60 ANIVERSARIO

CANILEC

Lacticinios

Los lácteos son salud

julio-septiembre 2021

Líderes del Sector en entrevista François Bouyra Lacombe

*

Alimentar al mundo sin desnutrir el medio ambiente

*

Control de la Aero Contaminación en la Industria Láctea

*

El diamante de incremento real en ventas de productos lácteos

NUESTROS PATROCINADORES

PLATINO

ORO

PLATA

BRONCE

MEDIOS

EDITORIAL

Estimados Afiliados y amigos:

Es importante reconocer a las personas que encabezan los esfuerzos de las empresas que son referencia en el sector lácteo mexicano, y en esta ocasión tenemos el gusto de compartirles una entrevista con François Bouyra Lacombe, director general de Alpura, que aprovechando su amplia experiencia en el sector de alimentos y bebidas, busca imprimirle a la empresa un mayor dinamismo.

Abordando un tema técnico les presentamos una revisión de la contaminación del aire y opciones para el control de esta, un asunto relevante, aunque pocas veces atendido para garantizar productos inocuos.

No menos interesante la reflexión que nos ofrece Tetra Pak sobre la urgencia de alcanzar actividades con emisiones neutras de carbono en toda la cadena de valor, sin olvidar el reto de una mayor demanda de alimentos a nivel global.

Finalmente, se presenta una propuesta de balancear ventas considerando cadenas comerciales de terceros, cadenas comerciales propias, maquila de marcas blancas y exportaciones, con ajustes a la realidad y estrategia de cada empresa.

Ing. Mariano Salceda Servín de la Mora

DANONE

CADA YOGHURT CUENTA UNA HISTORIA

de Proyecto Margarita

Historias de amor, unión, frescura y progreso...

10 años años apoyando ganaderos mexicanos

+500 familias de ganaderos beneficiadas

x3 ingresos en un periodo de 5 años

#LoHacemosLocal

Conoce estas historias en:

- DanoneMx
- danonemx
- DanoneMexico

Lacticinios

Es una edición trimestral, editada por la Cámara Nacional de Industriales de la Leche, ubicada en Av. Benjamín Franklin, número 134, Alcaldía Escandón, c.p. 11800, Cuidad de México.
Número de certificado de Licitud de contenido 7161.
Número de la Revista al título en Derechos de Autor (002382/97), Distribuido gratuitamente por Canilec.
Contacto al Tel. 55 5271-2100 correo-e ilopez@canilec.org.mx visítanos en: www.canilec.org.mx

Edición julio-septiembre 2021

Consejo Directivo Nacional 2021-2022

Presidente	Mariano Salceda Servín de la Mora
Primer Vicepresidente	Ricardo Villavicencio Contreras
Segundo Vicepresidente	Alfonso C. Gutiérrez Vega
Tercer Vicepresidente	Roberto C. Martínez Vázquez
Tesorero	Héctor Octavio Vilches Landín
Secretario	Mauricio García Perera

Consejeros Propietarios

Xóchitl Morales Macedo
Ernesto Salinas Gómez-Roel
Alfonso C. Gutiérrez Vega
Luis Gerardo Navarro
Alfonso Moncada Jiménez
José Lavín Castañeda
José Carlos Calzada Ortega

Consejeros Suplentes

Eduardo Ruíz Galindo Bracho
Carla A. Suárez Flores
Gerardo Carranco Ortíz
Jorge Van Hoorde Barragán
Alejandro Martínez Riquelme
Rosalba Delgado Alvarado
Galya Montiel Ríos

Comisiones de Trabajo

Normalización	Alfonso Moncada Jiménez
Aditivos Alimentarios	Galya Montiel Ríos
Comercio Exterior	Eugenio Salinas Morales
Campo	Ramón Eduardo González García
Enlace Legislativo	Jacqueline Vallejo Bustillo/Roberto Carlos Martínez Vázquez
Fórmulas Infantiles	Javier Luna Carrasco
Nutrición y Salud	Ernesto Salinas Gómez-Roel/Laura Concha Cantú
Politicas Públicas	Ricardo Villavicencio Contreras

Director General

René Fonseca Medina

Contenido

- Líderes del Sector en entrevista François Bouyra Lacombe
- Alimentar al mundo sin desnutrir el medio ambiente
- Control de la Aero Contaminación en la Industria Láctea
- El diamante de incremento real de venta en productos lácteos

Diseño Editorial

V. Isabel López Salgado

DONDE HAY UN VASO DE LECHE

alpura®

HAY UNIÓN FAMILIAR

LA LECHE ES FUENTE DE PROTEÍNA.

François Bouyra Lacombe, nació en Francia y comenzó su carrera profesional en México hace más de 28 años con su entrada a Danone en 1992, empresa donde, posteriormente, apoyaría en el lanzamiento de Evian, marca de agua de nueva incursión en México. Gracias al éxito obtenido, Danone adquirió Bonafont en 1994, año en el que François dio un giro en su carrera al incorporarse a Grupo José Cuervo.

En 2001 ingresó a Grupo Lala, como Director de Mercadotecnia, François relanzó la imagen de la compañía como parte de sus primeras iniciativas, así se convertiría en Director Comercial y de Nuevos Negocios impulsando a Lala en nuevos mercados, como el de Estados Unidos.

