

REVISTA

EDICIÓN ENERO - MARZO 2022

LACTICINIOS

LOS LÁCTEOS SON SALUD



HISTORIA
DE LA REVISTA
LACTICINIOS

FORO DE PERSPECTIVAS
DEL MERCADO
DE LOS LÁCTEOS 2022

¿CÓMO SERÁN
LOS HÁBITOS DE CONSUMO
EN LA POST-PANDEMIA?

SE MODIFICA
NOM-181
DE YOGURT

DNV
Y LA SEGURIDAD
ALIMENTARIA



EDICIÓN

ESPECIAL

DE

30 ANIVERSARIO



www.canilec.org.mx

DANONE CADA YOGHURT CUENTA UNA HISTORIA

de Proyecto Margarita

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

10 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





EDITORIAL

Iniciamos una nueva etapa y queremos compartirla con todos ustedes, ¡Celebramos el 30 aniversario de la Revista Lactcinios! por lo que esta edición es muy especial, además da paso a la renovación de la imagen de este medio de difusión.

Uno de los objetivos de la Revista es comunicar lo que sucede en el sector lácteo y es así como el pasado mes de febrero llevamos a cabo la 5ta edición del Foro de Perspectivas del Mercado de los Lácteos, con interesantes ponencias magistrales que nos ofrecieron en conjunto un panorama de lo que aconteció en 2021 y de lo que se espera para este 2022, en esta edición les ofrecemos un resumen del evento elaborado por Canilec en el que se resaltan los factores que van a determinar el rumbo del mercado de los lácteos para este año.

En los últimos dos años, el comportamiento del mercado mucho tuvo que ver con el confinamiento y los ajustes en los hábitos de consumo, pero la nueva normalidad ya está presente y nos obliga a cuestionarnos ¿Cómo serán los hábitos de consumo en la post-pandemia?, sin duda es una importante reflexión que nos ofrece Tetra Pak.

Abordando un tema técnico-regulatorio, les adelantamos los principales cambios acordados en la modificación de la NOM-181 de Yogurt, que habrán de conocerse de manera oficial cuando se publique en el DOF la norma definitiva.

Finalmente, DNV nos comparte una propuesta sobre la seguridad alimentaria que incluye elementos como el desempeño ambiental, los derechos humanos en el lugar de trabajo, la ética empresarial entre otros temas, como es más recientemente el tema de la inclusión de controles de seguridad COVID.

Mariano Salceda Servín de la Mora

Contenido



09 HISTORIA
DE LA REVISTA
LACTICINIOS

18 FORO DE PERSPECTIVAS
DEL MERCADO
DE LOS LÁCTEOS 2022

26 ¿CÓMO SERÁN
LOS HÁBITOS DE CONSUMO
EN LA POST-PANDEMIA?

32 SE MODIFICA
NOM-181
DE YOGURT

36 DNV
Y LA SEGURIDAD
ALIMENTARIA

2022

Lactcinios
Es una edición trimestral gratuita, editada por
la Cámara Nacional de Industriales de la Leche,
ubicada en Av. Benjamín Franklin, número 134,
Alcaldía Miguel Hidalgo,
C.P. 11800, Ciudad de México.
Número de certificado de Licitud
de contenido 7161.
Número de la Revista al título
en Derechos de Autor (002382/97),
Distribución digital por Canilec.
Contacto al Tel. 55 5271-2100
correo-e: ilopez@canilec.org.mx
visítanos en: www.canilec.org.mx

Marzo

**NUEVA
LECHE**

SIN REFRIGERAR*

LALA

100[®]
sin lactosa

Entera

**Deliciosa
y cremosa¹**

¡pruébala!

¹vs. Lala 100[®] Sin Lactosa parcialmente descremada.

ALIMENTATE SANAMENTE Y MANTÉN UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Consejo Directivo Nacional
2022-2023



MARIANO
SALCEDA
SERVÍN DE LA MORA
Presidente

RICARDO
VILLAVICENCIO
CONTRERAS
Primer
Vicepresidente

ALFONSO CARLOS
GUTIÉRREZ VEGA
Segundo
Vicepresidente

ROBERTO CARLOS
MARTÍNEZ VÁZQUEZ
Tercer
Vicepresidente

JOSÉ
LAVIN CASTAÑEDA
Tesorero

MAURICIO
GARCÍA
PERERA
Secretario

RENÉ
FONSECA MEDINA
Director General

CONSEJEROS
TITULARES

Xóchitl Morales Macedo
Ernesto Salinas Gómez-Roel
Alfonso Carlos Gutiérrez Vega
Fabrice Salamanca Ract
José Lavín Castañeda
Galya Montiel Ríos
Gerardo Carranco Ortíz

