



# Global Standards

magazine



## PRODUCTOS CON IDENTIDAD

CERTIFICACIÓN DE:

- Pastelería OK
- Sánchez y Martín
- HEINZ México

DIRECTOR  
**Miguel A. Romero**

EDITOR & MARKETING  
**Irma Corona**

PERIODISTA INVITADO  
**Lic. María Gabriela Barrios**

PUBLICIDAD  
**Sandra Jiménez**

DISEÑO  
**Gabriel Hernández García**

#### COLABORADORES EN ÉSTA EDICIÓN

**Lic. María Gabriela Barrios, Veronica Vera,  
Pastelería OK, Sánchez y Martín, Heinz  
México y Fundación Rafa Márquez.**

Nuestro compromiso con la imparcialidad.

La imparcialidad es la base de los servicios de Global Standards y se aplica en cualquiera de nuestros artículos y sitio web. Se especifica que debemos tratar los temas y preguntas desde el punto de vista de un mediador apegado solo al contenido de las normas ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, entre otras, siempre con la finalidad de cumplir los lineamientos especificados en la norma 17021 así como las reglas de acreditación emitidas por ANAB y los documentos mandatorios de la IAF.

Se afirma que Global Standards tiene prohibido ofrecer soluciones o aplicaciones específicas ya que pueden ser consideradas como Consultoría y lo expuesto en los artículos es responsabilidad del autor

#### COMITÉ DE IMPARCIALIDAD

**Alejandro González** / Agrana Fruit México  
(Sector Alimentos)

**Enrique Gomez** / GLOP  
(Servicios Auditoría)

**Celina Zambrano** / U de G  
(Servicios Educativos)

**Fernando Guzmán** / CIAJ  
(Cámara de Alimentos)

**Guillermo Villanueva** / ASPRO  
(Servicios de consultoría)

**Selene Moreno** / Contraloría (Gobierno)

Global Standards Magazine, Noviembre 2013. Año III, núm.

Organismo Certificador reconocido por su:  
**EXPERIENCIA, ENFOQUE Y SERVICIO**



**01 800 277 6242 / (33) 3630 4546**

**WWW.GLOBALSTD.COM**



**E**s innegable que las certificaciones de sistemas de calidad e inocuidad cada día cobran mayor importancia en el mercado nacional e internacional; si queremos estar presentes o tener acercamientos a las grandes marcas definitivamente tenemos que cumplir con los requerimientos que éstas nos requieren para hacer una relación de negocios; como bien sabemos entre otros requerimientos adicionales se encuentran las certificaciones en sistemas de calidad, seguridad, inocuidad, ambiental, responsabilidad social, entre otras. La pregunta sería ¿cuál es la que debo tener? Como respuesta diríamos en primera instancia la que te solicite tu cliente; sin embargo, es importante ser conscientes que tarde o temprano cualquier organización debería tener la base de las certificaciones; es decir, una certificación que demuestre que la organización cuenta con un sistema de calidad o inocuidad; posterior a estas certificaciones se debe considerar mínimo el compromiso con el medio ambiente la cual estaría soportada con la certificación de un sistema de administración ambiental y una adicional sería demostrar que dicha organización esta comprometida con la sociedad, el buen trato de su personal, el respeto a los derechos humanos, al medio ambiente, entre otras, la cual estaría soportada con un sistema de responsabilidad social.

Las organizaciones no pueden esperar a que la certificación se convierta en un requerimientos obligatorio de sus clientes y por consecuencia en un futuro en una desventaja ante sus competidores; hay que actuar y estar preparado con los sistemas que la organización decida implementar y certificar para salir a buscar mercado y hacer relaciones de negocio cumplimiento con los requerimientos de los prospectos o futuros clientes.

Es un placer presentar en este número a empresas que han demostrado su compromiso con los sistemas de calidad e inocuidad; expresando cuales fueron sus experiencias y esfuerzos para lograr este objetivo.

Nuevamente agradezco el considerar a Global Standards como una opción más para proveer servicios de certificación y capacitación a las empresas que así lo requieran.

Hasta pronto.

**Miguel A. Romero**  
Director  
Global Standards



**+Productos y Condimentos con  
Identidad Propia | HEINZ México**

**Pag. 14**

**+Redefinición Exitosa de un Sistema de  
Calidad | Sánchez y Martín, S.A. de C.V.**

**Pag. 10**

**+Complicidad de Sabores que lideran  
en el paladar | Pastelería OK**

**Pag. 6**





## +Etiquetado de Alimentos

Pag. 19

## +Calendario de Cursos

Pag. 24

## +Nuevos Clientes

Pag. 25



Para ver contenidos exclusivos  
como videos y fotos.  
Visita [www.globalstd.com](http://www.globalstd.com)



## COMPLICIDAD DE SABORES QUE LIDERAN EN EL PALADAR DE LOS GRATOS MOMENTOS

Pastelería OK® y Café Martinique dupla para el deleite de nuevos mercados.

