



# silemg

## notícias

Ano XXII - nº 92 - Nov/dez/2020

Tiãno Fotografia



# COMO SERÁ O AMANHÃ?



“Encontro Minas – a Casa do Leite” debateu o ano de 2020 e as perspectivas do setor de leite e laticínios para 2021  
Págs. 8 e 11

**Giro dos Associados**  
100 anos de tradição dos Laticínios Aviação  
Págs. 4 e 5

**Entrevista**  
Ana Paula Bicalho Brandão, gestora da Proteção de Dados na FIEMG  
Págs. 6 e 7

EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Mudou-se               | <input type="checkbox"/> Falecido      |
| <input type="checkbox"/> Desconhecido           | <input type="checkbox"/> Ausente       |
| <input type="checkbox"/> Recusado               | <input type="checkbox"/> Não procurado |
| <input type="checkbox"/> Endereço insuficiente  |  |
| <input type="checkbox"/> Não existe nº indicado |  |
| <input type="checkbox"/>                        |  |

EM. / /

Responsável

## EXPEDIENTE

Ano XXII / Número 92 - Novembro e Dezembro  
 SILEMG / Endereço: Av. do Contorno, 4456 / 6º andar /  
 Funcionários / CEP: 30110-028 / Belo Horizonte / MG  
 Tel: (31) 3223-1421  
 www.silemg.com.br / silemg@silemg.com.br  
 Tiragem: 3.500 exemplares

## DIRETORIA EXECUTIVA

Guilherme Silva Costa Abrantes - Laticínios Dona Formosa Ltda  
**Presidente**

Cícero de Alencar Hegg - Laticínios Tirolez Ltda

## Vice-presidente

Robson de Paula Valle - Laticínios Sabor da Serra Ltda

## Diretor Administrativo

Giovanni Diniz Teixeira - Itambê Alimentos S/A

## Diretor Financeiro

Yago Sartori G. da Silveira - Embaré Indústrias Alimentícias S/A

## Diretor Tecnológico

## DIRETORIA ADJUNTA

Cláudio Furtado Soares - Agroindústria Passa Cinco Ltda

João Batista de Souza - Ind. e Com. de Lat. Maria Madalena de Souza Ltda

João Lúcio Barreto Carneiro - Lat. Porto Alegre Indústria e Comércio S.A

José Antônio Bernardes - Embaré Indústrias Alimentícias S/A

Louise de Sousa da Fonseca - Laticínios Coalhadas Ltda

Luiz Fernando Esteves Martins - Barbosa & Marques S/A

Marcelino Cristino de Rezende - Trevo Lácteos S/A

Ralfh Damiane do Carmo - Laticínio Yoguedes Comércio e Indústria Ltda

Ricardo Magalhães Rodrigues - Scalon & Cerchi Ltda

Wilson Teixeira de A. Leite - Laticínios Vitória Ltda

## CONSELHO DE MERCADO

José Antônio Bernardes - **Presidente**

**Conselheiros:** Carlos da Silveira Dumont - Cooperativa dos

Produtores Rurais do Serro Ltda

Carlos Eduardo Abu Kamel - Cooperativa dos Produtores

Rurais de Itambacuri Ltda

Emerson Faria do Amaral - Hebrum Produtos do Laticínio Ltda

Guilherme Olinto Abreu Lima Resende - CONIL - Conselho Nacional

das Indústrias de Laticínios

Jefferson Brison Brasil - Lat. Porto Alegre Indústria e Comércio S/A

João Marques Pereira Neto - Cooperativa Agropecuária Vale do Rio Doce

Lutz Viana Rodrigues Júnior - P&L Agroindústria de Laticínios Ltda -

(Laticínios Davaca)

Marcos Alexandre Macedo Narciso - Laticínios Vida Comércio e

Indústria Ltda

Sávio Costa Santiago de Barros - Trop Frutas do Brasil Ltda

(Laticínios Verde Campo)