En 2021 se unió a la familia Alpura impulsando la comunicación vertical a través de videocharlas mensuales y bajo el lema "renovarse o morir" propone la reinvención de la marca para hacerla aún más fuerte. Los resultados alcanzados por François lo avalan, y en Alpura propone un cambio radical que permita a la empresa continuar con su crecimiento y desarrollo, aún ahora, como una organización madura y consolidada. La reinvención para François es una nueva oportunidad para ganar territorio, vencer a la competencia y avanzar en el camino de ser la mejor empresa de lácteos en México, y por qué no, en el mundo.

En entevista con él, platicamos sobre el sector lácteo, una charla que enseguida les compartimos.

¿Cómo consideras que se puede promover o incentivar el consumo de productos lácteos en México?

Lo más importante es que la gente tiene que saber que la leche debe formar parte de su dieta en todas las etapas de la vida, la leche en verdad es un alimento para nutrir y disfrutar en todas las etapas de la vida.

Es una tarea de muchos, nosotros como productores, distintos órdenes de gobierno, instituciones de salud, agricultura, cámaras, trabajemos todos a favor de la nutrición en México. Por otro lado también se requiere muchísimo apoyo de los especialistas de la salud, la leche es un alimento sumamente nutritivo, necesitamos unirnos e incentivar el consumo de lácteos reales, no de imitaciones ni similares, leche de verdad, especialmente en niños, adolescentes, mujeres embarazadas y adultos mayores.

¿Cuáles son las principales barreras de consumo?

Falta de conocimiento: Hay un desconocimiento profundo de las propiedades de la leche y sus múltiples beneficios, múltiples bebidas han hecho un excelente trabajo de persuasión y han logrado llamar la atención de los consumidores, los cuales muchos han bajado la ración de lácteos y muchos otros han migrado a otras categorías de menor aporte nutrimental. Es momento de revalorizar a los lácteos por su excelente aporte nutrimental y más en estos momentos donde debemos estar bien nutridos todos.

Hay una serie de mitos en diversos grupos tales como que, la leche sólo es para los niños, mensaje muy marcado en México; la leche provoca mucosidad, inflamación, acné; la leche de vaca es sólo para becerros; y que los nutrientes de la leche se pueden obtener de otras fuentes.

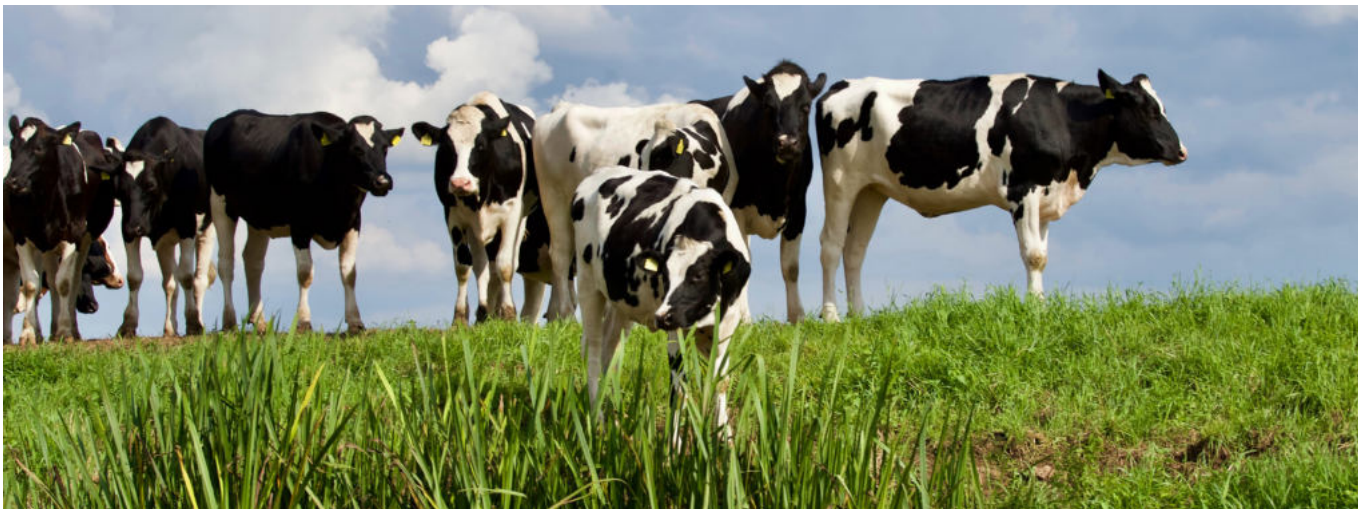
¿Cómo logra Grupo Alpura ser un ejemplo de caso de éxito?

Alpura ha sido una compañía muy resiliente, que ha enfrentado grandes retos, y es el compromiso de los ganaderos, por seguir produciendo leche de la más alta calidad de forma segura, responsable y sostenible, lo que nos ha mantenido en el mercado, generando empleos en todo México y alimentando a las familias que confían en nosotros.

Alpura debe seguir actualizándose y adaptándose a las tendencias de mercado satisfaciendo las necesidades de los consumidores, siempre elaborando productos de una calidad inigualable, sabemos de qué rancho viene cada litro de leche, estamos apasionados desde hace 49 años en ofrecer los productos de la más alta calidad en México.

¿Cuáles son los principales retos que consideras enfrenta la industria lechera?