Por: Lic. María Gabriela Barrios Casillas / Periodista

La ocasión es propicia para disfrutar plenamente como espectador de un paisaje que invita al relajamiento, al bienestar, al placer de poner en sintonía todos los sentidos para interpretar los sonidos de la lluvia tras la ventana, admirar las tonalidades de un cielo que juega entre azules y grises y un estado de ánimo que corona una imagen placentera con los exquisitos contrastes de sabores de una deliciosa rebanada de pastel, acompañada de una aromática taza de café.

Discretamente al otro lado de la mesa conversan dos personas; ella, es la Gerente de Planta de Producción de Pastelería OK®, Xóchitl Ávila González. Él, es el Gerente de Café Martinique, Mario Alberto González. (Empresas del Grupo OK). Ambos demuestran gran entusiasmo, lo que confirma su tono de voz ágil y a veces más intensa, lo que ofrece la posibilidad de seguir inevitablemente su conversación.

Celebran un gran acontecimiento: recientemente la Pastelería OK® y Café Martinique obtuvieron la certificación de sus procesos, por cumplir cabalmente con la norma internacional ISO 22000, que define los requisitos de un Sistema de Gestión de Inocuidad y Seguridad Alimentaria que comprende desde el origen de los insumos hasta la elaboración del producto que llega finalmente al consumidor. Entre sus principales exigencias destaca el control de riesgos para la Inocuidad y Seguridad Alimentaria mediante programas de requisitos esenciales, planes de análisis de riesgos y puntos críticos de control. Es decir, garantizar que el producto llegue al comensal sin ningún tipo de contaminante, que ponga en riesgo su salud.

La amena charla entre ellos continua sin que perciban que despertó el interés de quienes estamos a su alrededor. Ambos refieren el orgullo de saberse partícipes de un gran esfuerzo colectivo en su organización, para convertirlos en una empresa de referencia en el ámbito de la repostería y del café. Subrayan el nivel de compromiso de sus compañeros, su dedicación, pasión y entrega a un sueño que culminó con una gran realidad: ser líderes en éste sector por lo pronto, en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Atenta sigo el curso de la conversación y escucho la forma en que enlistando como si fueran los ingredientes de una de las recetas exclusivas de Pastelería OK®, Xóchitl refiere lo que para ella en “su mejor postre” fueron los insumos clave: “Mucho esfuerzo, la dedicación, el compromiso y el toque humano de todo nuestro personal; desde luego el liderazgo de nuestros directivos y por supuesto también, el respaldo absoluto de nuestro Consejo Administrativo. Y sí a eso le añades nuestra búsqueda permanente de la Mejora Continua... simplemente el resultado está a la vista”.

Luego da un sorbo a su taza de café y añade, que si bien el utilizar insumos naturales de calidad, ofrecer garantía en sabor y en la caducidad de sus productos, conservar la naturaleza de sus procesos artesanales, mantener buenos niveles en cuanto a costos, lo mismo que impulsar las particularidades de las recetas de sus chefs; son los atributos más notables que los desmarcan de otros en el mercado posicionándolos como un referente, sabían que

debían ir por más.

Ahora es Mario Alberto quien toma la palabra: “Sabemos que el nivel actual de competencia tanto en lo que es repostería como en lo que es café, exige cada vez más preparación y para entrar a un mercado competitivo, ya no nada más a nivel local o región occidente con ésta certificación vamos a ser una empresa competitiva que sea atractiva para los mercados internacionales”, afirma de manera categórica.

Sin quitar la vista de su interlocutora agrega, que indudablemente una materia prima que es insustituible en la conquista del reto que hoy es el tema de su plática es: “Conservamos la pasión en

realizar nuestros procesos artesanales, sólo que aprendimos a trabajar de una forma vinculada, antes no. Sabíamos hacer todos nuestros procesos pero teníamos claro que si queríamos crecer teníamos que estandarizar nuestros procesos, dedicar más tiempo para planear, para innovar, para crear cosas diferentes, para hacer pruebas. Lo mejor de todo, es que éste Sistema de Inocuidad no sólo nos está apoyando en los procesos de operación, sino con el capital humano que es algo primordial para nosotros”.

Y es éste comentario el que hace que Xóchitl intervenga de nuevo: “Efectivamente nos hizo lograr una mayor integración como personas, nos dimos cuenta de que el equipo que tenemos en Pastelería OK tiene la capacidad para

llevar éste logro obviamente con mucho esfuerzo y dedicación de todos nuestros compañeros. Te acuerdas que en el día a día de la operación a veces nos decían hay que meterle el plus, vamos a sacar esa meta que nos pusimos. Fueron capacitaciones exhaustas, muchas horas para el personal. Con todo el trabajo de la implementación del Sistema de Inocuidad, entendimos que no es ver un problema sino la solución como equipo, ver cómo romper paradigmas que estaban estipulados, cómo transformar nuestra cultura como empresa con esfuerzo, dedicación y disciplina. Hay mayor autoestima, dinamismo.”

