Edición Especial

Alimentaria

Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria Edición Nº 160 | 2018

CORREOS DE COSTA RICA
PORTE PAGADO PORTE PAYÉ PERMISO Nº 524

Ingredientes para una mejor producción

Saludables / De fácil digestión / Nutritivos / De buen sabor

Lo mejor del Ingredientes SUMMIT

Tendencias, nueva información, realidades y más en esta edición!

En **GRUPO INTERFRIO** queremos felicitar a **MAYCA Foodservice**, empresa líder en distribución y comercialización de alimentos, por la apertura de sus tiendas de autoservicio en Heredia, Jacó y Limón inauguradas en este 2018.

Agradecemos la confianza depositada en nuestras manos para llevar a cabo el diseño, ingeniería y fabricación de cada uno de sus equipos y cámaras de refrigeración en estas tiendas.

Les deseamos éxito en cada proyecto en marcha y como siempre estamos al servicio y respaldo de nuestros equipos con la más alta calidad y tecnología en nuestros componentes.

INTER FRIO

SPORLAN V.F | EMERSON | BOHN | frost-trol | Bitzer | CARLO GAVAZZI

GRUPO INTERFRIO GI S. A. COSTA RICA | Tel: 2237-0919 | servicioalcliente@interfrio.com | www.interfrio.com

KERRY

Leading to Better

Authentic Savoury™

Con nuestra plataforma de **Authentic Savory** ofrecemos un abanico de soluciones que fusionan dos conceptos fundamentales: ***Tradición y Sabor***

Los consumidores cada vez más demandan productos locales y auténticos, hechos con ingredientes confiables y fáciles de entender.

Fuente: Mintel, Locavore, 2018

Inspirado por la Cocina

Inspirado por la Carnicería

Inspirado por el Método de Cocción

Somos Kerry, la compañía de Taste & Nutrition

kerry.com

EN ESTA EDICIÓN

EDITORIAL

06 Summit Ingredients 2018
Las nuevas demandas de consumidores empiezan desde los ingredientes y materias primas

ESPECIAL

NUESTROS EMPRESARIOS

08 Autostar presenta vehículos exclusivos para la Industria Alimentaria

08 Claro ofrece beneficios exclusivos para empresarios

09 Vimat presenta nuevos sistemas de lavados de manos automáticos

10 Proquimco presenta novedades en sus productos

10 Maluquer: Nuevos aromas y sabores en productos encapsulados

12 Innove en harinas alternativas con Nutriquim

12 Intedya, especialista en consultorías en normas de calidad

TEMA DE FONDO

14 De acuerdo con Nielsen
Tres factores del consumidor actual que deben considerar los fabricantes de alimentos

17 Etiqueta limpia: nutrición sin sacrificar sabor

18 Indulgencia y saludable: sí se puede conciliar lo mejor de ambos mundos

22 Etiquetado limpio en panificación
El reto de fabricar productos con ingredientes conocidos por el consumidor

NUESTROS EMPRESARIOS

26 ABT: sabores y fragancias naturales

26 Florex presenta su nuevo producto Growash a la industria alimentaria

27 Astek: Saborizantes naturales que no afectan el sabor ni textura del producto

27 Enfogue: seguridad y mantenimiento industrial

28 Aseal: productos naturales y saludables

28 Trisan, su aliado para incrementar vida útil en los productos lácteos

29 Java: ingredientes para tendencia de Etiqueta Limpia

30 Kerry, creando soluciones completas

30 Mejore su mercadeo digital con Nobaweb

31 "Summit Ingredients 2018 innovó con formato de "Speaker Corner"

EXPORTADOR EXITOSO

32 Al tercer trimestre del 2018
Azúcar y jugos y concentrados de frutas vieron afectadas sus exportaciones

33 ¿EN QUÉ ESTAMOS?

34 INNOVACIÓN EN EL MUNDO

Alimentaria

COMITÉ EDITORIAL:
Mario Montero P. • Jorge Arturo Jara A. • Mónica Elizondo
PUBLICIDAD: Yesenia Arias
EDICIÓN PERIODÍSTICA: Angie Ramírez
FILÓLOGA: Mauren González
DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN: Medios Gráficos S.A., Ana Luisa Ramírez
FOTOGRAFÍA: Fotografía de Stock

Tel: 2220-3031 / Fax: 2220-3070
Apdo.: 7097 - 1000
San José, Costa Rica
Web: www.cacia.org
E-mail: cacia@cacia.org

Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria

Sapphire

FLAVORS & FRAGRANCES

YOU ARE WHAT YOU EAT

100% Certified Natural Ingredients

MBC PRODUCTS
COSTA RICA

info@mbcproductscr.com | (506) 2239-4883
www.sapphireflavors.com

USA COMPANY

Summit Ingredients 2018

Las nuevas demandas de consumidores empiezan desde los ingredientes y materias primas

La industria de ingredientes y materias primas es primordial para los fabricantes de alimentos y bebidas, pues es de la mano de la suplencia de productos innovadores que se puede mejorar la formulación de productos.

Esta relación ha tomado importancia durante los últimos años, donde las tendencias de productos indulgentes, funcionales y de etiqueta limpia, ha repercutido en nuevos desarrollos de ingredientes.

La Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA), conoce la necesidad de que las industrias del país cuenten con herramientas que les permitan acercarse a más y mejores ingredientes para la fabricación de productos adaptados a las exigencias actuales del consumidor, por esa razón, organizó Summit Ingredients 2018, el pasado mes de octubre, en el Hotel San José Palacio.

El fin de este evento fue lograr que los agremiados a CACIA pudieran acceder a información de primera mano de las tendencias que brindan las tecnologías alimentarias, especialmente a aquellas que requieren ingredientes particulares para la elaboración de productos alimenticios enfocados en las nuevas necesidades de nutrición y alimentación de la ciudadanía.

Por esa razón, durante el evento se impartieron conferencias de expositores internacionales y compañías de ingredientes de renombre, donde destacó un alto contenido técnico para los encargados de formulación e investigación y desarrollo de las industrias.

Se abarcaron temas como la etiqueta limpia, la cual hace referencia al desarrollo de productos cuya etiqueta se brinden características como: "más natural", "menos aditivos y más preservantes naturales", "mejor nutrición", entre otros.

Por otro lado, también se contó con la participación de 15 expositores proveedores de la industria, quienes ofrecieron sus productos y servicios, y brindaron herramientas para mejorar la competitividad del sector. En el evento destacó la participación de stands de la industria de ingredientes, quienes pudieron mostrar las cualidades de sus productos y cómo estos se ajustan a las tendencias actuales.

En esta edición de la revista Alimentaria, se brinda un especial sobre este Summit Ingredients 2018, con el cual se pretende contribuir con el conocimiento sobre los desarrollos tecnológicos, usos y aplicaciones que ofrece la industria de ingredientes, para que las industrias locales no solo logren desarrollarse de manera más amplia y competitiva, sino que sean agentes activos en materia de salud y alimentación en la sociedad costarricense.

ASTEK COSTA RICA

ASTEK

Creadores de aromas y sabores

SOMOS UNA

empresa comprometida

CON EL

ambiente

Sistema de Gestión Certificado

NSF Registered to OHSAS 18001

NSF Registered to ISO 9001

FSSC 22000

CARBONO NEUTRAL

Reconocido por el Gobierno de Costa Rica

EXPEDIENTE DCC-PP-016-2016

Ver alcance y vigencia en www.cambioclimaticocr.com

Somos esencial® COSTA RICA

WWW.ASTEK.CR

TEL. 2293 6102 • INFO@ASTEK.CR

Autostar presenta vehículos exclusivos para la Industria Alimentaria

Autostar cuenta con más de ocho años de ser el distribuidor en el país de marcas como: Mercedes Benz, camiones Freigthliner, motores Detroit Diesel, Chrysler, Dodge, Jeep y RAM, en la actualidad forma parte del Grupo Kaufmann, el cual representa las marcas del grupo Chrysler y Daimler.