CONSEJEROS
SUPLENTE

Eduardo Ruíz Galindo Bracho
Carla Adriana Suárez Flores
Ramón Eduardo González García
Alfonso Moncada Jiménez
Alberto Garza Cabañas
José Carlos Calzada Ortega
Marco Flavio Delgado Gutiérrez

COMISIONES
DE TRABAJO

Normalización
Alfonso Moncada Jiménez
Aditivos alimentarios
Galya Montiel Ríos
Comercio exterior
Eugenio Salinas Morales
Enlace legislativo
Jacqueline Vallejo Bustillo
Roberto Carlos Martínez Vázquez
Fabricantes de fórmulas infantiles
Rafael Ponce de León Barajas
Nutrición y salud
Laura Concha Cantú
Ernesto Salinas Gómez-Roel
Políticas públicas
Ricardo Arturo Villavicencio Contreras
Campo
Ramón Eduardo González García
Sustentabilidad medio ambiente bienestar animal y agricultura regenerativa
Eduardo Ruiz Galindo Bracho
Comunicación
Lorena Villareal

LACTICINIOS

Responsable
Isabel López Salgado

ATENCIÓN:
Benjamín Franklin No. 134, Colonia Escandón,
C.P. 11800, Alcaldía Miguel Hidalgo, CDMX.
(55) 5271 2100 / ilopez@canilec.org.mx
Copyright © 2022
Cámara Nacional de Industriales de la Leche.



**¿Qué
pasaría si**

los alimentos nunca
se desperdiciaran?

Avanzando hacia un mejor futuro de los alimentos

Un tercio de todos los alimentos producidos nunca se consumen. Una forma en que ayudamos a reducir el desperdicio de alimentos es a través de soluciones innovadoras de procesamiento y envasado que pueden extender su vida útil, lo que permite su transportación y almacenamiento sin necesidad de refrigeración o conservadores. Los alimentos pueden llegar a áreas remotas y estar disponibles para consumir durante un período de tiempo significativamente más largo, lo que ayuda a reducir el desperdicio de alimentos y garantiza que millones de personas tengan acceso a ellos.

Esta es solo una de las formas en que trabajamos para avanzar hacia un mejor futuro de los alimentos.

 **Tetra Pak®**
PROTEGE LO BUENO

#EligelobuenofijatequeseaTetraPak

REVISTA LACTICINIOS 30 ANIVERSARIO

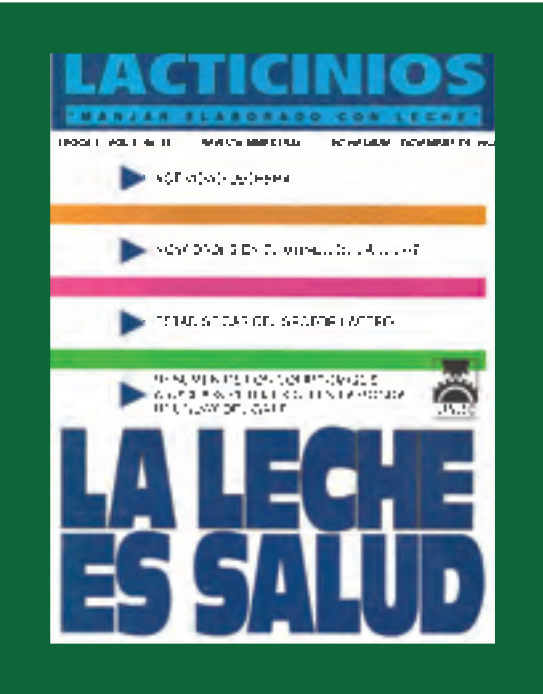
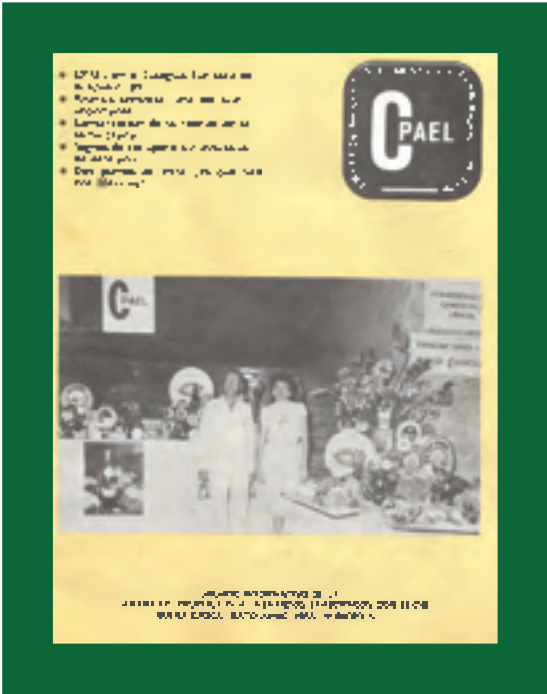


Lactcinios,

El diccionario de la Real Academia Española define **“lactcinios”**, palabra proveniente del latín lactcinium, al 'alimento hecho con leche', y es justamente el título que alguien en algún momento determinó que sería el título que llevaría la revista de Canilec.