Tanto Xóchitl como Mario Alberto prosiguen en el intercambio de sus opiniones, anécdotas y remembranzas de la experiencia generada a su organización a raíz de su implementación de un Sistema de Inocuidad y Seguridad Alimentaria. Viene a la

“

*Es gratificante saber con todo el trabajo de la implementación del Sistema de Inocuidad, entendimos que no es ver un problema sino la solución como equipo, ver cómo romper paradigmas que estaban estipulados, cómo transformar nuestra cultura como empresa con esfuerzo, dedicación y disciplina. Hay mayor autoestima, dinamismo.*

”

memoria el recuerdo que hace 23 años con la convicción de tener un negocio familiar que ofreciera repostería fina 100% natural y una gama extensa de productos para todo tipo de paladar, nació la empresa que a la fecha tiene 39 sucursales distribuidas en: la Zona Metropolitana de Guadalajara, Tlaquepaque, Tepatlán, León, Guanajuato, Tepic y próximamente en otras plazas gracias a su proyecto de crecimiento y expansión.

Antes de que la conversación termine nos quedamos con una conclusión puntual: Pastelería OK® evitó la conformidad de saberse merecedor de la lealtad, preferencia y predilección de sus consumidores; y al admitir que en los tiempos actuales esto ya no era suficiente para ser competitivos, a la vanguardia que los caracteriza, asumió el desafío que los clasifica nuevamente como pioneros. Su certificación en ISO 22000 determina la estandarización de sus procesos para controlarlos en cada una de sus unidades de negocio, convirtiéndolos en una empresa “apetecible” para nuevos mercados incluso internacionales.

En su diálogo finalmente la Gerente de Planta de Producción de Pastelería OK®, Xóchitl Ávila González y el Gerente de Café Martinique, Mario Alberto González insistieron en que en su “menú de opciones y oferta de Organismos Certificadores”, buscaron a quien fuera en su opinión más que un “verdugo” (Por el tema de las auditorías y el propio proceso de verificación, que supone la obtención de un certificado), a un aliado estratégico que cumpliera con su filosofía empresarial, de quien tuviesen la mejor referencia y a quien su trayectoria los respaldara dentro y fuera del país... así decidieron que GLOBAL STANDARDS era “su” opción.



Para ver la entrevista en video  
Visita [www.globalstd.com](http://www.globalstd.com)

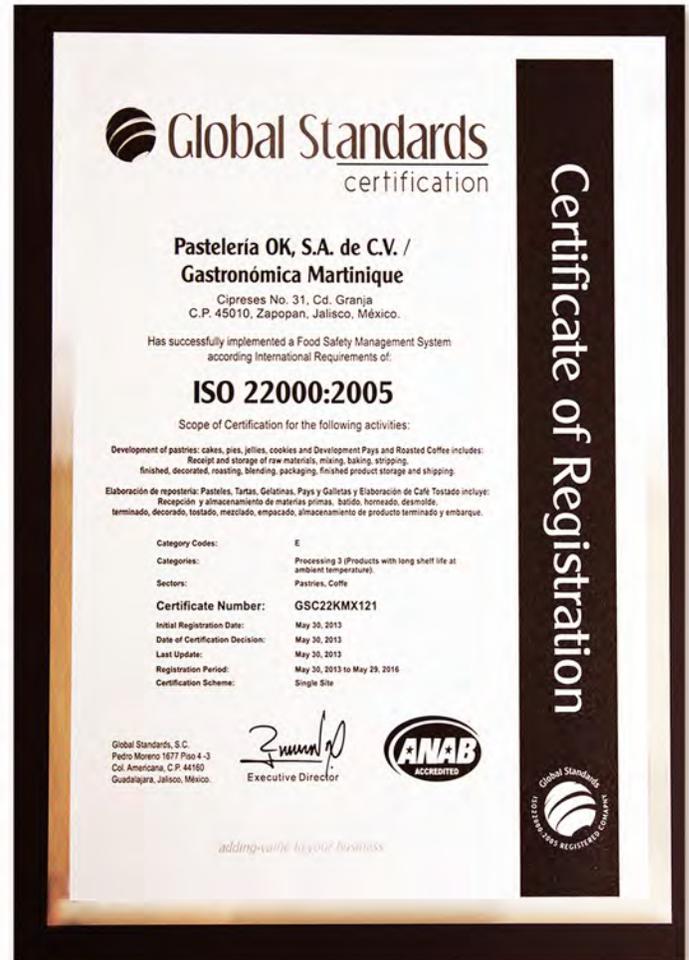


Fotos: Cortesía Pastelería OK



*¡Felicidades!*

Recientemente **Pastelería OK, S.A. de C.V. & Café Martinique**, recibieron de la casa certificadora Global Standards la **Certificación ISO 22000 : 2005**, siendo orgullosamente los **Primeros** en Jalisco en obtenerla, poniendo en claro su constante preocupación por alcanzar los más altos estándares de calidad e inocuidad en sus productos y procesos en beneficio de sus clientes.