Vicente Roberto de Carvalho - Vicente Roberto de Carvalho e Cia. Ltda

Welson Souto Oliveira - Cooperativa de Laticínios Vale do Mucuri Ltda

## CONSELHO FISCAL EFETIVO

Guglielmo Agostini da Matta - Godiva Alimentos Ltda

Luisa Vivacqua Baeta Frade - Cayuaba Agroindustrial Ltda

Ramiz Ribeiro Junqueira - Laticínios Curral de Minas Ltda

## CONSELHO FISCAL SUPLENTE

Carlos Henrique Pereira Conselho Fiscal - Forno de Minas Alimentos S/A

José Luiz de Oliveira Silva - Laticínios Lara Ltda

Josué B. de A Lira Neto - Atalat Ind. e Com. de Lat. Ltda

## DELEGADOS JUNTO AO CONSELHO

## REPRESENTANTES/FIEMG - EFETIVOS

Guilherme Silva Costa Abrantes - Laticínios Dona Formosa Ltda

Yago Sartori G. da Silveira - Embaré Indústrias Alimentícias S/A

## DELEGADOS JUNTO AO CONSELHO

## REPRESENTANTES/FIEMG - SUPLENTE

Giovanni Diniz Teixeira - Itambê Alimentos S/A

Robson de Paula Valle - Laticínios Sabor da Serra Ltda

## PRODUÇÃO: REDE COMUNICAÇÃO DE RESULTADO

Jornalista responsável: Flávia Rios (06013 JP)

Projeto editorial e gráfico: Rede Comunicação de Resultado

Edição: Jeane Mesquita e Licia Linhares

Redação: Patrícia Café, Ana Paula de Oliveira, Patrícia Scofield

Diagramação: Rede Comunicação de Resultado



Cynthia Lacerda

## FOCO NO FUTURO

O ano de 2020 surpreendeu a todos com a chegada da pandemia do novo coronavírus, o que provocou grande impacto na economia mundial. Com as incertezas do mercado, o setor lácteo enfrentou turbulências causadas pela desaceleração da atividade econômica, fortemente motivada pelas medidas de quarentena e redução da renda das famílias. Além disso, condições climáticas desfavoráveis ao longo do ano, produção abaixo do esperado nas regiões Sudeste e Centro-oeste, alta do dólar e aumento dos preços de commodities como milho e soja foram desafios enfrentados pelos produtores.

Apesar das adversidades, o setor de leite e laticínios em Minas Gerais termina 2020 com um saldo positivo. O principal responsável pelo bom resultado em um cenário desafiador foi o auxílio emergencial distribuído aos trabalhadores de baixa renda. O benefício possibilitou que as famílias continuassem a consumir leite e seus derivados, apesar das elevadas taxas de desemprego. Resta saber até quando essa ajuda continuará e como o mercado consumidor vai se comportar após o fim dessa fonte de renda.

Muitas dúvidas e incertezas pairam no ar quando o assunto é 2021. O *Encontro Minas – a Casa do Leite* foi um a boa oportunidade para debatermos (mesmo que de forma virtual) as expectativas para o novo ano e as ações necessárias para que o setor de leite e laticínios continue superando a crise. Nesta edição do Silemg Notícias, falaremos sobre todos esses assuntos abordados no evento.

Os desafios são grandes. No entanto, o setor de leite e laticínios de Minas Gerais continuará superando os obstáculos, sempre inovando e se reinventando. Para 2021, buscaremos medidas para a melhoria contínua do setor, como a modernização dos processos de produção, redução de custos, além de soluções para driblar os impactos da covid-19. O trabalho é árduo, mas estamos juntos nessa missão de garantir que nosso estado continue sendo a “casa do leite” e referência de qualidade na área de lácteos. Confira nesta edição as perspectivas para o próximo ano e como continuaremos unidos para superar os próximos desafios.

## Boa leitura!

**Guilherme Abrantes**  
 Presidente do Silemg

# TRÊS ANOS DE REFORMA TRABALHISTA

*O que mudou com a implementação das novas regras?*

Lacerda, Diniz e Sena Advogados



*Carolina Duarte é advogada trabalhista da Lacerda Diniz e Sena Advogados*

A Reforma Trabalhista trouxe mudanças significativas nas relações empregatícias. Conforme esclarece Robson Braga de Andrade, presidente da Confederação Nacional da Indústria (CNI), a Lei 13.467/17 moderniza as relações do trabalho, valorizando o diálogo, a segurança jurídica e a redução da burocracia. Dessa forma, setores específicos passaram a ter mais flexibilidade ao negociar tanto de forma individual como coletiva, dando maior autonomia às tratativas realizadas pela empresa. De fato, tal medida reduziu a burocracia existente nas negociações trabalhistas e vem sendo adotada em larga escala.