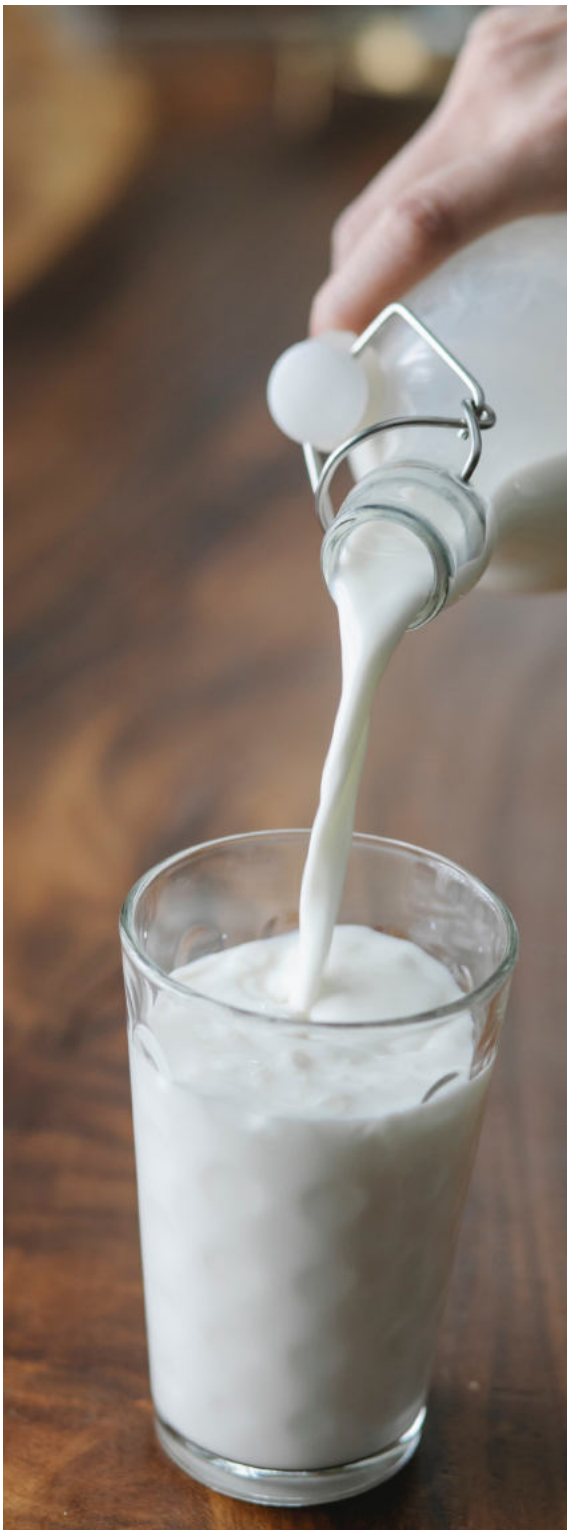
Principalmente la falta de reconocimiento del valor nutricional de la leche como fuente de proteína de alta calidad y valor biológico, aporte de nutrientes esenciales con alta biodisponibilidad como son algunas vitaminas y minerales; la desinformación sobre los sistemas de producción, dada la importancia de éstos en el desarrollo de comunidades para minimizar la pobreza a través de los miles de empleos que esta industria ofrece de manera directa e indirecta; además de la sostenibilidad y permanencia de los ranchos que han tenido fuertes incrementos en los insumos para alimentar a las vacas y por último la circulación de mitos a través de las redes sociales.



¿Cuáles son los principales beneficios que aporta la leche y qué ventajas le otorga el adecuado proceso desde los ranchos?

Entre los beneficios de la leche se destacan los siguientes:

- Alta nutrición en todas las etapas de la vida
- Aporte de nutrientes esenciales de la más alta calidad en un sólo vaso de leche, asequible y disponible todo el año
- Menor riesgo de las enfermedades no transmisibles como algunos desórdenes cardiometabólicos, diabetes tipo 2, entre otros.
- Recuperación y rehidratación después del ejercicio.
- Pérdida y control de peso
- Mejor salud ósea y dental
- Formación de tejidos
- Desempeño cognitivo
- Desarrollo motriz
- Reducción de desnutrición



Además de sus beneficios a nivel nutrición, la industria lechera apoya a ranchos locales al generar empleos en zonas rurales y urbanas, donde tambien se emplean a las mujeres.

- Contribución a la seguridad alimentaria, y al desarrollo de sistemas alimentarios resilientes y sostenibles que son equitativos y seguros, y proveen proteína de alta calidad para todos.
- La lechería progresa en el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU.
- La producción de la leche tienen impacto nutricional, económico y social de alto impacto en México.
- Las buenas prácticas en los ranchos permiten producir leche que cumple con el contenido nutricional de las NOMs, al tiempo que cumplimos con otros objetivos. .como bienestar animal, one health, entre otros.

Se ha visto muy amenazada la industria lechera por las cantidades de agua que se usan para la producción de la leche, ¿cuál es la visión de Alpura ante el impacto en el medio ambiente?

Alpura está comprometida en la producción de alimentos nutritivos de forma responsable y respetuosa con el medio ambiente. Hay muchas acciones tanto en planta como en los ranchos para tener prácticas más amigables y sostenibles con el medio ambiente que tienen, además, impacto social y económico.