*Personal del Proyecto ISO 22000, recibiendo el certificado*



## REDEFINICIÓN EXITOSA DE UN SISTEMA DE CALIDAD DESDE LA EXPERIENCIA DE SOBRE-DOCUMENTAR PROCESOS

Sánchez y Martín: 84 años de crear marcas confiables de limpieza

Por: Lic. María Gabriela Barrios Casillas / Periodista

En ocasiones el abrumarse por cumplir detallada e intachablemente con los requisitos que exige la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, genera que algunas organizaciones sobre-documenten sus procesos; lo que dificulta su comprensión, aplicación, seguimiento y cause la sensación de que “la empresa trabaja para el Sistema y no

el Sistema para la empresa”. Afortunadamente la vivencia de la propia Mejora Continua, contribuye a identificar éste trascendental aprendizaje.

Con la honestidad que le caracteriza, un liderazgo inobjetable y la congruencia que ejemplifica como esencia de la cultura organizacional de la que es

partícipe, el Director de Operaciones de Sánchez y Martín, S.A. de C.V., Ing. Javier García Menaut comparte con los lectores de GLOBAL STANDARDS MAGAZINE los beneficios alcanzados resultado de su Sistema de Gestión de Calidad, certificado en ISO 9001:2008

**GSM:** ¿De qué manera ocurre su

encuentro con el Sistema de Gestión de Calidad y hasta ahora qué aportes significativos reporta para la empresa que atinadamente dirige?

**ING. JAVIER GARCÍA MENAUT:**

“En el 2004 iniciamos por definir y documentar todos nuestros procesos; a hablar con quienes los realizan y seleccionar la mejor forma de hacerlo, ya que no puede haber tres o cinco mejores formas, sino lograr que el equipo reconozca la mejor práctica de la gente con experiencia en la organización para dejarlo establecido y documentado. Pasamos de hacerlo menos basado en los conocimientos y prácticas de cada persona en lo individual, a tener un método y un estándar”.

“La fortaleza de la compañía hasta hace algunos años era el producto, que desde nuestro origen toda la gente sabe que está respaldado por su calidad y su consistencia. Sin embargo, buscamos tener una cercanía mayor con el cliente sobre todo en aquellas zonas en donde no tenemos tanta influencia, dar a conocer nuestros productos y acercarnos a esos consumidores. Por ello también, en los años recientes nuestra orientación y enfoque ha sido hacia la innovación de productos a ofrecer una variedad y categorías: como los jabones y detergentes líquidos o eco-eficientes, además de nuevas presentaciones siempre en una mayor cercanía con el cliente”.

**GSM:** ¿De qué manera el comportamiento de su gente y la evolución de su cultura organizacional influyeron en la transformación de su empresa?

**ING. JAVIER GARCÍA MENAUT:**

“Sin duda fue un proceso interesante, ya que finalmente es un cambio y como en todo la gente nos resistimos al principio ante lo nuevo. La gente también al participar fue dándose cuenta de qué

pretendíamos y de las bondades del Sistema y que éste, nos iba a llevar a mejorar y hacer más fácil, más agradable y más coordinado el trabajo entre todos para ser más productivos; rompiéndose con esa sensación inicial de resistencia, de bueno yo soy el que sé y yo lo hago mejor que el otro, a entender que todos somos un equipo y que si todos hacemos mejor las cosas los resultados van a ser superiores para todos”.

“Representó una oportunidad de renunciar al pensamiento de sentirse indispensable y a evitar cotos de poder para compartir los conocimientos, la información, los métodos, las prácticas; requirió de una sensibilización profunda y favoreció que si alguno tenía incluso la idea de saberse mejor que otro, comprendiera la riqueza de su legado al dejar esa herencia para que otros más también hicieran cada vez mejor su trabajo”.

“Además fue un proceso interesantísimo en el que otros descubrieron que al conocer de punta a raíz un proceso, tenían la posibilidad de aportar mucho más, hacerlo más interesante, a atreverse a innovar; a simplemente hacer repetitivo lo que ya hacen y conocen, sino a exponer propuestas, a reinventarnos, a ir hacia delante. A renovar su mentalidad que es clave para que los cambios sucedan. Descubrimos juntos, una manera de hacer las cosas más fáciles, divertidas y sobre todo productivas”.

**GS:** ¿Cuál fue el detonante para que Sánchez y Martín, S.A. de C.V., considerara que era preciso redefinir su Sistema de Gestión de Calidad?