Gracias a esto, posee una gran gama de vehículos diseñados exclusivamente para la distribución de productos alimentarios y de equipos para este sector, lo cual se vuelve un plus para nuestra industria.

Según Eugenia Fonseca, Jefa de Ventas de Autostar, "las unidades especializadas como Fiorino y Doblo de la línea Fiat y Vito de la Mercedes Benz son las que presentan un mayor servicio, eficiencia y rendimiento para la Industria Alimentaria, ya que muestran un servicio eficiente y con mayor rendimiento."

Claro ofrece beneficios exclusivos para empresarios

La reconocida marca de servicios de comunicaciones latinoamericana Claro, brinda llamadas gratuitas en toda la red para los servicios contratados, lo cual beneficia a la Industria Alimentaria en el área de realización de negocios, así como en el control de la mensajería masiva, por medio del servicio Claro Autosofrece de GPS.

De acuerdo con Ana Martínez, Representante de Ventas en el Área Corporativa, Claro, presenta en la actualidad el internet con mejor velocidad de descargas y datos., cuenta con rooming en toda Centroamérica; mientras que el uso de los datos con una regalía -según cada plan- está en proceso en el área de Suramérica, y en discusión en Cuba y Venezuela, donde sería también a costo cero el rooming, lo cual es de gran uso para nuestra Industria Alimentaria en el tema de exportaciones.

Vimat presenta nuevos sistemas de lavados de manos automáticos

CLEANTECH
500 C
The Only Fully Automated Handwashing Systems

TECHNOLOGY FOR HAND HYGIENE

Compact footprint perfect for use in small food production areas, labs, cleanrooms, or any location where durability is important and space is a factor.

Features
- Smallest industrial model
- Wall mount or counter mount options
- Stainless steel body, NEMA 4X electronics housing
- Cabinet mount option ideal for public use
- Stock stainless cabinet option
- Custom cabinets available
- Soap out indicator

Cycle and Activation
Automatic, via infrared photo-optical sensor
12-second wash and rinse cycle

Handwash Compliance Monitor
Counts handwash cycles, optional automatic reset counter

Solutions Monitoring
Soap empty indicator, optional red light soap out alert

Water Consumption
0.6 gallons per hand wash cycle

Electrical
100-250 VAC, 50/60 Hz, 300 W

Plumbing
2 each, ¼" male hose, hot and cold minimum 4 GPM
40-100 PSI, 50 PSI optimum, water inlet hoses supplied

Drain
Standard 1½" drain stub
P-Trap to be supplied by facility
Ideal drain height 18-20" from floor

Solutions Storage
1– One gallon container or optional 10-liter container for in-cabinet configuration only

Hand Soap
Required soap provided by Meritech
(Other solutions will void warranty.)

(Custom cabinet not included)

Dimensions
17 ¼" width x 17" depth x 21 ¾" height - wall mount
18 ¾" width x 17" depth x 21 ¾" height - in counter

Weight
70 lbs.

Shipping Weight
80 lbs.

Made in the USA. Full 5-Year Parts Warranty.

Increases handwash compliance
Eliminates 99.98% of dangerous pathogens
Up to 5 handwashes per minute
Uses 75% less water
Produces 75% less waste

CleanTech Automated Handwashing and Bootwashing Systems are protected by the following U.S. Patents: U.S. Patent #5,265,628; #5,823,447; #7,607,442; #7,607,443; #7,617,830; #7,641,740; #7,659,824; #7,682,464; #7,698,770; #7,754,021; #7,754,022; #7,757,700; #7,758,701; other patents pending.

Made in the U.S.A.

MERITECH
MERITECH.com | cleantechinfo@meritech.com | 800-932-7707

Vimat es una empresa que provee soluciones en productos y equipos de alta calidad, con representaciones exclusivas y profesionales al servicio de nuestros clientes, además cubre distintos sectores como la industria plástica, alimentaria, dispositivos médicos y equipos de laboratorio.

Fabio Espinoza, Gerente de Proyectos de Vimat, expresó que para el Summit Ingredients tuvieron la oportunidad de lanzar el sistema de lavado de manos completamente automático, en donde durante 12 segundos se realiza el proceso de lavado en el que se elimina el 99.98% de patógenos, garantizando y protegiendo la marca de cada empresa que lo utilice.

Proquimco presenta novedades en sus productos

Es una empresa enfocada a la comercialización de materias primas de alta calidad para el mercado que procesa alimentos y químicos, en esta ocasión innovan con el antioxidante BHA.

Según Lawrence Fernández, Gerente Comercial, la empresa se está enfocando en reforzar las gomas espesantes y en desarrollar el dióxido de silicio como antihumectante para refrescos y sopas en polvo.

Proquimco posee un valor y un compromiso en la Industria Alimentaria, por ello busca trasladar líquidos a sólidos y además especializarse en las aplicaciones relacionadas con sílica, con el fin de ofrecer mejores y más servicios y productos a sus clientes.

Maluquer: Nuevos aromas y sabores en productos encapsulados

Maluquer de Centroamérica S.A. nació en Costa Rica 1986, con el objetivo de producir y comercializar a una amplia gama de aromas, sabores y colorantes para el sector alimentario y farmacéutico.

Su compromiso con la Industria Alimentaria se ve reflejado en la investigación, creación y elaboración de aromas y sabores, como lo señaló David Vallcaneras del Departamento Comercial: "la empresa está innovando en productos encapsulados, mezcla de colorantes (no solo de colores primarios) y sabores líquidos (como el de sandía-albahaca)".

Maluquer ofrece a la Industria Alimentaria materias primas y brinda el sabor líquido o en polvo con diferentes concentraciones (desde 0.8% a 0.2%, por ejemplo).

Para Vallcaneras, Summit Ingredients 2018 fue útil y muy completo pues se cuenta con buenos expositores y stands funcionales de materias primas.

MALUQUER®

19 86

AROMAS, SABORES
Y ESENCIAS

EMPRESA CERTIFICADA:

BRC FOOD CERTIFICATED

BRITISH RETAIL CONSORTIUM

Desde 1986, trabajamos con la naturaleza y obtenemos lo mejor de ella para la elaboración de los mejores aromas para usted.
Disponemos de las últimas tecnologías para la investigación de aromas y aditivos, con el objeto de satisfacer a nuestros clientes con el apoyo de nuestro Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación.

Producimos:

- Aromas en Líquido
- Aromas en Polvo
- Aromas para Cárnicos
- Colorantes Hidrosolubles y Liposolubles
- Colorantes Naturales
- Preservantes
- Edulcorantes
- Estabilizadores para Helados
- Mejoradores de Harinas

CANER NICARAGUA S.A
Managua. Nicaragua.
Email: canernicaragua@maluquercr.com

CANER DE EL SALVADOR S.A
San Salvador. El Salvador
Email: canersalvador@maluquercr.com

MALUQUER DE CENTROAMERICA S.A
Parque Ind. ZETA. Santa Rosa,
Heredia. Costa Rica
Tel. (506) 2507 8074
Fax: (506) 2261 6270
Email: comercial@maluquercr.com

www.maluquercr.com

Innove en harinas alternativas con Nutriquim

Nutriquim es una compañía con más de 28 años de estar en el país, posicionándose como líder en innovación, investigación, desarrollo y manufactura de productos para la industria de alimentos en la región.

Manuel Mora, del Departamento de Ventas Técnicas S.A., explicó que la empresa está innovando en harinas alternativas altas en fibra y proteínas para enriquecer los productos tradicionales o innovadores, estas sustancias no afectan el sabor ni la textura, y se pueden aplicar en chips, pastelería y tortillas, lo cual beneficiará a la industria con nuevas tendencias en productos.

Intedya, especialista en consultorías en normas de calidad

Intedya es una compañía de transferencia de tecnología, la cual aporta a la Industria Alimentaria, en la valoración de puntos de mejora, por ejemplo, el cuido de las normas a la hora de producir.