Estas acciones se centran en lo siguiente:

- Manejo de los recursos
- Agua , todo lo relacionado con la extracción, uso, tratamiento, y reuso
- Tierras agrícolas: cuidar la salud del suelo y sus nutrientes
- Upcycling: las vacas tienen la capacidad de aprovechar forrajes, fibras y subproductos como son granos de destilería, pasta de soya, canola, semilla de algodón, etc., que los humanos no podemos consumir y que de no aprovechar serían sólo desechos, generando emisiones de gases efecto invernadero, contaminando posiblemente mantos acuíferos,mientras que las vacas los transforman en un alimento completo y nutritivo como es la leche.
- Manejo, eliminación de los desechos y reciclaje
- Fuentes de energías limpias
- Emisiones de gases de efecto invernadero
- Eficiencia de mayor producción con iguales o menores emisiones
- One health: salud humana, ambiental y animal, no puede haber una sin la otra

¿Qué tan cierto es que el bienestar animal de las vacas lecheras influya con la calidad y la producción de leche?

Muy cierto, cuando se trata de bienestar animal no sólo nos referimos al trato que le damos a las vacas, sino a que esten libres de dolor, lesiones y enfermedadades; libres de incomodidad física y térmica; libres de estrés, temor o miedo; libres para expresar conductas normales ; libres de hambre, sed y desnutrición.

¿Cuáles son los cuidados que da Alpura para que las vacas produzcan mejor calidad de leche?

- Instalaciones confortables, echaderos, limpieza, techos, ventiladores, acceso a espacios abiertos, disponibilidad de agua y comida.

- Tenemos nutriólogos que diseñan dietas específicas para nuestras vacas con los mejores ingredientes, los mejores forrajes producidos por los ganaderos.

- Cuidamos de su salud con el apoyo de veterinarios para monitorearlas y prevenir enfermedades.

- Usamos tecnología con software, cómo básculas, equipo de ordeño, cepillos, entre otros gadgets.

Todo esto es clave para que nuestras vacas desarrollen todo su potencial, al mismo tiempo que estén sanas y cómodas, para que produzcan la leche de calidad que siempre nos ha caracterizado.

PROTEGEMOS LO BUENO. AHORA MÁS QUE NUNCA.

Todos los días, personas de todo el mundo confían en fabricantes, distribuidores y tiendas para proporcionar alimentos y bebidas seguras y nutritivas. Con un enfoque creciente en la importancia de la salud y la sostenibilidad, esa expectativa es más fuerte que nunca.

En Tetra Pak, queremos que personas en todo el mundo tengan acceso a alimentos seguros con la máxima calidad. Como pioneros en tecnologías de seguridad alimentaria que extienden la vida útil y reducen el deterioro de los alimentos sin la necesidad de conservantes, desempeñamos un papel clave para abordar uno de los desafíos más premiantes: proteger los alimentos.

Al trabajar de cerca con nuestros socios en la cadena de valor, estamos continuamente encontrando nuevas formas de ayudar a nuestros clientes a mantener el control de su producción y responder a las desafiantes condiciones de mercado, así como las nuevas demandas de los consumidores en todo el mundo.

Nuestro compromiso para garantizar el acceso global a alimentos seguros y entregar la mejor calidad, son un ejemplo de cómo en Tetra Pak protegemos lo bueno.

PROTEGE Tetra Pak® LO BUENO

Conoce más en *https://www.tetrapak.com/mx/sustainability*

Alimentar al mundo sin desnutrir el medio ambiente

Tetra Pak

Ante la creciente demanda de alimentos, el planeta enfrentará en pocos años grandes retos para abastecer a la población mundial, pues la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO por sus siglas en inglés) estima que para 2050 seremos 9 mil millones de personas y se necesitará hasta 70% más de alimentos, por lo que además de garantizar que estén disponibles en todas partes y sean seguros para la salud, será relevante considerar la huella de carbono que genera su producción y el impacto en el medio ambiente.

Además de este escenario, la FAO señala que 33% de los alimentos producidos a nivel mundial se pierde o desperdicia, en tanto que México contribuye con 28 millones de toneladas al año, es decir, que cada mexicano desperdicia 249 kilogramos de alimentos, según estimaciones de un estudio realizado por la Comisión de Cooperación Ambiental (CCA).

Hoy por hoy, tanto la producción de alimentos como el desperdicio, generan emisiones de carbono que poco a poco se han convertido en uno de los retos de la industria de alimentos y bebidas, sobre todo al identificar y disminuir estas emisiones en toda la cadena de valor, principalmente en la producción de los alimentos, el origen de las materias primas y los recursos que se utilizan para producirlos y transportarlos.

Una economía circular baja en carbono

En el camino hacia la sostenibilidad en la producción de alimentos, la economía circular es una alternativa en la que los fabricantes eliminan el desperdicio, reutilizan y reciclan materiales, además de regenerar sistemas naturales para reducir el impacto de la industria en el medio ambiente. Sin embargo, las marcas pueden hacer una mayor contribución al planeta, impulsando una economía circular baja en carbono.

Esta vía toma en cuenta el impacto climático de las materias primas y la cadena de valor de la producción de los alimentos, lo cual significa que las operaciones funcionan con energía renovable, procesos de fabricación altamente eficientes y logística que reduce el uso de combustible. Todo ello permite que las marcas generen un cambio positivo para las empresas, los consumidores y el medio ambiente.