**Dos 922 artigos da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) foram alterados 54, inseridos 43 e revogados nove. Entre os que mais impactaram as indústrias, podemos destacar:**

- Jornada de trabalho 12x36: esse modelo passa a ser válido mediante acordo individual entre as partes, além de convenção coletiva ou acordo coletivo de trabalho;
- Intervalo: a Lei mantém o intervalo mínimo de 1 hora, mas permite a redução deste por negociação coletiva;
- Fracionamento de férias: quando realizado em comum acordo, as férias podem ser concedidas em até três períodos, sendo cada um de, no mínimo, cinco dias.

No atual cenário mundial marcado pela pandemia, é importante destacar a grande utilização do *home office* pelas empresas. Antes da Reforma Trabalhista não havia nenhuma legislação que versava especificamente sobre essa modalidade de trabalho.

Desta forma, com o advento da Reforma Trabalhista, a prática do *home office* passou a dotar de maior segurança jurídica, possuindo regras próprias que deverão ser observadas, por exemplo, ser sempre formalizado via contrato escrito e delimitando todos os pontos atinentes à forma de trabalho, materiais utilizados, controle da prestação de serviços e demais especificidades de cada caso.

Até que a pandemia acabe e o cenário econômico e político se reestabeleça, continuará difícil cravar os reais efeitos da Reforma Trabalhista tanto para as empresas como para a vida dos brasileiros. No entanto, é possível verificar até aqui vários benefícios trazidos na prática para as relações de emprego.

*"Com o advento da Reforma Trabalhista, a prática do home office passou a dotar de maior segurança jurídica"*

# CENTENÁRIO DA LATINHA

*Laticínios Aviação completa 100 anos de história com uma equilibrada equação entre tradição e inovação a favor da qualidade*

Basta fixar os olhos na famosa latinha alaranjada para reconhecer os atributos de qualidade e tradição que a Aviação, marca da empresa mineira Gonçalves Salles, conquistou ao longo das décadas. Em 2020 a marca completa 100 anos esbanjando vitalidade mesmo diante dos percalços. E não foram poucos.

Fundada em 1920 pelo trio Antônio Gonçalves, seu cunhado Oscar Salles e o sogro Augusto Salles, a Aviação é sinônimo de resistência. A empresa iniciou as atividades logo após de uma das piores pandemias da história, a gripe espanhola. Segunda Guerra Mundial, crise de 1929, revoluções, intervenção militar no Brasil e diversos planos econômicos ampliam a lista dos desafios encarados.

“Agora estamos passando pela covid-19. Mas somos acostumados aos percalços e continuamos sem alterar nossos planos. Lógico, fizemos adequações internas, pois, acima de qualquer coisa, lidamos com vidas”, afirma Roberto Rezende Pimenta Filho. Representando a quarta geração, há 20 anos ele atua na empresa, juntamente com a mãe e um dos tios.

Para manter a presença na mesa dos brasileiros, foram necessários investimentos constantes em tecnologia e inovação. O mais recente foi o aporte de R\$ 40 milhões para a modernização e aumento da capacidade produtiva da fábrica, com



equipamentos vindos da Alemanha e da França. Na esteira desse investimento, também foram desenvolvidas embalagens comemorativas para a manteiga e doce de leite Aviação, iniciativas para marcar o centenário.

## Latinha laranja

A manteiga é o carro-chefe da empresa. Aliás, foi com ela que tudo começou. “As fazendas produziam o próprio queijo, e a nata que sobrava era vendida aos laticínios, onde virava manteiga”, explica Roberto. Atualmente, o produto responde por 60% do faturamento, que em 2020 deve fechar acima dos R\$ 500 milhões.

Da pequena fábrica, inaugurada em Passos, no Sul do estado, muita coisa mudou. Hoje, a Aviação está instalada na mineira São Sebastião do Paraíso. Além da manteiga, o *mix* de produtos soma mais de 30 itens, entre requeijão, queijos, doce de leite e café. Mais de 300 pessoas trabalham no local.

“Não podemos apenas ficar na história construída. Estamos sempre modificando, inovando em tecnologia, pensando em qualidade do produto. É muita responsabilidade levar tudo isso adiante”, ressalta Roberto.

### Comemorações

O nome Aviação foi escolhido em homenagem às primeiras empresas de navegação aérea que se instalaram no Brasil. Conhecida pela tradicional embalagem de cor alaranjada, a latinha da manteiga passou por pequenas alterações desde a sua criação. Em 2020, sofreu uma releitura: ganhou visual que remonta ao lançamento do produto e um selo comemorativo que estampa a nova lata, com a inscrição “Aviação – 100 anos”, presente em toda a linha de produtos da empresa.