Para Gustavo Cárdenas, quien colabora en la oficina de apoyo de gestión de la pequeña y mediana empresa, Intedya no solamente se enfoca en las prácticas mencionadas anteriormente, sino que además apoya en las normas de calidad, brinda una oferta de consultoría, apoyo, capacitación y asesoría, una de las características más emblemáticas de la empresa es que se involucra directamente con el cliente, por lo que los resultados son garantizados al 100%.

Especias y Condimentos para la Industria Alimentaria

alserro®

- Asesoría especializada
- Especias y condimentos
- Sopas, salsas y aderezos
- Panificación
- Empanizadores, marinadores coberturas
- Embutidos y cárnicos
- Ingredientes funcionales
- Bebidas
- Snacks
- Aplicaciones con soya

Alta Tecnología para la Industria Alimentaria

info@alserro.com | www.alserro.com | (506) 2441-0303

De acuerdo con Nielsen

Tres factores del consumidor actual que deben considerar los fabricantes de alimentos

Las empresas de alimentos y bebidas en la región centroamericana lidian con diferentes escenarios que afectan los hábitos del consumidor, razón por la cual es importante que los tomadores de decisiones conozcan los factores que influyen en el consumidor, y realicen los ajustes necesarios para mejorar los resultados de su negocio.

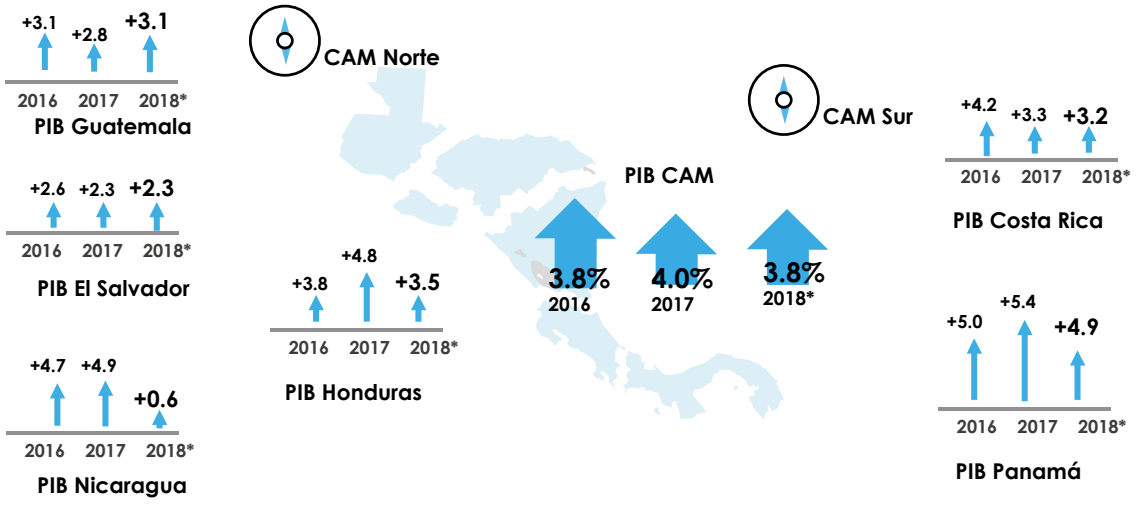
Así lo manifestó Victoria Céspedes, representante de Nielsen, durante su reciente intervención como expositora en el Summit Ingredients 2018, realizado por la Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA) en el mes de octubre.

De acuerdo con Céspedes, es importante analizar al menos tres factores claves: la tendencia de los mercados, los hábitos del consumidor y la evolución del consumo.

1. Tendencia de los mercados: Centroamérica con varios panoramas

Céspedes explicó que los seis países en los que Nielsen desarrolla negocios, la mayoría de estos está lidiando con situaciones sociales y políticas, y presiones económicas, razón por la cual los consumidores están más pendientes de la variable del precio. Guatemala es el único país que presentaría un aumento del Producto Interno Bruto (PIB) de la región este 2018, pasando de un crecimiento de 2.8 a un 3.1 con respecto al año pasado.

Nicaragua y Honduras presentarían la mayor desaceleración en su PIB en 2018



Fuente: Presentación Victoria Céspedes de Nielsen para Summit Ingredients

Además, el tema del aumento en el costo de la vida, reflejado en el incremento del índice de precios al consumidor, repercute en que los consumidores tomen precauciones sobre qué, cuánto y dónde comprar sus productos para el hogar. Un estimado de Nielsen prevé un aumento de este índice con respecto del 2017 en los países al sur de Centroamérica: Costa Rica (de un 2.6 a un 3.1), Nicaragua (de 5.7 a 6.3) y Panamá (de 0,5 a 1.6).

Particularmente en Costa Rica, Céspedes mencionó que a pesar de que es parte de los mercados emergentes, los cuales están previstos a crecer, la presión de la situación fiscal implica la erosión de la confianza del consumidor, así como otros factores como el desempleo.

Es importante tomar en cuenta que los consumidores están reaccionado ante las circunstancias del país, y cada día hay mayor disposición de visitar más tiendas para conseguir variedad y precio. "Es importante ser conscientes de la anuencia del consumidor a valorar las marcas más económicas", afirmó Céspedes, quien añadió que debido a que el tiempo promedio de compra es de cinco minutos, es necesario que los productos cuenten con una buena ubicación en la tienda y que destaque en la góndola.

2.Hábitos del consumidor: ¿qué es lo que desea comprar?

Para Céspedes, es de suma importancia que las industrias alimentarias analicen qué es lo que realmente desean sus consumidores. Por ejemplo, según datos de Nielsen, prácticamente dos de cada tres personas con una necesidad especial en la dieta, no encuentran lo necesario. Dicho de otro modo, se está dejando insatisfecha a un 30% de la población, lo cual es una oportunidad para las industrias alimentarias.

La especialista en comportamiento de mercados explicó que a nivel global, la mayoría de los consumidores podrían pagar más dinero si se les asegura que los alimentos tienen ingredientes saludables, lo cual indica que sí hay capacidad para gastar más en esos productos esenciales. En efecto, un 75% de la población considera dañinos los ingredientes indeseables o artificiales. De esta manera, el consumidor busca evitar colores y sabores artificiales, y prefiere menos grasa y azúcar. Además, pretende incluir en su dieta todo lo que sea orgánico. "Esto es clave, pues es lo que el consumidor nos está dejando saber", añadió.

En el caso de Latinoamérica, los consumidores prefieren alimentos deslactosados, bajos en grasa y en azúcar. El 60% de los latinoamericanos

quisieran tener más opciones de productos, y afirman que si las innovaciones son beneficiosas, podrían pagar más. O sea, están dispuestos a desembolsar más, si ese beneficio impacta de forma real en su estilo de vida.

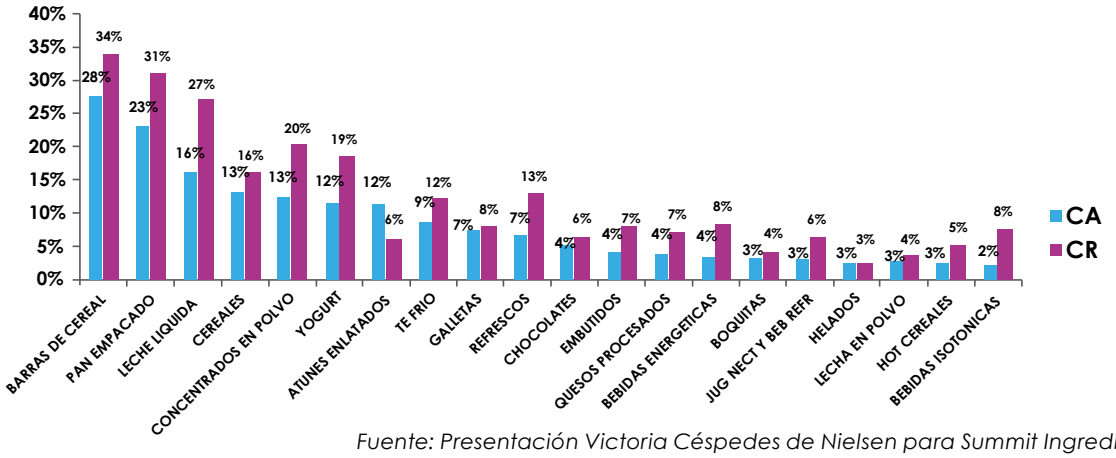
3. Evolución del consumo: ¿qué está pasando en la región?

