando mercado são os compostos lácteos, que crescem na medida em que o consumidor procura produtos de menor custo.

Empresas

No bloco de palestras de empresas que se apresentaram falando sobre suas formas de atuação no mercado, a Lactalis do Brasil, foi representada por Marcelo Henrique Costa Rocha, diretor de Planejamento e

Pricing na Itambé. A trajetória da Lactalis no Brasil teve início com a compra da Balkis, em 2013, posteriormente, adquiriu a LBR, BTF, Itambé e Cativa, passando a contar com 21 plantas no país.

Costa Rocha destacou que o Brasil é um vetor do ponto de vista de futuro e tem oportunidade para crescer para a indústria global. Segundo ele, ainda temos alguns pontos a superar, mas temos muito a nosso favor, como clima e disponibilidade de água favoráveis, custo de produção competitivo e mão de obra barata.

O diretor ressalta pontos que precisam melhorar no país, como a qualidade do leite e mais organização no setor. Ele ressaltou ainda que é necessário trabalhar com as cooperativas para aumentar ganhos de escala.

No campo

Durante o evento, empresas fornecedoras para melhorar e otimizar a produção no campo trouxeram também soluções, entre elas a Rúmina, que disponibiliza soluções digitais, unindo tecnologia e sustentabilidade. Em suas palestras, a empresa apresentou algumas de suas soluções, como o Ideagri, uma ferramenta simples e prática para análise de indicadores avançados para o controle zootécnico e financeiro nas fazendas de leite. A partir de sua base de dados, a Rúmina oferece também o RumiScore, uma avaliação comparativa entre as fazendas que utilizam o sistema de gestão Ideagri, analisando 13 indicadores de desempenho. Na área sanitária, a empresa trouxe a OnFarm, tecnologia que promove o controle de mastite em vacas leiteiras. Como cerca de 50% dos casos de mastite clínica não precisam ser tratados com antibióticos, a partir da identificação do agente causador da doença o produtor reduz gastos com medicamentos,

minimiza o descarte de leite.

Outra solução da Rúmina, o RumiTank, traz tecnologia que permite o acompanhamento à distância de dados em tempo real de volume, temperatura e a agitação do leite. O RumiTank monitora parâmetros de funcionamento do tanque, reconhecendo, inclusive, as quedas de energia. Para área importante na gestão de negócios, a Rúmina desenvolveu também a RumiCash, uma fintech voltada à cadeia do leite que oferece linhas de crédito e antecipações de pagamentos a produtores pelos laticínios parceiros.

Com a questão de redução de emissões de carbono na produção está cada vez mais em evidência, a DSM apresentou a palestra 'Medida e redução das pegadas ambientais – uma realidade para o leite brasileiro', que destacou um dos desenvolvimentos da empresa para redução das pegadas de carbono na produção leiteira. Trata-se do Bovaer®, uma molécula desenvolvida pela DSM com a função de reduzir a produção de metano no animal. Sabe-se que as vacas não são culpadas pelo efeito estufa, pois representam em torno de 10% da emissão de gases de efeito estufa. Ao todo, a pecuária representa 14,5% das emissões no mundo, sendo que 66% dessa parcela vem da produção de bovinos, leite e corte, e o restante tem outras origens.

O Bovaer® é um aditivo, que adicionado a um produto para nutrição reduz na raiz a produção de metano e não causa prejuízo a humanos e nem aos animais, pois não deixam nenhum resíduo. Ao consumir esse aditivo a redução da emissão de carbono dos animais é de, pelo menos, 30%. O produto já é utilizado em vários países e, no Brasil, entre os produtores que já se beneficiam do Bovaer®, está a Fazenda Guaraci, produtora da linha NoCarbon. •



FORLAC

III FEIRA PARA A INDÚSTRIA DE LÁCTEOS

Venha **Conhecer** as **Soluções**
para a **Indústria de Laticínios**

23 A 25
MAIO 2023
EXPO LAMBARI
CIDADE DE LAMBARI
SUL DE MINAS

Visitação Gratuita
das 14h às 20h



@ForlacBrasil

Credencie-se
www.forlac.net.br

EVENTOS INTEGRADOS

Rodada de Negócios

A geração de Negócios entre
Grandes, Médios e Pequenos Laticínios

Coordenação
SEBRAE

FORLAC
Palmares Típicos
das Expositores
Show
SISTEMA
InovaLácteos

Lac
Ingredientes
Conferências, Tendências e Desenvolvimento
de Ingredientes na Indústria Laticínio

Realização



Patrocínio



Organização e Promoção



Apoio Institucional



Mídia de Apoio



Informações: (11) 2730-0522 | www.forlac.net.br | contato@rofereventos.com.br

Carga tributária é entrave para expansão do setor

No ano de 2022, o cenário do setor de sorvetes foi de recuperação, quase atingindo os volumes pré-pandemia. Esse movimento significa que, se tudo correr bem, ou seja, se economia e o clima estiverem favoráveis, 2023 estará nos patamares anteriores à pandemia. Para saber mais sobre as possibilidades de crescimento do setor no Brasil, a Revista + Leite falou com Eduardo Weisberg, presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Sorvetes (Abis).