La economía circular baja en carbono forma parte de la estrategia de sostenibilidad de Tetra Pak®, un compromiso que implica minimizar el impacto de sus envases en la naturaleza, lo cual forma parte del ADN de la compañía, pues un envase tradicional está conformado 75% por cartón, material que al ser renovable deja una menor huella ambiental en comparación con otros sistemas de envasado, además de que 100% de los envases cuenta con la certificación FSC® (Forest Stewardship Council®), lo que garantiza que el cartón proviene de una gestión forestal sostenible.

Además de la renovabilidad de la materia prima, los envases de Tetra Pak® son reciclables y desde hace más de 10 años, en México se ha invertido en la infraestructura para acopiar y transformar los envases en nuevos productos, logrando en 2020 reciclar 43,676 toneladas a través de la inciativa Aliados en reciclaje, la cual contempla 18 empresas mexicanas que utilizan los envases de Tetra Pak® como materia prima para producir papel higiénico, cajas de cartón, suelas para zapato, mobiliario urbano, entre otros nuevos productos.

En este camino hacia la descarbonización, el reciclaje es sólo una parte importante en la visión de Tetra Pak®, ya que un importante propósito de la compañía es crear el envase del futuro fabricado en su totalidad con materiales reciclados y/o de fuentes renovables bien gestionadas; totalmente reciclable y neutro en carbono. Todo ello sin renunciar a su seguridad y funcionalidad. Un proyecto que responde a la necesidad de un cambio urgente en los compromisos de la industria y de la sociedad frente a la crisis global, social y medioambiental.

El compromiso de Tetra Pak® con la sostenibilidad ha hecho que a lo largo de su historia trabaje en el desarrollo, tanto de mejores envases, como en el impulso de las acciones necesarias para la circularidad de sus materiales, por lo que actualmente trabaja en el desarrollo de materiales de origen vegetal y polímeros reciclados, además del uso de energía 100% renovable, el diseño de envases con formatos y tamaños que ayuden a evitar el desperidicio de alimentos y el impulso de la circularidad de los materiales a través del reciclaje de los envases.

Y dentro de esta prioridad estratégica para impulsar una transformación sostenible, Tetra Pak® se estableció una meta de cero emisiones netas en toda la cadena de valor para 2050, respaldando esto con un objetivo intermedio para el año 2030 de cero emisiones netas de carbono en sus propias operaciones, a través de la mejora de la eficiencia energética, alianzas con proveedores y actores relevantes interesados en el tema, y el desarrollo de cadenas de reciclaje sostenibles.

Una solución de bajas emisiones para el sector lácteo

Además de los sistemas de envasado, Tetra Pak® cuenta con una gran experiencia en equipos de producción y procesamiento de alimentos, al contar con una trayectoria de casi 70 años en el mundo, y casi 60 en el mercado mexicano. Actualmente a nivel global y a través de sus clientes, tiene en funcionamiento casi 110 mil máquinas, además de 53 plantas de producción de envases, tapas, popotes, entre otros materiales para envasado.

A través de la innovación, Tetra Pak® ofrece soluciones que permiten reducir el consumo de agua, la huella de carbono y las pérdidas de producto. Y también cuenta con servicios de evaluación comparativa y mejora medioambiental, los cuales ayudan a los clientes a alcanzar sus propios objetivos de sostenibilidad, a través de equipos y envases con bajas emisiones de carbono, gracias a la reducción de los costes operativos que estos generan.

Dentro del sector lácteo, recientemente Tetra Pak® dio a conocer su nuevo portafolio de soluciones de tratamiento térmico UHT 2.0 y su nuevo equipo de envasado Tetra Pak E3/Speed Hyper, las cuales dan respuesta a las necesidades urgentes de la industria láctea en materia de sostenibilidad y a su compromiso con la innovación para reducir la huella ambiental.

La implementación de la nueva cartera de soluciones reducen el consumo de agua y vapor durante el procesado y envasado del alimento, al mismo tiempo que generan menos aguas residuales, lo que contribuye a reducir los costes asociados a su posterior eliminación. Por su parte, la instalación de una estación Tetra Pak® de filtrado de agua, complementaria a la unidad Tetra Pak E3/Speed Hyper, ayuda a los productores a recuperar hasta 5,500 litros de agua por hora de funcionamiento de la máquina de llenado (hasta un 95%), al mismo tiempo que contribuye a reducir el consumo de agua.

Combinar la solución UHT 2.0 con la tecnología OneStep y el Tetra Pak® E3 / Speed Hyper da como resultado una alta puntuación en los índices de referencia de la industria en materia de sostenibilidad, con una puntuación para el índice de gases de efecto invernadero (GEI) de 0.8, una puntuación en el índice de agua de 0.3 y una puntuación de pérdida de productos de 0.7. En comparación con una solución de línea convencional, esta solución óptima integrada reduce las emisiones de GEI en un 20%, el uso de agua en un 70% y las pérdidas de producto en un 30%.