.....

La revista Lactcinios cumple tres décadas de ser el órgano oficial de comunicación de la Cámara Nacional de Industriales de la Leche y merece hacer un recuento de lo que ha acontecido a lo largo de estos años con esta publicación, para hacer a la luz de los aprendizajes, un replanteamiento de este importante medio de difusión.



30 AÑOS

Es en esta edición que hemos iniciado con un proceso de ajustes que habrán de llevarnos a una nueva etapa de la revista, en su forma y en su estructura misma.

Anteriormente a Lactcinios existió por lo menos otra revista en Canilec, el archivo de material impreso existente en nuestra Cámara conserva ejemplares de la revista denominada *“Órgano de la Cámara de Productos Alimenticios Elaborados con Leche”*, que datan de mediados de los ochenta, rotativo que seguramente tuvo más antecedentes, a juzgar por la denominación en su portada de ser una *“nueva época”*.





¿Sabes quién es
La Coqueta?

Conócela en



ALPURA OFICIAL

#PuraPasiónPorLaLeche

LA LECHE ES FUENTE DE PROTEÍNA



Lo primero que salta a la vista al hacer una revisión de la historia de la revista es la evolución a lo largo de los años en cuanto al tipo de papel utilizado y la técnica de encuadernación, pero sobre todo, del tipo de letra e imágenes utilizadas, siendo en aquellos primeros años en blanco y negro, con tipografías sencillas pero elegantes, a igual que sus fotografías y diagramas.

Pero lo más fascinante de sumergirse en el túnel del tiempo de la industria láctea mexicana y en particular de nuestra organización, es conocer los temas que entonces se reportaban como los más relevantes.

Llama la atención la relevancia que se le daba a temas como la calidad de la leche cruda, el uso de nuevos ingredientes y la difusión de técnicas novedosas en la elaboración de derivados, es decir, la revista cumplía en parte, la función de llevar conocimiento y herramientas para mejorar la calidad y productividad.

A partir de los ochenta destaca el tratamiento a los asuntos de comercio exterior, desde los análisis de impactos de la incorporación de México al GATT, hasta el seguimiento al entonces TLCAN.

Es a través de revisar la historia que cuenta la revista Lactinios, que se puede apreciar todo lo que ha hecho Canilec por la industria de los lácteos.



DE UN MOMENTO COMÚN, A UN
✦ **SANTO MOMENTO** ✦




**SANTA
CLARA**
1924

COME BIEN. **HOLA** 800-704 4400

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.

ANIVERSARIO



Por sus páginas sabemos, por ejemplo, que hace muchos años nuestra Cámara tuvo una unión de crédito, que organizaba cada año la feria del queso, también la Expo Canilec y que tuvo un laboratorio de análisis al servicio de los afiliados.

No se puede dejar de sentir nostalgia cuando se conocen al hojear las páginas de la revista, los proyectos que impulsaban aquellos industriales organizados, como fue la adquisición del edificio sede y muchos años después, la construcción del auditorio para las sesiones.

Pero sobre todo, resalta ver la gente que intervino dentro y fuera de la Cámara en el devenir del sector, incluyendo funcionarios públicos que dejaron huella en las dependencias en las que colaboraron.

Al hacer este breve recuento nos damos cuenta de que la revista Lactcinios tiene la función de informar temas de actualidad, pero también la de ser testigo de la historia de la industria láctea.

Es ahora en estas páginas que dejamos constancia a generaciones futuras de la etapa que nos tocó vivir.

Esperamos que cuando años más tarde se revise esta época y se enteren de temas como las negociaciones del TMEC, del TLCUEM y del TIPAT, así como del establecimiento de normas oficiales mexicanas de productos lácteos, por mencionar algunos de los temas que nos han ocupado en estos años, sientan esa misma nostalgia y reconocimiento hacia los industriales que están ahora sentando las bases para un mejor sector lechero en México.



BEBIDAS DE VALOR AGREGADO INNOVACIÓN A OTRO NIVEL

Nuestra tecnología única le permite ofrecer bebidas con beneficios funcionales y nuevas experiencias de consumo que van de acuerdo con las tendencias saludables de consumo.

Con drinksplus es posible llenar de manera aséptica productos con trozos de fruta 100% natural, alginatos e incluso cereales; todo ello con la ya conocida conveniencia de los envases de larga vida, sin necesidad de refrigeración hasta el momento en que son abiertos.

Acérquese a SIG y descubra cómo puede llevar sus productos a un nuevo nivel de innovación a través de nuestra tecnología.