Para marcar o centenário, a empresa lançará, em dezembro, o livro *Aviação 100 Anos*, pela editora DBA. O título será comercializado pelo *e-commerce* da Aviação, que também entra no ar no fim do ano, e na loja Casa da Manteiga.



Casa da Manteiga Aviação em São Sebastião do Paraíso



**1920:** Nasce a Gonçalves Salles e Cia, armazém de secos e molhados na cidade de São Paulo. No mesmo ano, os fundadores compram um laticínio em Passos (MG), onde seria fabricada a manteiga em lata Aviação.

**1927:** Expansão da empresa, com fábricas, escritório comercial e postos de recebimento de leite em algumas cidades do estado de SP e MG.

**1930:** Início da produção da manteiga em tablete.

**1934:** Mudança na embalagem: o desenho do avião biplano dá lugar ao Junker.

**1960:** Lançamento do queijo Sardo, ainda disponível com a denominação “Montanhês”.

**1975:** Início da construção da fábrica de São Sebastião do Paraíso (MG).

**1980:** Lançamento do requeijão e do doce de leite e ampliação da linha de queijos.

**1995:** Automação do processo de fabricação da manteiga.

**1999:** Lançamento da manteiga em pote.

**2001:** Alteração da comunicação visual das embalagens: todos os produtos passam a adotar a mesma cor e ilustração.

**2010:** A companhia comemora 90 anos e inaugura a Casa da Manteiga, em São Paulo (SP). A linha de produtos é ampliada e a manteiga em lata ganha uma embalagem mais moderna com tampa mais fácil de abrir.

**2015:** Lançamento da linha de café.

**2016:** Lançamento da linha de queijos fatiados, light e zero lactose.

**2020:** Comemoração do centenário da Aviação, com lançamento do livro *Aviação 100 anos* e do *e-commerce* da marca, além de investimento em tecnologia e automação.



# AGORA É LEI

*A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) já está em vigor e as organizações precisam se adequar*

Em agosto deste ano, entrou em vigor no Brasil a Lei 13.709, chamada Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Ela foi criada para proteger o uso de dados pessoais físicos e digitais de todo cidadão brasileiro ou que esteja no país. Para se adequar às exigências previstas, as empresas devem adotar padrões de tratamento de dados pessoais mais seguros, principalmente em decorrência deles serem considerados atualmente como ativos de grande lucratividade para as organizações.

Convidamos Ana Paula Bicalho Brandão, gestora da Proteção de Dados na Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), para esclarecer alguns pontos importantes sobre o tema. Confira.

*"As empresas precisam conscientizar a alta direção, sócios e proprietários e todos os empregados sobre a importância da privacidade e da proteção dos dados pessoais tratados"*

### Qual objetivo desta Lei?

A LGPD tem como objetivo garantir a liberdade e a privacidade do indivíduo, por meio da regulamentação do tratamento de dados pessoais, sejam físicos ou digitais. Para auxiliar na compreensão desta Lei é necessário conceituar alguns termos: dado pessoal é toda informação que identifica ou pode identificar uma pessoa; titular é a pessoa a quem se referem os dados; e tratamento é toda ação que pode ser realizada com dados pessoais, como coleta, classificação, acesso, reprodução, comunicação, transferência ou exclusão. Considerando esses conceitos, é importante observar que para tratar dados pessoais as empresas devem respeitar a limitação ao mínimo necessário, a adequação à finalidade da atividade, a não discriminação e a transparência, que constituem alguns dos princípios previstos na Lei. O cidadão passa a ser titular de seus dados, que não são de propriedade das organizações, mas sim estão sob sua responsabilidade.

### Qual a importância da LGPD?

A LGPD insere o Brasil em um contexto global, em que diversos países já possuem leis para regulamentar a proteção de dados pessoais, e exige o tratamento dos dados com transparência, o que proporciona ao titular a possibilidade de escolher as organizações com as quais quer se relacionar, garantindo, assim, sua privacidade.

### Quais são os direitos estabelecidos para os titulares?

Informações sobre a realização do tratamento, compartilhamento com empresas públicas ou privadas, solicitação de correção, alteração, portabilidade ou até exclusão dos dados pessoais são exemplos de requerimentos que a empresa pode receber dos titulares, devendo atendê-los de forma simplificada e gratuita.