Un último factor que Céspedes mencionó es el relacionado a cómo se comportan las diferentes categorías de productos. Por ejemplo, a pesar de que la Organización Mundial de la Salud dice que Costa Rica es el país de Latinoamérica con mayor tasa de obesidad, el país se encuentra en el ranking en el consumo de bebidas azucaradas y grasas trans.

"Por eso se habla de que somos un país bipolar. Pues, si bien por un lado, tendemos a cuidarnos con el consumo de alimentos saludables, pero también solemos buscar comida rápida", afirmó.

De acuerdo con datos de Nielsen, el consumo de alimentos y bebidas se desacelera en Centroamérica, mientras que en Costa Rica se mantiene estable. Además, el canasto de bebidas es el que más cae en ventas en valor tanto en la región (7,7%) como en Costa Rica un (6,2%), principalmente por la categoría de gaseosas la cual es la más importante. Dentro de ese canasto, Céspedes acotó que los abarrotes y los lácteos son de suma importancia, dado que integran el 50% del canasto. Precisamente, los productos que reportan mayores ventas según valor, tanto en Centroamérica como en Costa Rica, son las barras de cereal, el pan empacado y la leche líquida.

Top 20 - Peso de las ventas según valor en segmento saludable Costa Rica y Centroamérica



Fuente: Presentación Victoria Céspedes de Nielsen para Summit Ingredients

Para Céspedes, un detalle importante en Costa Rica sobre los productos de tendencia saludable, es que el sobreprecio sigue limitando su acceso a la población. Para ilustrar, expuso el ejemplo del atún light, el cual es 44% más caro que el promedio centroamericano, la leche deslactosada que está un 25% por encima del promedio de la categoría, y los cereales "saludables", los cuales cuestan un 20% del monto de los otros de su categoría. "Todos ellos tienen este porcentaje encima del precio de su categoría. Si queremos guardar la salud de los consumidores, debemos vigilar los precios", concluyó.

Etiqueta limpia: nutrición sin sacrificar sabor

Cada vez es más frecuente escuchar el término de etiqueta limpia como una tendencia en alimentos y bebidas. Se refiere básicamente a un descriptivo que ha acuñado principalmente la industria y que hace alusión a los deseos del consumidor de saber más acerca de los ingredientes presentes en sus alimentos, así como en dónde y cómo se desarrollaron.

Así lo explicó Alejandra Rullán, representante de la empresa proveedora de materias primas Kerry, durante una conferencia que brindó en el Summit Ingredients 2018, el pasado 23 de octubre en el Hotel San José Palacio, San José, Costa Rica.

De acuerdo con Rullán, a pesar de que en un estudio realizado por Kerry, ocho de cada diez latinoamericanos dijeron no entender el concepto de etiqueta limpia, lo cierto es que sí lo procuran. De hecho, un 90% de los consumidores dijo tomar en cuenta cuáles son los ingredientes que tiene un producto al realizar las compras.
Específicamente durante el estudio, se mostraron particularmente preocupados por su salud, y en busca de productos relacionados con el concepto de "etiqueta limpia", como los que se asocian con declaraciones nutricionales como: libre de gluten, bajo en grasa, sin azúcar, natural, orgánico o bajo en sodio.

Sin embargo, esta tendencia no se da únicamente con dichas declaraciones nutricionales, sino que vienen acompañadas por una demanda por productos que conserven un sabor agradable y sean convenientes. "Los consumidores tienen menos de cinco minutos para preparar un desayuno, y nadie quiere sacrificar el sabor por una buena nutrición, o sea, se busca nutrición y sabor a la vez", explicó.

Aunque dicho estudio aún se continúa realizando, el especialista brindó algunas pinceladas de los principales hallazgos encontrados hasta ahora:

- Un 69% de los latinoamericanos dice no conocer el término etiqueta limpia, mientras que un 15% dijo conocerlo pero no comprenderlo y solamente un 16% afirmó conocerlo y comprenderlo.
- Ahora hay una búsqueda de productos con edulcorantes naturales o de aquellos que optimizan el funcionamiento de la digestión y que contengan fibra y probióticos. Esto se está impulsando mucho, y es lo que se conoce como "salud para llevar".
- Los productos más consumidos en Latinoamérica son lácteos, panadería y carnes.
- Las mujeres son las más preocupadas en el tema de los ingredientes, ya que tienen a cargo la alimentación de sus hijos y familia.
- Las personas entre 18 y 34 años prestan atención en calorías y azúcares en igual forma. Además, este mismo grupo, no se preocupa por consumir fibra, y las carnes y bebidas es lo que consumen en mayor cantidad.

"Es muy importante esta tendencia de la etiqueta limpia, porque significa un mejor futuro: los consumidores ahora piensan más en sabor nutrición y salud", concluyó.

Indulgente y Saludable: sí se puede conciliar lo mejor de ambos mundos

Uno de los grandes retos que enfrenta la industria alimentaria es atender la necesidad de los consumidores por alimentos que ayuden a su salud, pero que al mismo tiempo no pierdan sus cualidades, es por ello que los especialistas de las compañía Tate&Lyle Leandro Rabino y Ruth Acosta, expusieron en el Summit Ingredients 2018 sobre diferentes ingredientes que se pueden utilizar para cumplir dicha demanda, especialmente sobre aquellos productos enfocados en tener reducciones de azúcar y de grasa.

En la actualidad, para bajar el azúcar, algunas empresas usan **edulcorantes** naturales o estevia en sus productos, con el propósito de reflejar naturalidad y frescura, sin embargo, cuando se trata de reemplazar el azúcar, hay que considerar mucho más que eso, hay que pensar en las otras funcionalidades que da el azúcar además del dulzor, tales como: reducción de punto de congelación y la reducción de actividad de agua, lo cual aumenta la vida útil o de anaquel.

De acuerdo con los especialistas una opción para sustituir el azúcar es la **alulosa**, un monosacárido que se encuentra en la naturaleza, y que tiene la ventaja de que proporciona un 70% del dulzor en comparación con el

Hariflor fuerte

Presentación: 25Kg

Harina Fuerte

Desarrollada especialmente para panaderías artesanales. Tiene mayor tolerancia en los procesos de amasado y fermentación.

Usos y aplicaciones:
Ideal para la elaboracion de pan baguette, manitas, pizza, pan cuadrado, pan ciabatta y panes europeos. Utilizada por su mayor tolerancia en panes de volúmen y fermentaciones largas.

Fhacasa

Presentación: 25Kg / 10Kg

Harina Fuerte

Es una harina desarrollada para procesos industriales, debido a su alto grado de absorción yalta proteína, es recomendada para la elaboración de panes leudados (con levadura)

Usos y aplicaciones:
Ideal para la elaboracion de pan baguette, manitas, pizza, pan cuadrado, pan ciabatta y panes europeos

Harisol

Presentación: 25Kg / 10Kg

Harina Semifuerte

Es una harina desarrollada especialmente para producir pastelería fina y repostería en pasta de hojaldre.