El pasado 24 de febrero, Canilec llevo a cabo la 5ta edición del Foro de Perspectivas del mercado de los lácteos 2022, el cual se ha venido posicionado como un evento referente en México para dar a conocer las perspectivas económicas, las tendencias de consumo e información de mercado sobre la leche y sus productos derivados.

Este foro es la continuación de un esfuerzo por establecer un evento único en México sobre las perspectivas de los lácteos y el cual esta concebido para que se realice durante el primer trimestre del año y permita tener una visión hacia el futuro con la opinión objetiva de los expertos sobre lo que pasa en México y en el mundo.

Mercados y Retos 2022:
Sector lácteo mexicano
Mariano Salceda Servín de la Mora
Presidente de Canilec

Después de un comportamiento aceptable en lo general del sector lácteo en el 2021, con efectos distintos a nivel de categoría, canal comercial, presentación y destino final, para el 2022 vemos gran volatilidad en los mercados y por el alto nivel de incertidumbre, sin duda hay elementos que nos hacen esperar un año más complicado porque seguramente no tendremos compras de pánico como las que se dieron el año antepasado y que contribuyeron en buena medida a rescatar todo el ejercicio 2020.

En el presente año observamos una serie de factores determinantes del mercado de los lácteos en México, entre los que destacan los efectos negativos de la contracción económica, así como cambios en las distintas regulaciones que afectan a los lácteos, ya sea de manera general o muy específica a través de las normas oficiales mexicanas.

Las mayores cotizaciones de insumos como el maíz y la soya pueden agudizar la difícil situación de los productores primarios, en caso de que las cotizaciones mundiales de la leche no aumenten en una magnitud similar.

Todos estos elementos pondrán a prueba una vez más la capacidad de resiliencia, o mejor dicho, capacidad de sobrevivencia de los agentes económicos de la cadena de valor láctea, prueba que con toda seguridad podrán sortear exitosamente una vez más.



Perspectivas de la Economía mexicana
José Luis de la Cruz Gallegos
Instituto para el Desarrollo Industrial y el Crecimiento Económico (IDIC)

La coyuntura actual en México y en el mundo han precarizado, aún más, las condiciones de los sectores económicos del país, restringiendo el crecimiento esperado y modificando las proyecciones con cada dato que se publica. Los daños colaterales que están causando; la emergencia sanitaria, así como el precio del petróleo y otras temas internacionales cambian las perspectivas de la economía mexicana.

Estamos enfrentando un año retador en términos económicos, la economía nacional va a crecer 1.5% este año y, en el mejor de los casos, 2%.

La inflación alcanzará un nivel 5.6% este año; habrá una generación de 550 mil empleos formales; la producción industrial se incrementará 1.6%, el consumo privado aumentará 2.5%, y el tipo de cambio cerrará 2022 en 20.9 pesos por dólar.

Tenemos un menor crecimiento económico y será necesario incorporar como solución la política industrial, siendo esta la única manera de resolver rezagos en cuanto a las ventajas competitivas y aprovechar las oportunidades que existen.



El futuro de los lácteos
Caroline Edmond y Piercristiano Brazzale
Federación Internacional de Lechería (FIL)

Se identifican factores clave (drivers) que definen el rumbo del sector lácteo a nivel global como son el crecimiento poblacional, el cambio climático, la calidad, la sustentabilidad, la productividad, la salud y cuidado de los animales.

Entre los principales retos que enfrenta el sector lechero mundial es una nueva licencia social para operar que es el cuidado del medio ambiente junto con la salud y el bienestar animal.

Otros retos son las políticas gubernamentales en torno a los azúcares, grasas y sal, que se aplican en etiquetados frontales, impuestos al azúcar, prohibiciones de publicidad y guías dietarias de los gobiernos.

No menos importantes son la multiplicación de fuentes de proteína, la percepción de que los productos a base de plantas son más sustentables y la importancia de hechos basados en ciencia en un mundo de redes sociales.

Pero también se identifican oportunidades como el promover el papel de los lácteos en una dieta saludable, producidos de manera amigable con el medio ambiente y la contribución de los lácteos a los objetivos de la Organización de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sustentable.

Otra oportunidad de nuestro sector y en particular de las organizaciones radica en desarrollar guías y metodologías para facilitar la implementación de estándares y regulaciones internacionales y apoyar a los actores de la cadena de valor para proveer productos lácteos inocuos, sustentables y nutritivos.



Nestlé

CUIDA EL BIENESTAR DEL PLANETA

Fábrica Nestlé Lagos de Moreno, Jalisco.



Marcas Registradas usadas bajo licencia de su titular, Societè

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.