Como parte del objetivo de alcanzar las emisiones netas de carbono en toda la cadena de valor en el año 2050, Tetra Pak® desea ser parte de la solución dentro del sector lácteo mundial, ayudando a mitigar el cambio climático. Para lograrlo, la compañía tiene como prioridad acelerar el desarrollo de equipos y soluciones de envasado bajas en carbono, al mismo tiempo que ayuda a sus clientes a alcanzar sus objetivos de reducción de emisiones, ya que la innovación y la cooperación son claves en este camino hacia la descarbonización.

NUEVA LECHE
SIN REFRIGERAR*
LALA
100®
sin lactosa
Entera
Deliciosa y cremosa[1]
¡pruébala!
[1]vs. Lala 100® Sin Lactosa parcialmente descremada.
ALIMÉNTATE SANAMENTE Y MANTÉN UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Nestlé
CUIDA EL BIENESTAR DEL PLANETA
Fábrica Nestlé Lagos de Moreno, Jalisco.
Nestlé
cero agua
Marcas Registradas usadas bajo licencia de su titular, Société des Produits Nestlé S.A., Avenue Nestlé 55, 1800 Vevey, Suiza
Desde 2005 Nestlé ha usado 60% menos agua por tonelada producida.
La fábrica de Nido es autosuficiente al aprovechar el agua extraída de la leche.
Nosotros ya elegimos bienestar, elige tú también.
Nestlé

México

clauger

Enfriamiento rápido • Trazabilidad • Servicios y auditorías

Túneles y celdas de enfriamiento rápido de yogurt

CLAUGER DE MÉXICO
Av. Paseo industriales #198 Int. 2 y3
Fracc. Industrial Parque
Central Guanajuato
C.P. 36827-Irapuato, MÉXICO
Tel. +52 (462) 626 01 23
comercial@clauger.com.mx
www.clauger.mx

Control de la Aero Contaminación en la Industria Láctea

Clauger de México

El control de la aero contaminación es uno de los desafíos fundamentales en varios procesos de fabricación industriales. En la industria láctea, es uno de los parámetros para garantizar la seguridad alimentaria de los productos que llegan al mercado.

Derivado de la pandemia actual, ha habido un cambio de hábitos alimenticios en la población, la cual demanda que los productos sean más naturales y libres de conservadores.

Para obtener un producto sin conservadores es primordial controlar la calidad del aire del ambiente en donde el producto es fabricado, por lo que es indispensable evitar la aero contaminación.

¿Qué es la aero contaminación?

El aire puede ser el medio de transporte de elementos contaminantes que vienen del exterior de una fábrica, y también puede ser el medio de propagación y de dispersión de un contaminante de una sala a otra en el interior de la misma. Los elementos contaminantes más comunes en el aire en las fábricas de productos lácteos son las bacterias, levaduras, polvos, virus, hongos y alérgenos.

Todos los productos lácteos son portadores de una carga microbiana, la cual se reduce después de un tratamiento térmico, ya que, dentro del proceso de fabricación, se trata de evitar la entrada de presión microbiana externa.

La húmedad es conocida por ser la primera enemiga de la contaminación del aire

El agua se encuentra presente en el aire como vapor en los procesos donde hay mucha humedad, también se localiza dentro del mismo producto lo que constituye una mayor presencia de organismos vivos en la materia prima alimenticia.

De la misma manera, es parte en el proceso de fabricación como medio de limpieza y se puede encontrar en forma de condensación, como resultado de la diferencia de temperatura entre el producto frío y el aire ambiente húmedo caliente.

El control de los organismos vivos es un reto en la transformación y en la conservación de los productos lácteos alimenticios. Las bacterias y/o las levaduras predominan en los ambientes industriales húmedos, mientras que los hongos en forma de esporas predominan en el aire.

Indicadores de contaminación para los industriales

Los industriales deben respetar las normas relativas al diseño de las instalaciones y de los equipos, las cuales hacen referencia a la concepción higiénica de las máquinas, de los equipos de tratamiento de aire. Asimismo, es importante tomar en cuenta el diseño de los flujos de aire entre las salas de la fábrica.

Deben implementarse procedimientos de limpieza de los equipos, de las salas y del sistema de tratamiento de aire. Así como, llevar a cabo un plan de mantenimiento y de control continuo de calidad, el cual contemple acciones como el reemplazo de los filtros de aire, supervisión de la calidad de aire con una medición de conteo de partículas.

La no aero contaminación

La buena calidad del aire es el resultado de una buena coherencia entre el diseño de las instalaciones y el respeto correcto de los procedimientos de calidad, de higiene y de mantenimiento.

Controlar los flujos de aire y su calidad bacteriológica permitirá a los industriales:

- Mejorar la calidad del producto final, reduciendo el consumo de conservadores y aumentando su vida de anaquel.

- Evitar la aero contaminación, lo que disminuye el riesgo de contaminación del producto, en consecuencia, la tasa de productos desechados por no cumplir con la normatividad es menor (convirtiéndose en un beneficio económico para los industriales, porque así no se genera desperdicio).

- Mejorar el uso de los equipos, adaptando su limpieza y mantenimiento.

- Generar un ahorro energético y económico, por ejemplo, una unidad manejadora de aire con filtros limpios consume menos energía. Por el contrario, si un filtro no es cambiado con regularidad y se encuentra saturado, su consumo de energía será mayor.