Usos y aplicaciones:
Para pastas batidas, pasta de hojaldre, pastas secas, donas, masas hojaldradas (con levadura)

Fhacasa · Hariflor fuerte · Harisol · Fhacasa INTEGRAL · Harisol Winter · Silver Winter · Hariperla

Información
800 HARINAS (800-427-4627)
acl.mercadeo@molinosmodernos.com

Centro de Desarrollo y capacitación
De la rotonda de las Garantías Sociales 300 mts Sur, dentro de las instalaciones del Centro Comercial Paseo del Parque

Síguenos en: FHACASA

CMI · Molinos Modernos

azúcar, aporta 0.2 calorías por gramo y tiene propiedades funcionales como la reducción de la actividad de agua y el aumento de volumen. Hace sinergia con endulzantes de alta intensidad,

La alulosa sirve para la dieta de los diabéticos, porque puede ser absorbida por el organismo, pero no metabolizada, así que prácticamente no aporta calorías. Tampoco incrementa el nivel de glucosa o insulina en sangre. Se puede utilizar en una gran cantidad de productos, con la salvedad de que su dosis recomendada varía según la categoría. "Por ejemplo, para bebidas se permite hasta un 3.5%, para yogures y postres fríos un 5% y como saborizante en bebidas no alcohólicas, un 2%; y, en general, para un consumo diario de forma segura, hasta 30 gramos", afirmó Acosta.

Según Acosta, el gran desafío es lograr un producto indulgente y estable que no afecte las características del producto, ni la vida de anaquel, como los estabilizantes, entre los cuales se pueden dividir en hidrocoloides, proteínas, emulsificantes y otros como edulcorantes.

Explicó por ejemplo el caso de un helado, donde el azúcar debe ser reemplazado cuidando la textura, y evitando el uso de rellenos de "poca calidad", pues se podría afectar la funcionabilidad. En este ejemplo ambos especialistas sugirieron la reformulación del helado, trabajando en la base, utilizando sistemas de fibras que ayudan a sustituir la grasa. Cuando el helado esté congelado, estos sistemas brindan una cremosidad adecuada.

Por su parte, Rabino, explicó que los edulcorantes de alta intensidad como el ciclamato y la sacarina, prevalecieron durante mucho tiempo, y su intención era endulzar sin aportar calorías, al igual que otros de segunda generación como el aspartame, acesulfamo-k y sucralosa (para mejorar el perfil del

dulzor). Sin embargo, detalló que actualmente la tendencia son los edulcorantes con un origen de naturalidad, como la estevia, la cual tiene la característica de ser muy estable a los PH (como en gaseosas y jugos), y además, posee alta estabilidad a lo largo de la vida útil. Para ilustrar, para una producción mínima de azúcar en la cual se reemplazaría el 30% de azúcar total del producto, se podría utilizar glicósidos de estriol.

Por otro lado, en el tema de agentes que proporcionen volumen, se puede incorporar un agente de volumen que aporte otras cualidades, como por ejemplo **una fibra,** la cual aporta cualidades sobre la salud, pero también propiedades funcionales.

Rabino explicó que las fibras son carbohidratos complejos no metabolizados en el estómago, pero sí en el colon, donde tienen una función benéfica. Asimismo mencionó otras de las ventajas de las fibras:

- Presentan cierta funcionalidad como efecto prebiótico.
- Optimizan la salud digestiva.
- Las solubles brindan funcionabilidad como agentes de textura.

Los especialistas comentaron con respecto de la reducción de colesterol, a los betaglucanos, los cuales se pueden encontrar en la avena, y que además de reducción de colesterol, tienen propiedades funcionales.

Dieron el ejemplo de una reducción de grasas en salsas, y explicaron la importancia de tomar en cuenta que entre más grasa tenga el cuerpo, menos agua va a tener en el sistema, y las salsas, como la mayonesa, poseen un gran porcentaje de grasa. En el caso de los aderezos, advirtieron que se debe cuidar los estabilizantes: entre los niveles del 50 y 65 por cierto, se puede empezar a estabilizar con los almidones nativos.

En conclusión, ambos especialistas afirmaron que existe un mundo de oportunidades, donde se puede "jugar con varios ingredientes y evaluar una o más interacciones que pueden ser benéficas no solamente para las características del producto sino también para la rentabilidad, para que el consumidor no cambie a su empresa".

Etiquetado limpio en panificación

El reto de fabricar productos con ingredientes conocidos por el consumidor

Cada vez más los consumidores buscan en las etiquetas de los productos, nombres de ingredientes que les sean familiares y de fácil entendimiento, de ahí que la tendencia de la etiqueta limpia esté tomando más auge.

De acuerdo con Rafael Urquiza, especialista de la multinacional Corbion, quien fue llevado al Summit Ingredients 2018 por la empresa Trisan Food and Tech, siete de cada diez consumidores en Estados Unidos se fijan en el etiquetado de los alimentos. Ese dato lo dio a conocer de una encuesta aplicada en el 2014 en dicho país, donde explicaba que un 82% afirmaba que lo importante de un etiquetado es que sea fácil de comprender, sin letras pequeñas y con la información presentada de forma muy clara; y que un 74% decía que lo relevante es la ausencia de nombres químicos, que tenga etiquetas fáciles de comprender y que tengan ingredientes que se puedan comprar en el supermercado o que puedan tenerse en su casa.

Esto quiere decir que están buscando entre los nombres reconocidos. Además, los elementos más considerados son las calorías, el azúcar, el sodio y las proteínas

Todo estas preferencias, también han sido producto de la influencia de las redes sociales en las personas, quienes modifican su consumo. Explícitamente dio el ejemplo que en lo personal vivió en Brasil: "en 2012 una persona muy famosa dijo que había perdido 10 kilos de peso solamente consumiendo aceite de coco, y desde ese año hasta el 2015, este

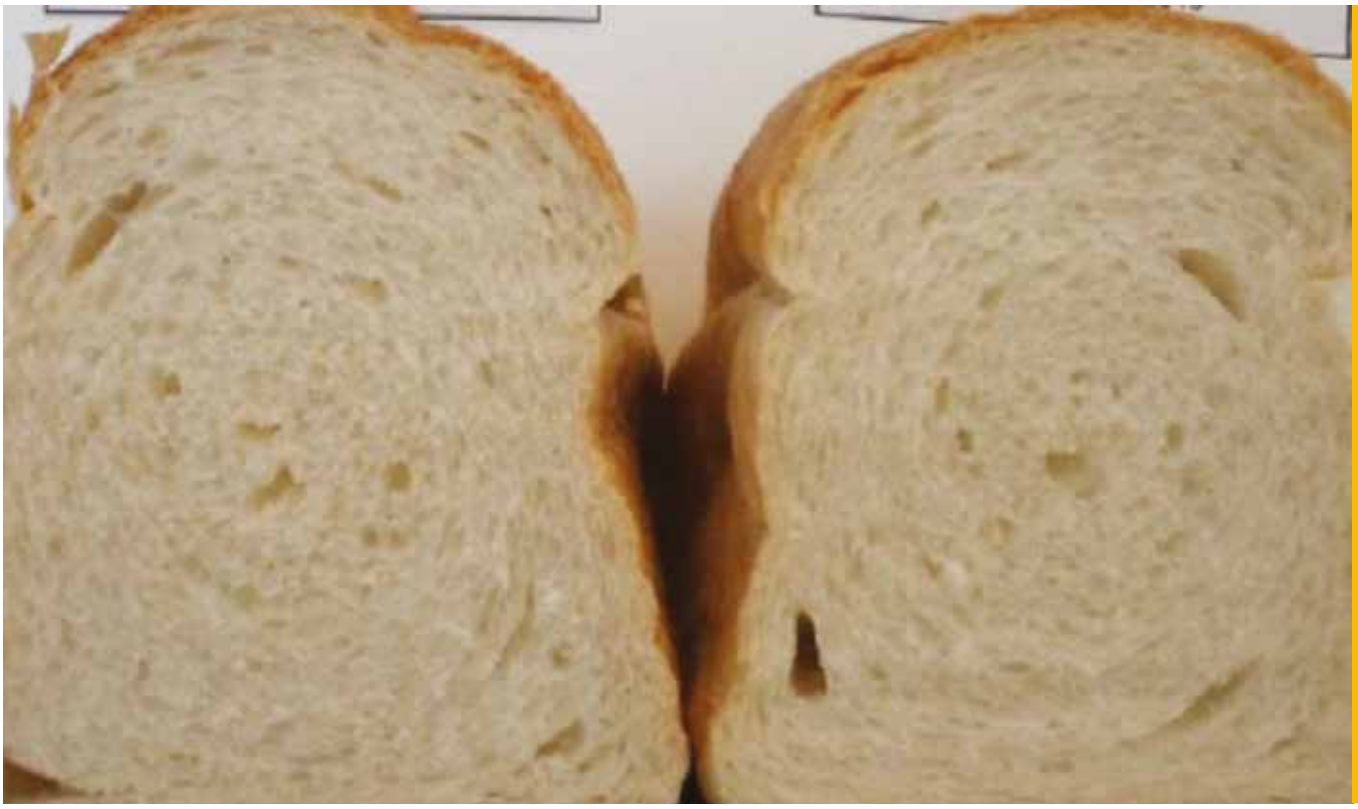
producto se posicionó como el más milagroso, se decía que servía para el dolor de garganta, de dientes y mucho más".