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

Improving food & health

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



**Mercado global de lácteos:
tambaleándose en el borde**
Andrés Padilla
Rabobank

La volatilidad ama la incertidumbre, y no hay escasez de incertidumbre en los mercados lácteos mundiales. Incluso antes del conflicto entre Rusia y Ucrania, los precios mundiales de los productos lácteos se disparaban debido a la escasez de suministros. Las principales regiones de exportación están lidiando con el mal tiempo o la erosión de los márgenes, lo que resulta en un déficit interanual que fue mucho peor de lo previsto en el segundo semestre de 2021. Como es poco probable que los déficits desaparezcan a corto plazo, Rabobank espera una caída continua en la producción de leche en el primer semestre de 2022 en las 7 grandes regiones exportadoras del 0,7 % interanual frente al máximo comparable del año pasado, antes de una leve recuperación a partir del segundo semestre de 2022 y hasta el primer semestre de 2023.

Los precios al productor han seguido los precios de las materias primas al alza en todo el mundo, con más potencial alcista en algunas regiones. Aún así, los crecientes costos de los insumos, la falta de mano de obra, el clima desfavorable y los precios variables de los alimentos continúan limitando la respuesta productiva de los productores.

Se espera que las exportaciones de lácteos se desaceleren en 2022, luego de crecer un 4 % en 2021, a pesar de todos los desafíos de la cadena de suministro.



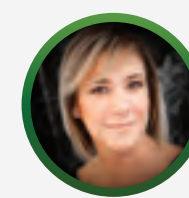
Es poco probable que el crecimiento de las exportaciones observado en 2021 se repita en 2022.

El conflicto entre Rusia y Ucrania intensifica una situación que ya tiene un alto costo. La invasión rusa a Ucrania presenta importantes riesgos al alza de los precios de la energía, los fertilizantes y los productos básicos agrícolas, lo que tendrá un impacto indirecto en los costos de los alimentos, la disponibilidad de alimentos y, en última instancia, en los precios de los productos lácteos y los precios de la leche en la granja.

Rusia suministra alrededor del 40% del gas natural de Europa. Juntos, Rusia y Ucrania representan el 28 % de las exportaciones mundiales de trigo, el 18 % del maíz y el 30 % de la cebada.

Los mercados mundiales de productos básicos ya están ajustados, ya que otras regiones lucharon contra la sequía, el aumento de los costos de los fertilizantes y la caída de los rendimientos y la superficie cultivada.

La inflación general continuará perturbando el consumo y la producción de lácteos para este año.



Retos y oportunidades para el canasto lácteo en México
Cecilia Partida
Nielsen México

Estamos frente a un consumidor con un impacto en su economía muy importante, por lo que se vuelve muy necesario entender sus reacciones ante un contexto tan restrictivo.

Nos enfrentamos ante un escenario impredecible por 3 razones: la desaceleración de nuestra expectativa de crecimiento económico del 3%, lamentablemente el poder recuperar la economía antes de pandemia, ha sido más complicado, otro factor fue la cuesta de enero, la cual dificultó aún más acentuándose por la cuarta ola de covid, priorizando temas de salud. Finalmente, esto lleva afectaciones directas en la economía de los hogares, pérdidas de empleo y las restricciones presupuestarias derivadas de la inflación, actualmente tenemos la inflación más alta de los últimos 21 años con un nivel de +7.36%. Entonces estamos frente a un consumidor precavido enfocado en ahorrar y hacer rendir su gasto. Esta situación restrictiva se ha dado desde inicios de la pandemia y permanecerá aun en este 2022.

Encontramos que el 29% de los mexicanos manifiesta pérdida de empleo permanente, 32% pérdida de empleo temporal y el 40% reducción de salario. Esto afecta directamente en la economía de los hogares.

Tras un año atípico se reconfiguran las prioridades del consumidor, priorizando su salud y el aspecto físico. El 84% de los mexicanos declara haber cambiado sus hábitos para reducir su consumo y reducir sus gastos.

En temas de la canasta básica, se han mantenido los productos como “nuevos básicos” destacando el yogurt y la leche saborizada como principales categorías de consumo, lo que facilita la reactivación de los productos “to go” de la mano con el reingreso a las actividades.



Enfriamiento rápido • Trazabilidad • Servicios y auditorías



Temperatura, higrometría, homogeneidad,
velocidad y tratamiento de aire, gases, flujos de aire

www.clauger.mx
comercial@clauger.com.mx

Nutrition & Biosciences

EXPERIENCIA ÚNICA EN PRODUCTOS LÁCTEOS

DuPont Nutrition & Biosciences cuenta con uno de los portafolios más completos para el desarrollo de todo tipo de productos lácteos. Cualquiera que sea el producto - yogurt, queso, crema, helado, leche o alguna otra aplicación- ofrecemos soluciones únicas enfocadas en desarrollar perfiles diferenciados en textura, sabor, funcionalidad y nutrición. Al confiar en DuPont Nutrition & Biosciences usted podrá comprobar como aplicamos nuestra experiencia junto con una amplia variedad de ingredientes probados en laboratorios piloto de última generación; nuestro objetivo es ayudarle a crear productos que puedan responder las exigencias de sus consumidores. Conozca más de DuPont Nutrition & Biosciences.

www.food.dupont.com





La pandemia ha causado incertidumbre a nivel mundial e impactado en casi todos los aspectos de nuestro estilo de vida.