### Quais os impactos da LGPD para o setor de leite e laticínios?

A aplicação da Lei é extraterritorial, ou seja, se enquadram empresas brasileiras e internacionais que ofereçam produtos e serviços no Brasil ou que colem e tratem dados pessoais localizados no país. Então, todos os setores precisam implementar medidas técnicas e organizacionais para adequação às exigências legais e adotar boas práticas de governança para promover a segurança dos dados pessoais.

### Como a indústria deve se preparar para cumprir essa legislação?

As empresas precisam conscientizar a alta direção, sócios e proprietários e todos os empregados sobre a importância da privacidade e da proteção dos dados pessoais tratados. Deverá realizar ações que resultem em um diagnóstico preciso, que permitirá a identificação de eventuais divergências entre as regras estabelecidas e a prática da organização. O próximo passo é a implantação das ações de correção. É fundamental definir o mecanismo contínuo de monitoramento das ações de proteção de dados já implementadas.

### Quais as penalidades para quem não se adequar?

A Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) – órgão responsável por fiscalizar o cumprimento desta Lei em todo o território nacional – poderá aplicar advertências; multa simples de até 2% do faturamento, limitada a R\$ 50 milhões; multas diárias, também limitadas a esse valor; solicitar o bloqueio dos dados; determinar a publicização da infração; requisitar a eliminação dos dados pessoais a que se refere a infração e, até mesmo, proibir o exercício total ou parcial das atividades relacionadas a tratamento de dados pessoais, caso constatada alguma irregularidade. Vale ressaltar que a Lei 14.010/20 adiou para 1º/08/2021 a vigência das sanções administrativas.

**Atender às exigências da LGPD não é uma escolha!  
Com a lei em vigor, a adequação é obrigatória.  
Saiba mais em [www.fiemg.com.br/lgpd](http://www.fiemg.com.br/lgpd).**





NOSSA  
INDÚSTRIA  
FAZ A

# DIFERENÇA

*Apesar das adversidades, o setor de leite e laticínios conseguiu enfrentar os desafios de 2020 e se mantém como referência de produtos de qualidade*

O copo de leite está sempre cheio. Foi com esse ponto de vista otimista que o presidente do Silemg, Guilherme Abrantes, marcou sua fala no *Encontro Minas - a Casa do leite* (leia mais na pág. 12). Durante a apresentação, ele propôs um brinde com um copo de leite e ressaltou que nosso segmento industrializa 9 bilhões de litros do produto por ano. “É um mercado crescente, que atendeu todas as demandas impostas durante o período de crise. Saímos vitoriosos deste momento.”

E como será o ano de 2021? O que vai acontecer após a pandemia do novo coronavírus? Ambas as perguntas possivelmente estão provocando um grau de ansiedade acima do normal em todos. Contudo, ainda é difícil encontrar respostas assertivas. Com a chegada de um novo ano, renovamos nosso desejo por mudanças desse cenário desafiador que transformou a vida de todos em 2020. De uma hora para outra, foi preciso acostumar-nos a uma nova realidade, mudar a forma de conviver com as pessoas, de trabalhar e de fazer negócios.

## **Oportunidades em tempos difíceis**

Para Celso Moreira, diretor executivo do Silemg, as mudanças mais profundas nunca ocorrem em situações onde prevalece o conforto, a calma e o “céu azul de brigadeiro”. “É no mundo hostil que buscamos alternativas para a superação dos obstáculos. É quando são inventadas as pontes em direção às soluções dos problemas. Isto parece um clichê, mas é a mais pura verdade, e o momento que estamos vivendo é a prova disso.”



Tião Fotógrafo

Flávio Roscoe (à esquerda), presidente da Fiemg; Guilherme Abrantes, presidente do Silemg (centro); Giovanni Diniz, diretor financeiro do Silemg (à direita)



Celso comenta que quando caiu a ficha sobre o que de fato significava a pandemia do coronavírus, a sensação foi de que não haveria saída para as dificuldades a serem enfrentadas por toda a cadeia do leite. A preocupação foi crescente em função dos inevitáveis efeitos sociais e econômicos sobre o mercado e, de forma colateral, sobre as entidades de representação setorial. “Entretanto, tivemos à disposição um arsenal de possibilidades trazidas pela tecnologia que acabou por aproximar o Silemg de seus associados e parceiros de maneira bastante eficiente”, ressalta.