Sin embargo, este tipo de anuncios, explicó, siempre pasan porque hay un motivo técnico detrás, y en el caso del aceite lo que no se dijo con claridad es que si bien ayuda a quemar calorías, esto es cuando se da una condición de actividad física, por lo tanto lo que se dio fue una desinformación pues la gente ingería el aceite esperando bajar de peso, y más bien le resultaba al contrario. Dicha aspiración por bajar de peso, está alineada con uno de los motivos por los cuales las personas se fijan en la etiqueta: preocupación por la salud.

Para Urquiza, el reto está en fijar una estrategia para designar ingredientes que permitan hacer uso de la etiqueta limpia, de forma tal de que los clientes continúen consumiendo los alimentos y bebidas.

Pan con etiqueta limpia

Urquiza citó el ejemplo de un pan y dividió sus ingredientes en dos: los que se reconocen fácilmente por los consumidores, como la harina fortificada, agua, azúcar, levadura, grasa vegetal y sal refinada; y los que son químicos o de nombres poco entendibles para el consumidor, como los emulsificantes, el ácido ascórbico, ADA, propionato de calcio y ácido fumárico. Para que dicho pan pueda tener una etiqueta limpia, explicó que lo ideal sería que los ingredientes del segundo grupo sean reemplazados.



Ejemplo real de pan hecho con un emulsificante químico versus una sustitución por una enzima ascórbica.

En el caso de los emulsificantes, los cuales se utilizan de dos tipos: de suavidad y condicionantes de la masa, existen algunas alternativas:

1. **Enzimas:** fosfolipasa, hemicelulosa, lipase y alfa-amilasa. Para algunas masas más pesadas (como la mayoría de los granos) algunas veces es necesario ingredientes que den fuerza.
2. **Oxidantes:** el más famoso de etiqueta limpia es el ácido arcórbico, el cual incluso en algunos países puede ser declarado como Vitamina C.
3. **Gluten:** es un ingrediente de fuerza, común en todos los granos, sin embargo debido a que en los últimos tiempos se ha convertido

en enemigo de los consumidores y a que puede ser oneroso debido a que se requiere altas dosis, puede ser contraproducente.

4. **Lecitina:** es un emulsificante natural, que proviene del aceite vegetal refinado, sin embargo como aspecto negativo el especialista afirmó que es difícil de manejar (por la viscosidad), y que algunas veces puede tener desempeños no tan estables y puede ser muy caro cuando es necesario no tener soya en el producto (por ser un alérgeno). Además de que algunos consumidores no la consideran como un ingrediente reconocible.
5. **Grasa aceite vegetal:** ayuda tanto en la suavidad como en el proceso y tiene un costo más accesible, eso sí, afecta la cantidad de calorías en la etiqueta nutricional.
6. **Hidrocoloides:** se usan como una opción sin embargo si no se manejan adecuadamente puede afectar la textura del producto, haciéndolo "gomoso"

Para reemplazar el ácido ascórbico y el ADA, Urquiza mencionó la opción de la enzima natural: extracto de acerola, la cual tiene un sabor neutral y posee una funcionalidad similar del ácido ascórbico. Mencionó que también existen otras alternativas como transglutaminasa y la Glucosa Oxidasa.

En lo que respecta al propionato de calcio, cuya función es de preservante, y al ácido fumárico, que funciona como acidificador, el especialista señaló que se puede optar por azúcar fermentada y vinagres.

Por último, el especialista comentó que el reemplazo de ingredientes químicos va a depender de las características de cada producto, y a veces "no será posible mantener su perfil orgánico". Algunos ingredientes son fáciles de reemplazar, como el ácido ascórbico, y otros no tienen la tecnología para permitir ser reemplazados al 100%, como los fosfatos en la carne.

En la carne se está utilizando una mezcla de ingredientes saludables como vinagres, azúcar fermentada y sabores naturales. Estos remplazan, por ejemplo, al sorbato de potasio, al benzoato de sodio y a otros preservantes. Sin embargo, los fosfatos son muy difíciles de reemplazar; por lo que Urquiza les expuso a los asistentes dos opciones: las fibras cítricas y los almidones especiales. Para remplazar el nitrito y nitrato de sodio en carnes se pueden usar fermentados (como el apio) añadidos a la carne. Y, para remplazar los oxidantes, se pueden utilizar el té de jazmín y la acerola.

Además, explicó que usualmente limpiar el etiquetado impacta el costo de formulación, razón importante para considerar las regulaciones del país, ya que estas pueden afectar la implementación de los ingredientes limpios.

NO SOMOS UN BANCO.

Pero impulsamos a la micro, pequeña y mediana empresa

OPORTUNIDADES REALES PARA PROYECTOS VIABLES

2105-8181 /SBDCostaRica www.sbdcr.com

Banca para el Desarrollo
SBD

ABT: sabores y fragancias naturales

ABT es una empresa 100% natural que ofrece sabores, envases y fragancias naturales, su principal característica es la innovación en sus productos en polvo creados a base de aceite o agua para licores.
El ingeniero Kelly Castles, representante de la compañía, comentó que otro de los sectores de la Industria Alimentaria en donde están innovando con sus productos es en helados, queques y comida para perro.

Un factor muy importante de esta empresa y que le brinda un plus a la industria, es que entregan los productos el mismo día en que sus clientes los solicitan.

Florex presenta su nuevo producto Growash a la industria alimentaria

FLOREX es una empresa centroamericana de capital costarricense, líder regional en diseño, elaboración y comercialización de soluciones integrales de limpieza, la cual posee productos químicos diseñados exclusivamente para una correcta limpieza y desinfección de las instalaciones en el área del sector alimenticio.

Noilyn Esquivel, Coordinadora del Área de la Industria Alimentaria, comentó que "la empresa para este año cuenta con un nuevo producto llamado: Growash, el cual sirve para la limpieza de los vegetales, hortalizas y tubérculos, este contiene calcio, el cual permite dar firmeza al fruto y brinda una mayor retención de humedad, a largo plazo, el Growash mejorará las condiciones de almacenamiento y por su inocuidad no afecta a la salud ni al ambiente."

Esquivel señaló con respecto del Summit Ingredients, que es una iniciativa que ayuda a todos los que trabajan en la industria alimentaria, ya que da una mayor noción de todos los proveedores que se encuentran en el mercado, de las tendencias a nivel nacional e internacional, y de cómo está dirigido el sector de alimentos en Costa Rica.

Astek: Saborizantes naturales que no afectan el sabor ni textura del producto

Hace 45 años se formó en el país una empresa con capital 100% costarricense y enfocada en la innovación de productos libres de sulfitos para limpiar las etiquetas, su nombre es: Astek.

Hoy la empresa ha evolucionado y ofrece saborizantes naturales, los cuales no afectan el sabor o textura del producto porque son muy similares a los artificiales, además están explorando trabajos con colorantes naturales como el annatto.

De acuerdo con Luis Arturo Quirós, Gerente General, un aporte muy importante de esta empresa es que actualmente se encuentran trabajando en empaques para que el cliente reciba el producto dosificado, y así evitar el costo adicional de almacenaje en las bodegas.