**ING. JAVIER GARCÍA MENAUT:**

“Después de algún tiempo y en la práctica observamos que sobre-documentamos los procesos un poco con

el temor de no quedarnos sin cumplir algo y nos ocupamos más de que no quedara nada fuera de Sistema; nos aseguramos de cumplir la Norma pero descuidamos que fuera ágil, esbelto y funcional. En 2010 con la implementación de SAP cambiamos mucho nuestras formas de trabajo y al redefinirlas las depuramos y aprovechamos para afinar nuestro Sistema de Gestión de Calidad. Revisamos toda la parte documental para hacer un sistema más esbelto y ligamos esa operación nueva con la anterior y es cuando buscamos hacerlo con una casa certificadora más enfocada a la parte de resultados con la misma importancia como hacia el proceso”.

“Queremos seguir simplificando nuestro Sistema y hacer cada vez más que éste trabaje para nosotros... más que nosotros hacia él y la gente a lo largo de los años ve que es así... Por ejemplo, si hay un problema que ocurre en la operación el colaborador analiza cuál es la causa raíz o qué sucedió, pone mecanismos y toma acciones para corregirlo o prevenirlo. Éste enfoque sucede cada vez más con naturalidad en la compañía. El establecer esa serie de mecanismos ya no sólo porque viene una auditoría o porque un auditor te señala que te falta algo; sino como una herramienta de trabajo en donde yo detecto que tuve algún problema o que puedo mejorar algún proceso, lo documento en el proceso y de ahí para adelante. Esto favorece un Sistema operativo y funcional”.

**GSM:** ¿Éste parte-aguas es entonces el que propicia la coincidencia con GLOBAL STANDARDS?

**ING. JAVIER GARCÍA MENAUT:**

“Nos dimos a la tarea de buscar entre las distintas casas certificadoras, ver sus métodos de auditoría y sobre todo, hablar

con clientes que tuvieran una experiencia previa satisfactoria y preguntarles cómo les había ido...entonces es que tomamos la decisión de hacerlo con GLOBAL STANDARDS. Comulgamos en el mismo enfoque: no ver a la certificación como un mero requisito sino como un Valor Agregado a la organización y que fuera una casa certificadora que si bien detectara las NO conformidades, también nos sugiriera oportunidades de mejora; es decir, creara esa aportación de valor para nuestra empresa”.

“Algo que nos llamó la atención es que las compañías con las que hablamos además de referirnos a GLOBAL STANDARDS también hacían la identificación del trabajo y desempeño de sus auditores y esa recomendación fue muy provechosa. A raíz de todas las recomendaciones que fueron positivas, decidimos por Ustedes y corroboramos que era el enfoque que buscábamos y que cumplía con lo que queríamos: Renovar nuestra certificación con más enfoque a la Mejora Continua”.

**GSM:** Adicionalmente considera Usted que la certificación en ISO 9001:2008 que ostentan, influye en la proyección comercial de Sánchez y Martín, S.A. de C.V.?

**ING. JAVIER GARCÍA MENAUT:**

“Nosotros consideramos que suma beneficios para la compañía y para el consumidor, que los va a corroborar en la calidad y consistencia del producto, en la mejora en el servicio y en la atención continua y si bien si tenemos en nuestra página la mención de la certificación y a quién lo requiera se lo hacemos constar; nosotros vamos más por las ventajas que ofrece el Sistema de Gestión de Calidad, por trabajar con una Norma como lo es ISO, por aprovechar ésta metodología, y evidentemente, reconocer que es un



pasaporte para incursionar en nuevos mercados “.

“Nos damos cuenta de que el consumidor empieza a ser consciente, tal vez no es muy observador en verificar el cumplimiento de una norma o en el examinar insumos. Sin embargo, estamos atentos a sus cambiantes necesidades, al comportamiento y tendencias del mercado; por ejemplo, en cuanto a nuestra oferta de productos verdes y al tema de la responsabilidad social empresarial. De la misma manera, buscamos cada vez más una cercanía con nuestros distintos grupos de clientes, tanto como generarles conciencia hacia los productos que ofrecemos orientados a ser más ecológicos y a exponernos como una empresa sustentable. Los consumidores evolucionan y también nosotros como compañía”.

Próxima a cumplir 84 y a menos de dos décadas de llegar a su primer centenario Sánchez y Martín, S.A. de C.V., conserva una imagen de aprecio del consumidor hacia una línea de productos generacionales que combina con lanzamientos innovadores, el uso de la tecnología de

punta, el desarrollo integral de su capital humano y un férreo compromiso con la Mejora Continua, posicionándose constantemente como una empresa jalisciense y mexicana de participación sobresaliente en el mercado nacional de jabones y detergentes dedicados a la higiene y limpieza; además de fortalecer su penetración en otros países del continente particularmente en Norteamérica, Centroamérica y El Caribe. Cabe mencionar que es una de las empresas que impulsan el “Acuerdo por un México Sostenible” promovido por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y el Instituto Global para la Sostenibilidad, que compila desde 2012 las reflexiones y conclusiones derivadas de los diálogos empresariales y del Foro Negocios Verdes en México.