Por: Juçara Pivaro

 consumo de sorvetes tem tudo para alcançar uma expansão considerável no Brasil, porém o presidente da Abis ressaltou o principal entrave para o crescimento – os impostos. Para ele o sorvete é tratado como um produto supérfluo, apesar de ser um alimento e existem várias distorções na tributação do produto. “Primeiramente, o produto é tributado como IPI, um absurdo, visto que tal tributo é destinado a cigarros, barcos, armas, entre outros. Apesar de conter leite e frutas, o sorvete não está incluído nos produtos da cesta básica”, destaca. Para Weisberg, é certo que o sorvete deveria ser tributado por alíquotas menos gravosas, já que é um alimento. Além disso, está incluído na regra da Substituição Tributária do ICMS, com um



Eduardo Weisberg - Presidente da ABIS

MVA (Margem de Valor Agregado) no inacreditável patamar de 70%; não tem créditos presumidos do IPI, apesar dos seus mais relevantes insumos não estarem tributados por esse imposto e como o IPI é calculado pelo preço de venda do sorvete, temos o IPI para o leite, frutas etc. Não há ponderação da desoneração do leite na tributação do PIS e COFINS, o que impõe que o setor pague essas contribuições sobre o leite.

Os fabricantes precisam pagar o ICMS-ST, o que é penoso, visto a necessidade de mais caixa para o negócio, já que o ICMS-ST é pago no mês seguinte, enquanto que o vendedor recebe pelos produtos muito tempo depois.

O presidente da Abis informa que, apesar de empregar mais de 300 mil pessoas em todos os elos de sua cadeia, não existe qualquer incentivo fiscal para o seu crescimento e, conseqüentemente, a ampliação da renda e oportunidades para os envolvidos.

As empresas do setor são obrigadas a investir na rede de frio, como caminhões, conservadoras, carrinhos, entre outros equipamentos, bens imprescindíveis para o

negócio, porém não há qualquer redução de impostos na sua aquisição, como por exemplo, ocorre com os carros destinados aos taxistas. As fábricas de sorvetes no Brasil não gozam de qualquer incentivo fiscal setorial.

Caso fosse diferente, Weisberg afirma: “haveria uma redução significativa no preço final do produto e garanto que os Estados teriam um acréscimo na arrecadação devido ao aumento do consumo per capita”. Enquanto esse cenário não passa pelas mudanças necessárias, a Abis investe em diversas ações e a principal delas é o foco no consumidor, na atenção às tecnologias e inovações no setor e em relação a divulgação desses dados ao nosso setor. Neste ano, a Abis terá um polo de informações relevantes ao mercado - O CLASH 2023 – Congresso Latino-americano de Sorvetes e Helados, que será realizado nos dias 22 e 23 de maio, na forma híbrida – on-line e nas dependências do ITAL – Instituto de Tecnologia de Alimentos, localizado em Campinas (SP). No evento, serão abordadas as novas tendências e um projeto inovador de comunicação entre o setor e os consumidores. •



ÍNDICE DE ANUNCIANTES

Anufood	45	GEA	29
Brascon	27	Goiania Tubos	33
CGL	11	Inoxpa	15
Descartável	2º capa e 03	Interleite Sul	41
Descartável	39	Lacteus	31
Fisa	53	Relco	23
Fispal	43	Teck Natha	25
Forlac	49		

MAIS LEITE – FEIRAS 2023

Anufood

Fispal

Interleite Sul

Fisa

Forlac

Seminário + Negócios



grupo+food



HÍBRIDA

South America

08 a 10 de agosto 2023

São Paulo Expo, SP - Brasil

Construindo o sabor do amanhã

O palco de inovações para as
indústrias de ingredientes,
alimentos e bebidas



Credenciamento
gratuito

fi-events.com.br



@fisouthamerica



Fi South America

Canal de Conteúdo Oficial



Parceiro Estratégico



Filiado à



Promoção e Organização



ESTAMOS DE CARANOVA!

Portal de notícias

Revista Mais Leite

Notícias, lançamentos e artigos atualizados com a credibilidade de mais de 10 anos de conteúdo do setor do leite - sem interrupção!



Acesse:

www.revistamaisleite.com.br



ANUNCIE COM A GENTE

Scaneie o QRCode:



Conheça os formatos disponíveis!

Conheça os planos de investimento e tenha a sua empresa muito mais vista pelo público que consome as notícias do mercado do leite!

- Banners Digitais
- Newsletters
- E-mail Marketing

O MAIOR EVENTO PARA LATICÍNIOS

DA REGIÃO MATOPIPA

AGORA EM NOVO FORMATO!

25 E 26
OUTUBRO
2023



TERCEIRA • • •
MATOPIPA **EDIÇÃO**

Oportunidade ímpar para que
fabricantes e laticinistas estreitem
relações, compartilhem conhecimento
e fechem bons negócios.

Acesse e saiba mais:

www.revistamaisleite.com.br/seminario/

MESMO LOCAL:

Carajás Centro de Convenções
Marabá -PA