¿CÓMO SERÁN LOS HÁBITOS DE CONSUMO EN LA POST-PANDEMIA?



Las empresas y consumidores han tenido que adoptar situaciones cambiantes y explorar tendencias que seguirán marcando la pauta de consumo para un futuro incierto, pero ¿te has imaginado como evolucionarán estos hábitos?

El estudio “Índice Tetra Pak®” considera que con la era Covid-19, las preocupaciones de los consumidores no han cambiado significativamente, pero si sus prácticas de consumo, las cuáles permanecerán aún terminada la contingencia sanitaria. El hogar ha sido redefinido como un espacio para laborar, convivir y descansar, lo que altera de manera notable las rutinas y rituales.

De acuerdo con este informe, 61% de los consumidores cocinan más en casa en comparación a la época de prepandemia y 20% espera seguir haciéndolo aún después de esta, lo que deriva en la forma en que las familias compran sus alimentos.

Ejemplo de ello, es que 44% de los encuestados globales ha optado por comprar productos en tamaño familiar y 43% de consumidores elige alimentos de larga vida útil para mantener la despensa abastecida.

Con el renacimiento de la cocina casera, los consumidores han podido identificar una serie de beneficios clave que reemplazan la vieja normalidad. Entre los principales a destacar se encuentra la ganancia en salud y seguridad alimentaria, ya que al cocinar en casa es más fácil controlar el contenido nutricional y la higiene con la que se preparan los alimentos.



Otro de los grandes beneficios es evitar el desperdicio de alimentos, pues se estima que casi tres cuartas partes de los encuestados globales intentan minimizar el desperdicio mientras cocinan, lo que también reduce costos a la hora de comprar los productos. Esta acción por parte de los consumidores es particularmente fuerte, encabezando la lista de comportamientos modificados a raíz de iniciada la pandemia.

Así como ha cambiado la manera en que consumimos nuestros alimentos, también lo ha hecho la forma en que los obtenemos.

Cerca del 40% de los compradores en línea iniciaron este hábito con la pandemia y 80% de ellos dicen que lo continuarán en el futuro, sin embargo, los consumidores son menos leales a las marcas cuando compran en línea y 20% de ellos realizan compras por impulso, lo que crea oportunidades para productos con atractivo instantáneo.

Parte de estos atractivos son la digitalización y experiencias personalizadas, como el uso de datos personales para mejorar productos y servicios en ofertas, información, concursos y geolocalización. Un ejemplo son las campañas promocionales de envases conectados que permite a los consumidores acceder a incentivos digitales y que han tenido un gran éxito desde el confinamiento por la pandemia.

“Con el aumento de consumidores conscientes y preocupados por soluciones sostenibles y sin desperdicio, las empresas de alimentos y bebidas contamos con grandes oportunidades en materia de innovación para estabilizar estos nuevos hábitos que seguramente marcarán la pauta del futuro”, señaló Eduardo Velázquez, Gerente de Comunicación para Tetra Pak México.

Cabe destacar que, Índice Tetra Pak® es un estudio anual que identifica las tendencias de los consumidores que impulsan nuevas oportunidades de crecimiento e innovación a nivel mundial. La investigación para el informe 2021 se realizó a través de aproximadamente 23 mil personas encuestadas en 17 países.





JBT STERIDEAL® COIL STERITWIN-COIL™

Solución 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 versátiles 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.

JBT de México S de RL de CV | Website: www.jbtcorporation.com | Phone: +52 222 329 4902

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



Una gama completísima de CULTIVOS LÁCTICOS de óptima calidad y alto rendimiento, elaborados en Francia, USA y Alemania.

Tel: +52 55 6716 4928, 55 6716 4910

www.distribuidoraalcatraz.com



NOM-181

SE MODIFICA NOM-181 DE YOGURT



El yogurt en México cuenta con una norma oficial mexicana que regula sus especificaciones físico – químicas y la información comercial que debe plasmarse en el envase (etiquetado), la norma todavía vigente, la NOM-181-SCFI/SAGARPA-2018 Yogurt, se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 31 de enero de 2019 y la anterior databa del año 2010.

El 7 de septiembre de 2021 se publicó en el DOF para consulta pública el proyecto de modificación a la norma, y una vez concluido el periodo para hacer comentarios, se estructuró un grupo de trabajo para su revisión.

Desde esas fechas, hasta inicios de enero del presente año, que fue cuando concluyó la revisión de los comentarios, se tuvo un amplio e intenso debate entre todos los sectores involucrados, logrando alcanzar con base en el diálogo, acuerdos en los temas más relevantes de la norma, que representan un significativo avance hacia una regulación en la que todos los involucrados se puedan sentir razonablemente atendidos y reflejados.