Além da tecnologia, o setor de leite e laticínios pode usar de outras estratégias para continuar evoluindo em 2021. Confira no box na página ao lado.



## MAGISTECH

Sistema Integrado de Gestão para Indústrias

Há 16 anos **desenvolvendo soluções** e **modernizando processos** na gestão de **indústrias de laticínios**.

ERP MAGIS TI

MAGISTECH.COM.BR

- ✦ Mais de 300 clientes atendidos de norte a sul do país.
- ✦ Melhor relação custo benefício do mercado
- ✦ Redução significativa dos custos administrativos, acompanhado do aumento da produtividade da equipe.
- ✦ Solução móvel (aplicativos) para sua coleta de leite, gestão de vendas e acompanhamento pelo produtor.

(31) 3891-1803 | (31) 9 9116-4676

Rua Sebastião Ferreira da Silva, 135, Belvedere, Viçosa - MG

Força de Vendas • Magis Coleta • Magis Produtor

Buscar caminhos alternativos para manter a competitividade;  
 Estar atento e estudar estrategicamente o nosso consumidor para atender os seus anseios;  
 Lançar novos produtos que estimulem o consumo de lácteos;  
 Garantir ao consumidor um produto seguro e de qualidade;  
 Renovação e automatização dos processos industriais.



Mesmo com as barreiras físicas impostas pela pandemia, o Silemg permanece atuante, sempre levando aos seus associados as atualizações do setor e as informações que de fato interessam e merecem destaque. O Silemg agradece a todos do setor de industrialização do leite pela dedicação e comprometimento desempenhados em 2020. Afinal, mesmo nesse ano difícil, garantimos o sucesso do segmento em nosso estado.



Obah<sup>®</sup>  
design

**PORTFÓLIO.**  
 MAS PODE CHAMAR DE  
**MIX DE SUCESSO.**

Tem pesquisa, técnica, bom gosto e, é claro,  
 compromisso com o resultado.



(31) 3309.3099  
[www.obahdesign.com.br](http://www.obahdesign.com.br)





# MELHORES MOMENTOS DO ENCONTRO MINAS – A CASA DO LEITE

*Evento debateu o ano de 2020 para o setor e as  
perspectivas para 2021*

Quem estava acostumado em reencontrar os amigos na assembleia anual do Silemg teve que se contentar, este ano, com o novo formato imposto pela pandemia. Por meio de videoconferência, os associados puderam acompanhar não só a realização da assembleia como do *Encontro Minas – a Casa do Leite*.

TEM GENTE QUE ACHA QUE  
GRÁFICA É TUDO IGUAL.  
É PORQUE NUNCA CONTRATOU  
UMA **INDÚSTRIA GRÁFICA.**



Soluções de impressão e acabamento que a sua empresa merece:  
Livros | Revistas | Jornais | Convites | Caixas | Embalagens | Pastas  
Catálogos | Sacolas | Agendas | Kits Promocionais

A indústria gráfica mais premiada de Minas Gerais também participa do BNI.



Antes de imprimir, faça um orçamento com a Koloro.

O evento contou com a presença de Guilherme Abrantes (presidente do Silemg), Flávio Roscoe (presidente da Fiemg), além das palestras de Arthur Campos (coordenador de Marketing da Tetra Pak Brasil) e Valter Bertini Galan (sócio/diretor da Milkpoint). Como participantes da mesa de debates, estiveram presentes René Machado (diretor de compras de leite da Nestlé Brasil), Luiz Fernando Esteves Martins (superintendente da Barbosa & Marques S/A – Queijos Regina), César Helou (superintendente do Laticínios Bela Vista – Piracanjuba), José Antônio Bernardes (diretor de logística e captação da Embaré) e Alexandre Almeida (presidente da Itambé Alimentos). A mediação ficou por conta de Cícero de Alencar Hegg (sócio/diretor do Laticínios Tirolez).

### Ano atípico

Uma opinião unânime é que 2020 trouxe desafios até pouco tempo inimagináveis para a indústria de laticínios. O fechamento de comércios e o deslocamento do consumo para dentro dos lares forçou o setor a lidar com adversidades e desafios, desde a adequação do ritmo de produção nas fábricas até a formulação de novos produtos que respondessem às demandas de consumo. Apesar do cenário desafiador, a indústria de lácteos sempre teve a capacidade de se reinventar e seus produtos continuam sendo de grande importância para os consumidores.