Para ver la entrevista en video  
Visita [www.globalstd.com](http://www.globalstd.com)

# Creadores de marcas confiables en limpieza



**sym**<sup>®</sup> [www.sym.com.mx](http://www.sym.com.mx)

® Marcas Registradas propiedad de Sánchez y Martín, S.A. de C.V.  
La publicidad es a interés de Sánchez y Martín S.A. de C.V. Agosto 2013.

**Sánchez  
y Martín**<sup>®</sup>



# PRODUCTOS Y CONDIMENTOS QUE FORMAN PARTE DEL SABOR FAMILIAR: HEINZ

## Pioneros de la calidad alimentaria

Por: Lic. María Gabriela Barrios Casillas / Periodista Invitada

Es casi seguro que si Usted acostumbra consumir algún “tentempié” o alimento de los que conforman la llamada “comida rápida”, en más de alguna ocasión enriqueciera su sazón con una salsa kétchup, algo de mostaza, un poco de mayonesa o tal vez esparciéndole pepinillos y probablemente también, es que la marca que más cercana esté a su práctica sea la de HEINZ; evidentemente porque es la empresa que a fines del siglo XIX creó uno de los condimentos más combinables y populares, además de mantener reconocimiento como una de las procesadoras de alimentos más grandes del mundo.

### LA LEYENDA KÉTCHUP

A principios de 1900 Henry John Heinz adopta el concepto de una salsa china agrídulce –ketchia- adicionada normalmente con piña o durazno, ocurriéndosele elaborarla a base de una salsa de tomate para inventar una de sus más representativas creaciones: la kétchup –cátsup-. Tal vez su autor aunque tenía grandes sueños y concretó importantes realidades, jamás imaginó la irrupción que su “salsa de tomate y otras especies” tendría en el sector alimentario y que su aceptación multiplicara la predilección de sus consumidores generación tras generación.



Cortesía: Heinz México

Con más de 125 años de vida, ventas superiores a las 650 millones de botellas en más de 140 países en el mundo, la salsa ketchup tiene un papel relevante en la historia cotidiana de millones de consumidores en todo el planeta.

En 1905 comenzó a operar su primera planta fuera de territorio norteamericano, en Reino Unido. En la segunda mitad del siglo la empresa de origen estadounidense ya contaba con sus propias plantas industriales en Holanda (1957), Venezuela (1960), Japón (1962), e Italia (1963). Más tarde expandiría su cartera de negocios hacia África, China, Europa del Este y Oceanía. Esto aunado a su presencia en Canadá y en las Ferias Mundiales donde sustentó el desarrollo de los estándares de calidad de la marca.

Hace algunos años la reputación de la ketchup pasó por ejemplo de ser un condimento de hamburguesas y hot-dog, a un vocablo utilizado en temas musicales entre ellos en la canción interpretada por la rockera contemporánea mexicana Gloria Trevi: “Me dejaste... y me dejaste bien dejada!, y ahora que estoy abandonada...

supe lo que perdí!, Me dejaste como una papa sin cátsup...”, e incluso inspiró el nombre del grupo español de pop femenino “Las Ketchup”.

En México HEINZ llega casi a dos décadas de presencia, consolidándose cada día como la compañía líder en la elaboración y distribución de porcionados a nivel nacional; además exporta a 19 países de Centro y Sudamérica.

### PIONERA EN INOCUIDAD

El escrupulo en el manejo inocuo y seguridad de los alimentos envasados data de las prácticas de elaboración y distribución establecidas por su fundador, refiere el Director de Calidad de HEINZ Latinoamérica, Ing. José de Jesús García Ochoa quien comenta: “Él en una demostración auténtica de su compromiso con la calidad, cambió el concepto de cómo se comercializaba, estaba convencido de la calidad y la pureza de sus productos y fue el primero en envasarlos en frascos de vidrio transparente para que el consumidor viera la calidad del producto”.

Aún cuando éste compromiso prevalece

desde el nacimiento de la marca, lo cierto es que las exigencias de un mercado global en constante evolución demandaron el establecimiento de nuevas prácticas y normas que garantizaran al consumidor, que los productos a su alcance cubrían los estándares de inocuidad y seguridad alimentaria.

Prueba de ello añade el Ing. José de Jesús García Ochoa, es la alineación de la planta HEINZ México (Ubicada en el municipio de Tlaquepaque de la Zona Metropolitana de Guadalajara, en el estado de Jalisco), al objetivo de las demás empresas de la firma para concretar su certificación en el esquema FSSC 22000, reconocido por la Global Food Safety Initiative (GFSI), el esquema FSSC 22000 fue desarrollado para la certificación de sistemas de seguridad alimentaria de los fabricantes de alimentos que procesen productos de origen animal, vegetales, productos con larga vida de anaquel, ingredientes alimenticios, aditivos, vitaminas (entre otros).