YOGURT

NOM-181



A continuación se presenta un resumen de los resultados del proceso de revisión en los siete principales temas.

- Niveles de Proteína

La industria accedió a aumentar los valores mínimos de proteína que debe contener el yogurt a los siguientes niveles:

Tipo de yogurt	NOM Actual	Nueva NOM	% de incremento
Natural	3.1	3.1	0
Saborizado	1.6	2.5	+56%
Con fruta y otros alimentos	1.6	2.2	+38%
Griego	Sin referencia	5.6	No aplica

- Mínimo de adición de fruta

Se determinó que aun cuando a nivel internacional no se regula la cantidad de fruta en el yogurt, para el caso de México, para que un yogurt pueda denominarse con fruta (bebible o batido) debe tener por lo menos un 3% de fruta, en caso de contener una cantidad menor, se tendrá que denominar como “yogurt saborizado”, aunque en la etiqueta se podrá denominar como “Yogurt saborizado con ____ % de fruta”.

- Uso de imágenes en yogurt saborizado

Se acordó que en el caso de los yogures saborizados se podrán usar solo dibujos (no fotografías) de frutas, limitadas en tamaño a menos del 10% de la superficie principal de exhibición y con la leyenda que diga “dibujo ilustrativo al sabor”. Tanto el dibujo como la leyenda deberán estar junto a la denominación.

- Otras denominaciones de leche fermentada y productos Imitación

Se crean dos denominaciones de leche fermentada adicionales al Yogurt, que son el “producto con leche fermentada” y el “producto a base de leche fermentada”, esto con la finalidad de evitar al máximo el uso del término Imitación. En lugar de la propuesta inicial del término “Imitación Yogurt”, se acordó denominar como “Imitación con leche fermentada” a los productos que contengan una cantidad relativamente reducida (menos de 35%) de leche fermentada.

- Procedimiento de Evaluación de la Conformidad (PEC)

Los fabricantes de yogurt quedarán obligados a elaborar por lo menos una vez al año, una auto declaración de cumplimiento debidamente documentada, con un informe de resultados de un laboratorio acreditado ajeno a la empresa sobre los parámetros que definen al yogurt.

- Concentrados de Proteína

Se acordó que el uso de proteínas de leche en productos modificados en su composición sea conforme a lo que determina la NOM-086 de la Secretaría de Salud.

Se conserva una nota que obliga a conservar la proporción de mínimo el 80% de caseína de la proteína láctea del producto final, lo que limita el uso de proteínas de suero de leche, a excepción del yogurt griego en donde puede ser mayor.

Es importante resaltar que con estas disposiciones se esclarece que para alcanzar los niveles de proteína mínimos del yogurt debe utilizarse solamente leche y que el uso adicional de proteínas de leche es posible para que el producto terminado tenga un nivel de proteína superior.

- Especificaciones de la leche fluida y de la leche en polvo

La norma modificada considera que la leche cruda utilizada como materia prima para la elaboración del yogurt debe cumplir con las especificaciones establecidas en la norma mexicana NMX-700 de Cofocalec.

En el caso de la leche en polvo, se debe cumplir con las especificaciones establecidas en la CXS 207-1999 del Codex Alimentarius. Cabe mencionar que el proyecto consideraba que en caso de utilizarse leche en polvo, debería ser exclusivamente la clasificada como Extra en la NOM-222.

En la última sesión del Grupo de Trabajo el titular de la DGN mencionó que haría una propuesta a los Comités Consultivos que deben decidir al respecto, sin embargo, esa propuesta no se dio a conocer.

¿Qué sigue?

Una vez concluidos los trabajos del grupo que se constituyó para la revisión de comentarios, y que el proyecto ha sido aprobado en los Comités Consultivos de Normalización de la Secretaría de Economía y de la Secretaría de Agricultura, se cuenta con una norma definitiva que toma carácter oficial una vez publicada en el DOF.

La publicación de la modificación a la NOM-181 de yogurt deberá establecer en artículos transitorios la entrada en vigor, que conforme a compromisos de México en tratados internacionales, y a la propia Ley de Infraestructura de la Calidad, no podrá ser en un plazo menor a seis meses.

DNV Y LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

DNV es una empresa global e independiente de aseguramiento y gestión de riesgos,



Desde hace 157 años, con más de 12 mil empleados, con 100 mil clientes que opera en más de 100 países. A través de la certificación de sistemas de gestión y los servicios de formación, DNV ayuda a las empresas a gestionar los riesgos, asegurar el cumplimiento y el rendimiento sostenible de las organizaciones, las personas y las cadenas de valor en todo tipo de industrias, incluyendo la de alimentos y bebidas, la automotriz y la aeroespacial.