“O avanço da pandemia em diferentes cidades fez com o que consumidor atentasse mais para a própria saúde, buscando na alimentação uma forma de fortalecer o seu sistema imunológico. O Leite UHT é uma categoria super madura no Brasil, com penetração em mais de 90% dos lares brasileiros, segundo dados da Kantar, logo tivemos várias inovações em Leites UHT e bebidas lácteas neste ano”, afirmou Arthur Campos, coordenador de Marketing da Tetra Pak Brasil.

De acordo com ele, os últimos meses foram marcados pelos lançamentos de bebidas lácteas de alto valor agregado, que combinam em sua formulação nutrientes que auxiliam as células de defesa do sistema imunológico. “São produtos comercializados em embalagens de porção individual e que, em uma única dose, fornecem a quantidade diária de

nutrientes necessária para o bom funcionamento do organismo”, ressaltou.

### Mercado novo

Como herança da pandemia, o mercado para bebidas lácteas de alto valor agregado deverá continuar crescendo. No segundo semestre de 2020, por exemplo, as bebidas com alto teor de proteína registraram crescimento acima de 220% em volume consumido em comparação com o mesmo período de 2019, segundo dados da Nielsen. Isso é reflexo de um movimento por saudabilidade que já vinha acontecendo, mas que a partir da pandemia foi acelerado.

Para o próximo ano, Arthur ressalta que na Tetra Pak existe a previsão de manutenção desse movimento de chegada às gôndolas das novas bebidas lácteas com alto valor agregado e também de leites UHT especiais. “Como parceiro estratégico da indústria, temos auxiliado diferentes clientes a chegarem a novos tipos de formulação e a modelos de embalagens que respondam aos novos desafios do mercado consumidor.”

### Futuro de incertezas

Outro convidado do *Encontro Minas – a Casa do Leite* foi Valter Bertini Galan, sócio e diretor da Milkpoint. Para ele, o cenário para o mercado de leite e derivados em 2021 traz um grande nível de incerteza, fruto do atual ambiente econômico e de uma possível recuperação econômica pós-pandemia, sobre a qual se desconhece quando acontecerá e com qual velocidade. “A demanda nacional por lácteos, que durante 2020 foi sustentada pelo auxílio emergencial e outras ferramentas do governo federal, tende a ser impactada em 2021 num quadro de economia real, sem ferramentas de suporte por parte da esfera pública.”

Valter ressalta que do lado da produção de leite, insumos importantes como milho e farelo de soja seguirão com cotações bastante altas e o produtor de leite deverá aferir a gestão da sua atividade para conseguir enfrentar este cenário de mercado. “Para a indústria, 2021 começa com patamares de custo de seu principal insumo (o leite comprado de produtores) bastante elevados, o que aumenta o desafio de gestão destas corporações, já que os preços dos

derivados também estão em patamares elevados. Num cenário econômico sem auxílios do governo federal, é pouco provável a existência de novos repasses de preços e, até mesmo, a manutenção dos atuais patamares.”

Diante desse cenário exposto no *Encontro Minas a Casa do Leite*, o Silemg reafirma o seu compromisso de continuar ao lado de todos os seus associados para enfrentarem juntos os desafios de 2021.

Divulgação



Arthur Campos, coordenador de Marketing da Tetra Pak Brasil

Divulgação



Valter Bertini Galan, sócio e diretor da Milkpoint

# BOTA A CARA NO



## *Saiba a importância da vitamina D para o organismo*

Quem não se lembra dos mimos da mãe ou da avó regados a leite com chocolate ou café? Além de deliciosa, a bebida está na memória afetiva de boa parte dos mineiros. Sem contar os benefícios para a saúde: o leite e seu derivados, quando consumidos em quantidades adequadas, podem ajudar na absorção de vitamina D que, por sua vez, absorve o cálcio e ajuda a proteger o organismo da osteoporose (desgaste ósseo).

Além do leite, existem outras maneiras de não deixar que os níveis de vitamina D atinjam índices muito baixos e preocupantes. O corpo humano metaboliza a vitamina D a partir do colesterol, quando há exposição da pele ao sol. Portanto, não tomar sol é tão nocivo quanto a sua exposição em excesso. Muitas pessoas ainda optam, com aval médico, por ingerir cápsulas de vitamina D ou injeções, como complementação à dieta e ao estilo de vida. No entanto, uma forma natural de absorver a vitamina D é expor-se ao sol diariamente por 15 minutos.