Enfogue: seguridad y mantenimiento industrial

El área de proveeduría es sumamente importante en la Industria Alimentaria, por eso empresas como Enfogue, buscan suplir artículos para seguridad industrial y mantenimiento.

Esta empresa ofrece productos de todo tipo para las diferentes exigencias de la industria y recomienda el uso de equipos desechables que son muy utilizados en la Industria Alimentaria.

Según Esteban Fonseca, Gerente de Ventas, el Summit Ingredients constituye un escenario para generar más contactos, y tener un acercamiento diferente hacia sus clientes.

Aseal: productos naturales y saludables

Aseal es una empresa representante de reconocidas marcas a nivel mundial, creadoras de ingredientes e insumos extraordinarios los cuales se convierten en la mezcla perfecta para el desarrollo y mejora de productos.

Su enfoque es 100% natural y saludable por ello ofrecen productos como: mezclas libres de gluten, en las cuales solo hace falta agregar agua y aceite, así como sustitutos de azúcar: estevias y fibras.

Valeria Marín, Asesora Técnica en Área de Bebidas y Lácteos, agregó que la empresa ofrece fibras solubles con efectos prebióticos para las bebidas, y que están innovando en aguas saborizadas con fibra y aguas gasificadas energizantes con cafeína natural que se extrae del té.

Trisan, su aliado para incrementar vida útil en los productos lácteos

Con una trayectoria de más de 55 años al servicio de la productividad nacional y regional, Grupo Trisan representa a prestigiosos fabricantes internacionales de insumos especializados y trabaja en la introducción, desarrollo y comercialización de productos y servicios de innovación tecnológica, así como de biosoluciones amigables con el ambiente para los sectores agrícolas, veterinarios, agroindustriales e industriales.

Según Andrés Prendas, Encargado del Diseño de Proyectos para los clientes, la empresa maneja líneas para mejorar rendimientos y para reducir o eliminar por completo los nitritos. Mencionó que específicamente para el tema de mejoramiento de la vida útil en productos lácteos, de una manera natural sin afectar el sabor, están ofreciendo el uso del sorbato, el cual en el caso del yogurt, genera los mismos resultados a uno convencional.

Java: ingredientes para tendencia de Etiqueta Limpia

Una de las tendencias que más está calando en el consumidor es el de la Etiqueta Limpia, la cual va en la línea de crear productos cuyos ingredientes sean naturales y "conocidos" por el consumidor.

La empresa Java ofreció una opción para esta tendencia. De acuerdo con Fabiola Castro, Representante Técnico de Ventas, ofrecen almidones derivados de maíz, los cuales no necesitan ser modificados físicamente, permitiendo a los fabricantes declararlos como etiqueta limpia en sus productos. "Especialmente son funcionales en alimentación para niños, como colados, y en panificación". explicó.

Java además ofrece ingredientes como proteínas, concentrados de leguminosas, y fibras, y en la parte de "Sense", tienen una gama amplia de colores y sabores naturales y artificiales. También cuentan con la participación de proveedores como Danisco, el cual destaca con estabilizantes y emulsificantes, y además ofrecen productos en la línea de "sugar free".

"En la Summit pudimos aprovechar y exponer nuestras muestras. Atendimos consultas muy específicas sobre preparados de vegetales y frutas, lácteos y panificación", expresó Castro.

En Florex contamos con una línea conformada por una amplia gama de productos biodegradables especializados en la limpieza en sitio de superficies en contacto con alimentos, incluyendo limpieza de suciedad pesada en equipos o en superficies lavables, así como equipos especializados.

Además contamos con personal altamente capacitado en normativas aplicables a la industria de alimentos en la cual se facilita asesorías y acompañamientos según las necesidades específicas de cada sector.

www.florexcr.com • infoflorex@florexcr.com • Tel: (506) 2447-2323 LimpiezaFlorex

Kerry, creando soluciones completas

Kerry es una empresa que desde 1972 se encuentra colaborando en la forma y el crecimiento de la industria mundial de alimentos, con innovaciones para ayudar a los consumidores a vivir, sentirse y comer mejor.

Una de las principales características de la empresa es que no solo brinda un ingrediente sino una solución completa, de ahí que se encuentre lanzando una plataforma de sazonadores inspirados en sabores auténticos. Por ejemplo, utilizó un pollo caribeño como sazonador de papas.

También cuenta con una plataforma de tecnologías enfocadas en etiqueta limpia para panadería y bebidas, y con ingredientes fermentados y funcionales.

La solución completa, a la que apuesta Kerry va dirigida para que no cambie el sabor del producto, por ejemplo, si se quiere un snack bajo en sodio, la empresa puede preparar un sazonador con una percepción rica del sabor, y en el caso de un embutido puede colaborar con ingredientes y sabores naturales para dar toda la solución completa y darle esa experiencia al consumidor.

Mejore su mercadeo digital con Nobaweb

El objetivo de esta empresa enfocada en la tecnología, desarrollo de páginas web, mercadeo digital y herramientas nuevas en el país, consiste en dar auditorías a otras empresas, para que aprendan a manejar las páginas y publicidad.

Según Xiomara Robles, Gerente de Ventas, la labor se basa en revisar cómo está conformada la página y qué puntos de mejora hay, el producto innovador que ofrecen a la Industria Alimentaria son las auditorías.

Summit Ingredients 2018 innovó con formato de "Speaker Corner"

Un novedoso espacio llamado "Speaker Corner" tuvo lugar en el Summit Ingredients 2018, el cual resultó una innovación en dicho evento realizado por la Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA) el pasado 23 de octubre en San José Costa Rica.

El evento, el cual albergó a 16 expositores proveedores del sector de la industria de alimentos y bebidas y contó con conferencistas en temas de ingredientes y etiqueta limpia, incursionó en un formato diferente el cual mantuvo a los asistentes atentos a las diferentes novedades.

Se trata de un espacio cuyo formato consistió en brindar una entrevista a cada expositor del evento, con la particularidad de que dicha intervención se escuchaba de manera instantánea en los altavoces del auditorio del evento. De esta manera, todos los asistentes pudieron escuchar las principales novedades de los expositores, sin moverse de sus asientos.

Esta herramienta fue sumamente valiosa para las marcas expositoras, dado que constituyó una forma práctica para darse a conocer, además de que resultó ser un formato que brindó dinamismo y espontaneidad al evento.

Redes sociales activas. El *Speaker Corner* también sirvió como escenario ideal para crear contenido comercial y de calidad para difundir en las redes sociales.

Durante las entrevistas se pudieron hacer grabaciones y transmisiones en vivo, las cuales se publicaron en la página de Facebook oficial de CACIA, la cual cuenta con más de 10 mil seguidores.

Este nuevo formato brindó la posibilidad de llevar el Summit y sus participantes más allá de un edificio, y con ello brindar la posibilidad de que quedara un registro *online* de lo ocurrido.

La incorporación de este formato es parte de los esfuerzos por innovar en todos los servicios que brinda CACIA, como lo son los eventos. Todo lo anterior, siempre en la búsqueda de dar valor agregado a los asociados y de brindar más y mejores plataformas al consumidor actual.

tercer trimestre del 2018

Azúcar, jugos y concentrados de frutas vieron afectadas sus exportaciones

El más reciente recuento estadístico de la Promotora de Comercio Exterior (Procomer), dio a conocer que al cierre del tercer trimestre del 2018, el país alcanzó la suma de US$8.473 millones en sus exportaciones de bienes, lo que significó un crecimiento de 6% con respecto al mismo periodo del año anterior.

Sin embargo, la industria alimentaria, la cual representa el 14% de las exportaciones totales de bienes del país y es la tercera más importante, no tuvo resultados favorables, ya que las exportaciones de la industria tuvieron un decrecimiento del 1%.

De acuerdo con el registro de Procomer, esta cifra se dio principalmente por la disminución de un 18% en las exportaciones de productos como los jugos y concentrados de frutas y de un 22% en azúcar; bienes que por su importancia en valor tienen un impacto ensu desempeño general. Además, se reportó una disminución de 32% en preparaciones compuestas para bebidas. En total, entre los tres rubros de productos, la industria percibió 78 millones de dólares con respecto del mismo periodo en 2017.