La seguridad de los alimentos sigue siendo una de las principales preocupaciones de los consumidores, aunque la atención a otras características de los productos sea cada vez mayor.

DNV como organismo de certificación de tercera parte, acreditado, puede ayudar a las empresas, a lo largo de todo la cadena en servicio como:

- Certificación del Sistema de Gestión (ISO / GFSI)
- Capacitación
- Evaluación a proveedores (segunda parte y responsabilidad social)
- Aseguramiento Digital (My Story & Tag.Trace.Trust)
- Cultura de Inocuidad
- Evaluación de Sustentatividad (ODS)

DNV y la Seguridad Alimentaria

DNV realiza cada año miles de días de auditorías e inspecciones relacionadas con los alimentos en todo el mundo. El alcance de estas actividades cubre ampliamente las cuestiones de Seguridad Alimentaria, Higiene Alimentaria, Salud y Seguridad y Responsabilidad Social: pero con frecuencia se incluyen elementos adicionales como el desempeño ambiental, los derechos humanos en el lugar de trabajo, la ética empresarial y otros temas, más recientemente la inclusión de controles de seguridad COVID.

¿Qué hace diferente a DNV?

Tag.Trace.Trust. Ayuda a emitir una declaración, un certificado de conformidad o un pasaporte de producto para compartir la calidad, el rendimiento y el impacto medioambiental de sus productos y activos. Un pasaporte digital de producto que contiene las características y certificaciones del producto cargadas en un blockchain, creando una diferenciación en un mercado competitivo donde la transparencia es clave.

MyStory™- Una solución de aseguramiento digital impulsada por blockchain DNV ofrece a las marcas una oportunidad única de compartir con los consumidores la auténtica historia del producto desde la calidad hasta la integridad social, medioambiental o ética de un producto mostrando hechos verificados almacenados en una plataforma blockchain. Dando una identificación única a cada producto.

MyStory™proporciona acceso instantáneo a la historia auténtica del producto, verificada por DNV. El consumidor, a través de un código QR en el producto, puede sumergirse en los aspectos de interés en sus dispositivos inteligentes.



Certificados blockchain: Inmutable, inmediato y seguro. Todos nuestros certificados de sistemas de gestión, de producto y de cadena de suministro se almacenan y actualizan en un blockchain privado seguro, permitiendo que cualquier persona pueda confirmar inmediatamente que un certificado sea válido y está actualizado.

Beneficios disponibles a clientes

Certificación basada en el riesgo: DNV aplica en cada auditoría una certificación basada en el riesgo, esto facilita una visión más amplia para identificar los riesgos que pueden afectar a sus objetivos empresariales. Al conocer sus áreas de interés, se realiza una auditoría personalizada haciendo especial énfasis en lo que es importante para el cliente junto al grado de eficiencia del sistema de gestión contribuye a solventar dichos riesgos.

Auditoría remota: En DNV hemos trabajado en los modos de entrega de auditorías remotas y en su aplicación. Desde permitir la flexibilidad y la frecuencia de las auditorías hasta hacerlas más dinámicas, nos aseguramos de que nuestros modos de entrega de auditorías remotas satisfagan los requisitos a los clientes.

Boost My Audit: Se invita a los 80.000 clientes de DNV a seleccionar áreas de enfoque específicas antes de cada auditoría, lo que permite a DNV evaluar el desempeño del sistema de gestión en las áreas de enfoque elegidas y en relación con los requisitos de la norma. Todos los datos se recopilan, analizan y comparten para ayudarle a mejorar en los lugares adecuados.

Lumina™: Mejora a través de la concienciación. Las herramientas de Lumina™ proporcionan una visión instantánea del desempeño de su sistema de gestión, lo que le permitirá al cliente, gestionar y comparar su rendimiento total, identificar las vías de mejora y facilitar la toma de decisiones.

Asimismo, podrá compararse con sus competidores y comprender las áreas de riesgo que pueden afectar a cualquier norma y sector. Self-assessment suite La herramienta de autoevaluación online de DNV ayuda a medir su conocimiento de la norma elegida y la preparación real de su sistema de gestión. El informe genera una evaluación puntuada, revelando lo que funciona bien y dónde hay deficiencias que mejorar. La plataforma de autoevaluación abarca todas las normas de sistemas de gestión más utilizadas, desde la calidad y el medio ambiente hasta la seguridad alimentaria.

Tras haber emitido más de 90.000 certificados en todo el mundo, DNV trabaja con empresas de la lista Fortune 500, así como con pequeñas y medianas empresas. Garantiza la máxima calidad e integridad, a la par que avanzamos en servicios innovadores que aportan valor añadido. La misión de DNV es ayudar a sus clientes con cualquier necesidad inmediata de certificación para que consigan alcanzar sus objetivos estratégicos a largo plazo de manera sostenible.

NUESTROS PATROCINADORES

PLATINO



ORO



PLATA



BRONCE