### **Efeitos corporais**

A baixa produção de vitamina D pode levar a níveis de cansaço mental, infecções e dores musculares. Esse hormônio desempenha papel fundamental na produção de anticorpos e respostas a inflamações e distúrbios digestivos. Outro fator que pode ter relação com a falta de produção de vitamina D no organismo é a oscilação do humor. Insônia, depressão sazonal e irritabilidade têm relação com a produção desregulada de serotonina e dopaminas, dois neurotransmissores essenciais para manter os níveis de humor adequados, com auxílio da vitamina D.

Até mesmo a queda de cabelo pode ser o resultado de baixos níveis desse hormônio. Por sua vez, a fraqueza muscular, predisposição a câimbras e baixa atividade metabólica podem também sinalizar taxas insuficientes do hormônio. Isso acontece porque há distribuição inadequada de cálcio e fósforo para os músculos do corpo.

### **Entrevista com especialista**

Conversamos com a nutricionista Janaina Goston para saber mais sobre como a vitamina D é uma aliada do organismo. Confira!

É ainda leviano fazermos associações conclusivas sobre a relação de pessoas insuficientes em vitamina D ter maior risco de testar positivo para covid-19, pois há também risco dessas pessoas terem inúmeros outros fatores que podem as tornar propensas ao vírus e suas repercussões. Os estudos que evidenciam um maior risco da doença em indivíduos com provável deficiência da vitamina D merecem ainda avanços nos ensaios clínicos. Vamos aguardar.

### Quais as principais fontes alimentares da vitamina D?

As fontes alimentares de vitamina D são escassas e os seres humanos dependem principalmente da síntese cutânea, que ocorre por meio da exposição ao sol. Com exceção de alguns alimentos como peixes oleosos (entre eles o salmão, sardinha, arenque, cavala, atum, linguado), a vitamina D é difícil de encontrar em uma dieta normal. Gema de ovo, fígado, manteiga e leite são boas alternativas. Sabe-se que o leite ingerido conjuntamente com fontes naturais de vitamina D pode elevar de três a 10 vezes sua absorção, fato que pode ser explicado pela presença da lactalbumina. Por outro lado, bebida alcoólica e fibras dietéticas podem reduzir sua biodisponibilidade.

### Consumo diário ideal

O cálculo de consumo de vitamina D é feito em microgramas ou unidades internacionais (UI). Cada UI equivale a 40 mcg. A recomendação dietética diária para crianças e adultos (até 70 anos) é de 600UI (ou 15mcg), e 800UI (20mcg) aos mais de 70 anos. A fortificação de lácteos pela indústria contribuiu, assim como de outros alimentos (biscoitos, cereais, pães), para o alcance da recomendação diária. O desafio são os suplementos que passaram a estar facilmente disponíveis nas gôndolas de farmácias, mercados de alimentos, mercearias e em outras lojas de varejo.



Divulgação

*Dra. Janaina Goston é nutricionista e colunista do programa Alimentação Saudável na rádio CBN. Atua há mais de 15 anos no acompanhamento nutricional específico e exclusivo a esportistas e atletas*

## Vitamina D nos alimentos

Alimento	Porção (g)	Vitamina D (mcg)	Vitamina D (UI)
Óleo de fígado de bacalhau	13,5	34	1.360
Óleo de salmão	13,5	13,6	544
Ostras cruas	100	8	320
Peixes	100	2,2	88
Leite fortificado	244	2,45	100
Ovo cozido	50	0,65	26
Carnes (frango, peru, porco)	100	0,3	12
Carne bovina	100	0,18	7
Manteiga	13	0,2	8
Iogurte	245	0,1	4
Queijo cheddar	28	0,09	3,6

# ALCANCE O SUCESSO EM UMA NOVA CATEGORIA

Há mais de 60 anos fornecendo soluções de processamento e envase para a indústria de alimentos e bebidas, a Tetra Pak liderou grandes transformações no mercado brasileiro, em parceria com empresas inovadoras. E nós podemos ser seus parceiros para mais uma inovação: queijo envasado líquido.

Nós podemos ajudá-lo a alcançar o sucesso nesta categoria, obtendo um maior rendimento comparado ao processo convencional e chegando a um produto com prazo de validade de 90 dias, que alia a segurança do alimento, sabor e sustentabilidade. Descubra as nossas soluções para encontrar uma maior eficiência nas suas operações.



[TETRAPAK.COM/BR](http://TETRAPAK.COM/BR)