Además de confirmar que en todo momento tuvieron la convicción de asumir éste importante desafío, que también sus distintos grupos de interés y clientes comenzaron a demandarles (Sobre todo empresas transnacionales y multinacionales), el Director de Calidad de HEINZ Latinoamérica, celebra el mérito de ser los primeros en la región que representa en lograrlo y romper así un paradigma. Revela que ésta nueva condición incrementará la certidumbre de sus clientes hacia el portafolio de productos que ofertan, además de agregar valor a sus condiciones de calidad, sabor y variedad, con la absoluta garantía de que la salud de sus consumidores no tendrá ningún perjuicio.

Asocia que con anterioridad algunos de sus clientes les practicaban sistemáticamente auditorías y que tiempo después en su mayoría, comenzaron a solicitarles la certificación en algún sistema de inocui-

dad y seguridad alimentaria de cobertura internacional; condición que ya cumplían prácticamente en todo el mercado de los Estados Unidos y cuyo ejemplo siguieron. Destaca a GLOBAL STANDARDS MAGAZINE que resultado de ésta certificación que lograron en un período de seis meses dada la fortaleza de su sistema interno de trabajo, ya exportan papillas para bebé en empaque flexible a Europa, concretamente a países como: Inglaterra, Italia y Rusia. Admite también que: “El proceso de implementación del Sistema de Inocuidad y Seguridad Alimentaria propició una nueva forma de trabajo, la mayor integración de los equipos y personas, el establecimiento de compromisos de tiempo y la gestión de recursos para lograrla. Además nos abrió muchas puertas y por si fuera poco, confirmó el aprecio hacia nuestra propuesta de valor; ya que el consumidor nota la diferencia en cuanto a qué cadena de comida rápida o restaurante le ofrecen nuestros productos”.

### OFERTA GLOBAL

Desde los inicios de su producción los envasados de HEINZ (Sopas, legumbres, pickles, ketchup, condimentos, alimentos para bebés, entre otros) resaltan sus atributos como productos inocuos, buenos y saludables por su valor nutricional.

Una de las variedades más favorecidas de sus productos son los llamados porcionados, al respecto el Director de Calidad de HEINZ Latinoamérica, explica que aunque son micro raciones individuales particularmente de condimentos, conservan la misma calidad, inocuidad y seguridad alimentaria que en toda la variedad, gama y volumen de todos sus productos: “Para nosotros no importa si es una presentación de 24 onzas, 14 onzas o en un sobre de 9 gramos, es un producto que respalda el mismo sistema de inocuidad y de calidad”.

### BUEN SABOR DE BOCA

Ni duda cabe de que la importancia de una estrategia bien diseñada y ejecutada de comunicación alienta el logro del propósito, así que: “Si bien la víspera de la certificación es mucho trabajo, lo que resulta toda una experiencia para muchos inolvidable es el trabajo en equipo, en el que participamos personas de diferentes áreas; nos ayudó a tener más integración a ir por un sólo objetivo y aunque en el momento de tener la auditoría te pone nervioso, a la vez todos teníamos la seguridad de que ya habíamos implementado los requerimientos obligatorios y que estábamos listos para lo que vendría”, dice conforme con el resultado nuestro entrevistado.

Luego explica: “En realidad no tuvimos mucho problema; de hecho el mayor dilema fue cómo establecer los mecanismos para la participación de todo el personal y lograr la comprensión de la importancia y trascendencia de la implementación del Sistema, así como del reto de obtener la certificación. Obtuvimos una participación significativa lo mismo del supervisor, líder de la línea y gerencia, como de todo el Talento Humano de la organización”.

Y subraya: “Fuimos 17 personas las que nos entrenamos como Auditores Internos en FSSC 22000 para respaldar la aceptación del compromiso en las posiciones más idóneas de la empresa. Todos adueñándonos del conocimiento y responsabilidad conjunta del Sistema; no tuvimos complicaciones para trasladarlo y difundirlo a toda la organización en la que somos 500 personas: el 50% son mujeres y el otro tanto son varones. Todos sabemos que nuestro esfuerzo tiene que ver con el prestigio, la aceptación y buena imagen de un producto, de la empresa y de quienes la integramos”.

### APORTACIÓN EMPRESARIAL

El Director de Calidad de HEINZ Latinoamérica, Ing. José de Jesús García Ochoa expresa convencido que es indispensable para cualquier tamaño y tipo de organización: “Establecer un compromiso con el cliente y con el consumidor. Es preciso demostrarles que una empresa que logra una certificación es mucho más que aquella que expone su certificado en la recepción. Lo más importante es el mensaje a la sociedad, de que nuestra empresa tiene un compromiso con la seguridad alimentaria y la calidad. Por eso de igual manera, hay que evaluar a quién elegimos como aliado y que favorezca nuestra ventaja competitiva. En nuestro caso, las recomendaciones y nuestro propio análisis nos condujeron sin vacilación hacia GLOBAL STANDARDS”.