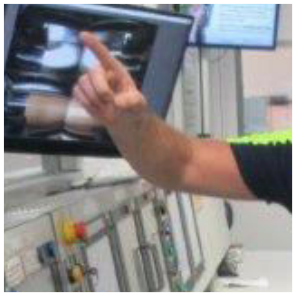
Clauger de México acompaña al cliente en todas las etapas de diseño, fabricación, instalación, servicio y mantenimiento de los equipos de tratamiento de aire de las plantas de lácteos.

Es fabricante de sus propios equipos con materiales que permiten la sensibilidad, la limpieza y la resistencia a ambientes húmedos y agresivos, caracterizados por ser altamente higiénicos y accesibles para su limpieza.

Es importante mencionar que Clauger de México ha desarrollado un concepto de auditoría de los flujos de aire: el E-Streaming, este dispositivo patentado, el cual permite a los industriales medir y monitorear en continuo los flujos de aire entre las salas, alertar en caso de que exista una anomalía en la dirección del fujo de aire (ausencia o inversión de flujos) y realizar acciones correctivas.

Además, dentro de sus actividades, realiza auditorías sobre la gestión de flujos de aire y su calidad microbiológica, así como dar un acompañamiento al cliente durante crisis de aero-contaminación.

Clauger de México, es una empresa de origen francés, especialista en tratamiento de aire y refrigeración industrial para los productos lácteos, tiene más de 25 de años de presencia en México brindando soluciones a llave en mano, a la medida, fáciles de implementar para mejorar la protección de las personas y los productos alimenticios.



En **SIG** continuamos trabajando incansablemente alrededor del mundo, nuestras plantas trabajan día y noche para asegurar que nuestros socios puedan suministrar alimentos y bebidas a los consumidores de manera ininterrumpida y siempre bajo los más altos estándares de calidad.

Queremos expresar el profundo agradecimiento y respeto que sentimos por cada miembro de nuestro equipo y nuestros socios, que han ido muchomás allá en estos tiempos sin precedentes.

SIGamos llevando juntos alimentos y bebidas seguros, asequibles y sostenibles a los consumidores de nuestro país y del mundo.

SIG

EXCELLENCE • ENGINEERED. SOLUTIONS • DELIVERED

Encuentre más acerca de las soluciones que ponemos a su alcance en
www.sig.biz/mx

El diamante de incremento real en ventas de productos lácteos

POR: CEO. RAÚL RODRÍGUEZ ESCOBAR, GLOSEL OPERATIONS SA DE CV

Lograr la ecuación integral más beneficiosa de comercialización de los productos lácteos, es una exigencia actual y futura impostergable para la continuidad y crecimiento de las empresas lácteas.

Se debe conceptualizar

El diamante con las más importantes,

Las cuales son:

CONTRIBUIMOS A TU SALUD INTESTINAL

El ***Lactobacillus casei* Shirota** es una bacteria probiótica capaz de llegar viva hasta el intestino, resistiendo el paso por los jugos gástricos y bilis para establecerse temporalmente en la microbiota intestinal.

El consumo diario del ***Lactobacillus casei* Shirota** ayuda a mantener el equilibrio de la microbiota intestinal y contribuye a:

- Tener una buena digestión.
- Mantener el buen funcionamiento del Sistema Inmune a nivel gastrointestinal.
- Prevenir infecciones gastrointestinales.
- Disminuir las molestias del estreñimiento.

www.yakult.com.mx

Alimentos funcionales desarrollados por el Instituto Central de Investigaciones Microbiológicas Yakult y reconocidos por el sistema FOSHU en Japón.
FOSHU: Foods for Specified Health Uses.

Yakult

CULTIVOS LACTICOS

DuPont™ Danisco®

ALCATRAZ®

DISTRIBUIDORA ALCATRAZ, SA DE CV

Tel.: (55) 6716 4928 / (55) 6716 4910
alcatraz@distribuidoraalcatraz.com / www.distribuidoraalcatraz.com

Las marcas DuPont™ Danisco® son marcas y/o marcas registradas de E.I. du Pont de Nemours and Company y sus filiales.

Se debe visualizar la comercialización Integral a nivel de la cadena de valor láctea, vital para realizarla con éxito.

Con base en lo que hemos observado, el balance más adecuado de ventas debe venir de un 40 % por cadenas comerciales, un 25 % de la cadena comercial propia, un 20 % de maquilas de marcas blancas y un 15 % de exportaciones, por supuesto ajustado a la realidad y estrategia de cada empresa láctea. No realizar las 4 opciones, compromete actualmente y a futuro la viabilidad de las empresas.

Sus beneficios principales, demuestran que se deben realizar las 4 opciones principales:

- Cadena comercial propia
- Exportaciones estratégicas
- Cadenas comerciales
- Maquilas de marcas blancas

JBT STERIDEAL® COIL STERITWIN-COIL ™

Solucion UHT de calentamiento indirecto y de inyección directa de vapor en un mismo equipo.

Sistema UHT tubular y en espiral.

Capacidad de procesar productos de baja y alta viscosidad, con y sin partículas o fibras.

Equipo modular y de alta eficiencia.

Bajo costo de mantenimiento

STERITANK

Tanque aséptico con capacidad de 10,000 hasta 50,000 litros.

Operaciones versatiles y flexibles.

Bajo costo de mantenimiento.

Equipados con sistemas de CIP& SIP.

JBT ASEPTEC®

Llenadora aséptica lineal para:

- PET, PP y HDPE
- Pouch

Producción continua de hasta 120 horas

Capacidad de procesar productos de baja y alta viscosidad, con y sin partículas o fibras.