En el caso de los jugos y concentrados de frutas, estos se vieron afectados por una merma en la disponibilidad de fruta para el procesamiento, debido a la renovación de cultivos y a la mayor exportación del producto en fresco.

En relación con el azúcar, las variaciones drásticas son características del mercado, pues se aprovechan de desabastecimientos y nichos temporales para colocar el producto en negociaciones a plazo.

A nivel de mercados, del total de 99 países donde exporta la industria alimentaria, destaca la disminución de un -23% las exportaciones a Holanda, pasando de 103 millones de dólares en 2017 a 79 millones de dólares en 2018.

Sobre la situación presentada, Marta Esquivel, Directora de Inteligencia Comercial de Procomer, comentó que esperan que el desempeño del sector mejore según se concreten ciertos contratos previstos para azúcar y que van a continuar monitoreando los precios de los frescos. "Pero sobre todo [esperamos] continuar motivando al sector para que aumente el valor agregado de sus productos y la diversificación de los destinos", agregó

Millones de dólares en exportaciones según país

País	2017	2018	Var 17-18
Estados Unidos	181,4	169,5	-7%
Guatemala	129,3	145,4	12%
México	120,4	139,8	16%
Panamá	126,1	133,2	6%
Nicaragua	122,7	119,4	-3%
Hondurtas	90,5	91,0	1%
El Salvador	78,1	85,2	9%
Holanda	103,0	79,6	-23%
China	35,4	58,1	64%
República Dominicana	42,1	45,4	8%

Fuente: Procomer, a setiembre de 2018.

BIENESTAR ANIMAL

CACIA señala exceso regulatorio y logra que se pida reglamento ante requisito de SENASA

Semanas atrás CACIA efectuó una consulta sobre la legalidad de la figura de los Certificados Veterinarios de Operación (CVO) en la modalidad camiones, ante el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC)

Gracias a este esfuerzo, la Dirección de Mejoras Regulatorias del MEIC ordenó al Servicio Nacional de Salud Animal (SENASA) el cese inmediato de los requisitos solicitados a los usuarios, hasta tanto no se emita un reglamento. Lo anterior en un plazo fijado de seis meses.

En la consulta, CACIA planteó que existe una variedad importante de alimentos industrializados, cuyos estándares de calidad e inocuidad incluyen las unidades de transporte, y que además, sus métodos y materiales de empaque, hacen que el CVO para las unidades que los transportan, no tengan ningún sentido. Igualmente la Cámara detalló un vacío en la señalización de un requisito tan específico, que deja al operador empresarial en indefensión e inseguridad jurídica.

En el documento oficial, emitido por el MEIC, la Dirección de Mejoras Regulatorias señala que si bien el SENASA cuenta con potestades para el control y emisión de los CVO para vehículos, el problema detectado radica en la forma en que se han normado los requisitos, ya que se han emitido por medio de unas "guías" y no dentro del decreto ejecutivo 34859-MAG denominado Reglamento General para el Otorgamiento del Certificado Veterinario de Operación de Vehículos.

CACIA, en cumplimiento de lo ordenado por el MEIC, recuerda a sus asociados cumplir la legislación nacional (Art.44 Ley Senasa).

Región centroamericana se reúne para analizar las tendencias regulatorias actuales

Con el fin de continuar trabajando en la línea de buenas prácticas comerciales entre detalló tuvo lugar una reunión de la Federación Centroamericana de Proveedores y Distribuidores (FECAPRODI).

La cita se convocó para apoyar a la Cámara de Distribuidores de Honduras, quien busca promover esquemas de diálogo y comunicación entre proveedores y operadores del canal detallista, que permitan incentivar y practicar las más sanas prácticas comerciales.

En la reunión también se analizaron temas importantes que afectan los procesos de comercialización como: afectación del comercio informal, las tendencias del consumo y los formatos de comercialización, así como el apego de los diversos operadores del mercado a las legislaciones en materia de competencia y defensa efectiva del consumidor.

La reunión fue liderada por el ExPresidente de CACIA, José Manuel Hernando.

CACIA presente Comisión Nacional sobre alergenos

CACIA se unió a la Comisión Nacional de Alergenos, con el objetivo de que la industria alimentaria posea información de primera mano sobre las propuestas de los miembros de la Comisión, y con el fin de buscar alianzas en las cuales las empresas, especialmente las pymes, puedan implementar exitosamente los sistemas de gestión de alérgenos.

La Cámara fue invitada a integrarse el pasado mes de noviembre. Esta Comisión está conformada por un equipo multidisciplinario de 20 miembros, los cuales son representantes de diferentes instituciones, como el Ministerio de Salud, Ministerio de Economía, Industria y Comercio, asociaciones de consumidores que padecen de alergias, representantes de laboratorios, industria alimentaria, entre otros.

La Comisión se enfoca en cuatro principales temas: legislación, gestión de alérgenos en la industria y servicios de alimentación, laboratorios y comunicación de necesidades de los consumidores.

La idea de sus miembros es trabajar estrechamente en la articulación entre sí, para alcanzar un fin común: "brindar a la población que padece de alergias alimentarias información segura en el momento de seleccionar alimentos".

Botella hecha con cartón y bioplástico ganó premio

Estados Unidos. La marca "JUST Water" recibió el premio "Mejor Solución para Envasado" en el decimoquinto Congreso Mundial de Agua Embotellada , el cual se realizó en Evian, Francia, entre el 22 al 24 de octubre, 2018.

La botella es de cartón Tetra Top®, la cual es fabricada por Tetra Pak® y cuenta con 82% de recursos renovables, principalmente cartón certificado FSC™ y bioplástico derivado de la caña de azúcar.

Los jueces otorgaron el premio por ser una "marca sólida con un mensaje claro" y por brindar un producto que gusta al cliente de un modo económico, pragmático y responsable.

"Estamos muy contentos de que JUST Water haya ganado este prestigioso premio. Esto confirma que el envase de cartón es relevante para la categoría agua, en especial, para las marcas que desean hacer más por el ambiente, sin comprometer la comodidad y la funcionalidad para el cliente", expresó Charles Brand, Vicepresidente de Gestión de Producto y Operaciones Comerciales de Tetra Pak.

Enzima de Kiwi para mejoramiento de carnes

Nueva Zelanda. La empresa Kiwienzyme Limited dio a conocer sus productos de extractos de kiwi cuya aplicación es en productos cárnicos para mejorar su sensibilidad, jugosidad y el sabor.

Esta enzima apunta a dar una opción a un alto porcentaje de cortes de la carne de res, los cuales no se clasifican como ternura superior y requieren tipos de cocción largos y lentos. Sin embargo, dicha cocción de más puede tener un efecto perjudicial sobre otras cualidades como la jugosidad y sabor.

Es por eso que la aplicación de marinadas de enzimas basadas en extractos de kiwi, con la oferta del producto KiwiEnzyme © KEP, se ofrecen como opciones económicas para el ablandamiento a gran escala de productos cárnicos.

Fuente: Food News Latam, Industria Alimenticia.

CALLIZO

SABORES

que incentivan el consumo

Innovamos y creamos, a partir de una combinación de las preferencias del consumidor, cultura y tendencias.

- DULCES
- SALADOS
- FRUTAS TROPICALES

Tel: 2239.8001 / 2239.8002
Urbanización industrial La Asunción,
La Asunción de Belén. Heredia.

info@callizoaromas.com
www.callizoaromas.com

Costa Rica | Colombia | Paraguay | Perú | Venezuela | México

Molinos de Costa Rica S.A.

Harinas de calidad para los mejores panaderos

Winter

MARFIL

PALATINA

Nacarina

FLORES

Molinos CORONA

Tel: 2429-2929 / Fax. (506) 2441-5080 / E-mail: nacarina@mocrisa.com / apdo. 220-4050
Radial Francisco J. Orlich, Alajuela, Costa Rica / www.nacarina.com