Aprobación FDA para el llenado aséptico de productos de baja acidez.

Exactitud en el llenado y diseño modular.

Centro de servicio y refacciones con soporte global.

A continuación se mencionan:

Cadena comercial propia

- El precio de venta al consumidor es fijado por el fabricante.
- La utilidad de una cadena comercial ahora la recibe el dueño de la cadena de tiendas propia.
- Toda la imagen de la cadena de tiendas refuerza y está enfocada a las marcas propias.
- El flujo de efectivo está más a disposición del dueño de la cadena propia.
- Potenciar el prestigio de la marca y sus productos específicos.
- El mejor posicionamiento y enfoque al cliente se logra teniendo su propia tienda exclusiva de su marca comercial.

Exportaciones estratégicas

- Crecimiento y posicionamiento internacional.
- Multiplica la presencia de los productos.
- Diversificación y compartir los riesgos empresariales.
- Promoción de las economías de escala a nivel internacional.
- Mejora el prestigio de las empresas por ser globalizadas.
- No depender sólo de las condiciones del mercado o del país de origen.
- Desarrollar productos con diferentes características a las del país de origen.
- Posibilidad de tener otra estructura de precios y rentabilidad mejor a la del país de origen.

ESSI, ESPECIALISTAS EN PROCESOS UHT,
DESDE EL ACOPIO, HASTA FINAL DE LÍNEA

Soluciones Eficientes

SOLUCIONES PROCESOS | SOLUCIONES ENVASADO | SOLUCIONES FINAL DE LÍNEA

¡Juntos Sumando Valor a la Industria Láctea!

www.essi.com.co | ximena.saavedra@essi.com.co | +52 5519110651

Soluciones Eficientes

¡COMPROMETIDOS CON LA CALIDAD DE TUS PRODUCTOS!

Presentes en 19 países

Cadenas comerciales

- Acceso a muchos puntos de venta a la vez, en base al tamaño y despliegue de la cadena.
- El producto está expuesto ante miles de consumidores, con la estrategia definida.
- Las entregas se concentran en unos cuantos centros de distribución, de cada cadena.
- El alcance del producto se extiende a todos los mercados donde tiene presencia la cadena.
- El producto adquiere prestigio en el mercado.
- Se requieren menos vendedores pues los pedidos se realizan automática y electrónicamente, con compras planificadas.
- Mayor garantía de cumplimiento de pago a tiempo de las facturas, en base a los contratos
- El mercado se ampliará conforme se extienda la red de sucursales de la cadena.

Maquilas de marcas blancas

- Certeza de mayor probabilidad de venta ligada al esfuerzo de diseño de al que se la maquila.
- Concentrarse en productos ya definidos , diseñados y validados.
- Volúmenes interesantes cuando se le maquila a cadenas comerciales con sus marcas.
- Volúmenes interesantes si se le maquila a un gran productor con marcas muy posicionadas.
- Concentrarse en líneas de producción muy específicas.
- Se le da mayor utilidad y uso a la capacidad instalada.
- El incremento de ventas está ligado al esfuerzo y liderazgo de al que se le maquila.

THE PERFECT PARTNER™

Para un yogur de lujo con alto recuento de células probióticas

nu-trish® Premium

Ofrezca a los consumidores una sensación que va más allá de la indulgencia, textura y sabor mediante el uso de un cultivo que incluye los probióticos más documentados del mundo

CHR HANSEN

Encuentre más información sobre nuestros cultivos nu-trish® Premium en www.chr-hansen.com

Sí existe una certeza concreta, responsable y directa de obtener, vía la comercialización integral de una organización, excelentes resultados. El hacer negocios viables, estables, rentables, en crecimiento, con innovación y mejora continua suficientes, para también avanzar en el sector y despegar del promedio, para ser el *Best in Class*, es totalmente viable y costeable para la empresa que se decida.

Sí, la gran diferencia la hace, no sólo saber que existen opciones de comercialización, sino quién realmente las aplica , realiza y lo haga por las razones correctas de enfocarse y satisfacer las expectativas y necesidades de sus grupos de interés.

En estos momentos de crisis mundial, es necesario aplicar en concreto acciones contundentes de comercialización integral para asegurar la viabilidad de las empresas lácteas.

DE UN MOMENTO COMÚN, A UN
SANTO MOMENTO
SANTA CLARA
1924
Leche
ENTERA
100%
PURA DE VACA
CREMOSA*
SANTA CLARA
1924
Leche
DESLACTOSADA
100%
LECHE DE VACA
SANTA CLARA
1924
COME BIEN. HOLA 800 704 4400 llama sin costo INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR
SANTA CLARA es una marca registrada de KOLACT, S.A.P.I. de C.V.D.R. © KOLACT, S.A.P.I. de C.V. 2021.

CANILEC

CONGRESO DEL SECTOR LÁCTEO 2021

8 AL 10 DE SEPTIEMBRE

VIRTUAL

zoom

EVENTO GRATUITO

PLATINO

DANONE

alpura

LALA

ORO

SIG

Valle

SANTA CLARA

Tetra Pak

PROTEGE LO BUENO

PLATA

Nestlé.

iff

BRONCE

Yakult

clauger

CHR. HANSEN

IBT