Por último argumenta: “Estamos en un momento muy motivador. Confirmamos nuestra convicción de mantener el estándar de HEINZ internacional. Nos estimula conservar nuestra certificación. Pretendemos atrevernos a más, como por ejemplo buscar el Premio Nacional de Calidad. Queremos con nuestra experiencia influir en que además de las prácticas de evaluación y auditoría a nuestros proveedores, ellos logren también alguna certificación para que el impacto hasta el cliente final sea más contundente. En fin, que nuestra contribución social favorezca que cada consumidor identifique lo que es bueno y lo que el mercado tiene de bueno para él”.



Para ver la entrevista en video  
Visita [www.globalstd.com](http://www.globalstd.com)

**HEINZ**  
NATURALMENTE

Incomparablemente  
delicioso.



ALIMENTATE SANAMENTE



## ETIQUETADO DE ALIMENTOS

Por: Veronica Vera / Auditor FSMS - Global Standards

Todos en algún momento escuchamos de nuestros amigos, familiares y vecinos temas de alimentación y nutrición es complicado el tema, y más cuando en el país se encuentra en transición epidemiológica, que significa esto, según los expertos existen antiguos problemas de nutrición y salud ligados a la pobreza, así como aquellos asociados a la riqueza. Los mexicanos con malos hábitos y con poca información adquirimos productos con altos contenidos de calorías, carbohidratos

y grasas. Este artículo tiene la finalidad que tú consumidor conozcas de manera muy general la información proporcionada en las etiquetas y saber cómo se generan por los productores y quienes son los responsables de revisarlas.

El etiquetado de los alimentos constituye el principal medio de comunicación entre los fabricantes y vendedores de alimentos por una parte, y por otra, sus compradores y consumidores. Por esta razón el

etiquetado debe obtener información que nos permita seleccionar y adquirir productos que cumplan con nuestras necesidades o bien que nos ayude a mejorar nuestros hábitos alimenticios. En el país existe un órgano que regula el contenido de información que se presenta en las etiquetas, la SCOFI, la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados-información comercial y sanitaria.



### Leyendas Precautorias:

Contenido Neto, Masa Drenada, Lote, Ingredientes, País de Origen.

### Información Nutricional:

Nombre o Denominación, Marca Comercial, Fecha de Caducidad, Información español, Fabricante o Importador.

### Información Comercial

En esta publicación se observa en el apartado 3.11 la declaración de propiedades nutrimentales en esta definición confirma que cualquier texto o representación que afirme, sugiera o implique que el producto pre envasado tiene propiedades nutrimentales particulares, no solo en relación con su contenido energético y de proteínas, grasas (lípidos) y carbohidratos (hidratos de carbono), sino además en su contenido de vitaminas y nutrientes inorgánicos (minerales).

Así es consumidor la etiqueta del envase que lees debe presentar un texto que haga suponer que el alimento o bebida no alcohólica tiene alguna sustancia nutritiva como vitaminas, minerales, proteínas, grasas, etc., o bien pueden presentarse características como bajo en sodio, bajo en grasa, bajo en colesterol, etc., en ese caso estas distinguiendo una declaración de propiedades nutrimentales.

Es importante aclararte que no constituye una declaración de propiedades nutrimentales los siguientes elementos:

a) La mención de sustancias en la lista de ingredientes ni la denominación o marca del producto pre envasado; Recuerda que el “Jugo de Piña”, “Rajas

de chiles verdes en escabeche” o “Leche entera fortificada” son los nombres del producto y las marcas comerciales de estos productos podrían ser “Jugos Del Valle”, “La Costeña” o “Nido”.

b) La mención de nutrientes como parte obligatoria del etiquetado nutrimental, cuando la adición del mismo sea obligatoria; Por ejemplo si observas que en la etiqueta se menciona Vitamina C, esto quiere decir que es considerada como una declaración de propiedades nutrimentales.

c) La declaración cuantitativa o cualitativa en la etiqueta de propiedades nutrimentales de algunos nutrientes o ingredientes, cuando ésta sea obligatoria, de conformidad con los ordenamientos jurídicos aplicables; en algunas etiquetas de productos lácteos es común encontrar en las etiquetas “Restaurada con vitamina A”, debido a que la adición de vitamina “A” es obligatoria para la leche semidescremada, conforme lo establece el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de Actividades, Establecimientos, Productos y Servicios y la NOM-091-SSA1-1994.

Como te comentamos al principio los fabricantes mantienen un grupo de expertos en nutrición, química de alimentos, ingeniería o en regulación quienes están a cargo de realizar y revisar la Tabla de Información Nutrimental.

Regularmente la Tabla de Información Nutrimental que perfilan los expertos debe considerar el estilo de tipo de letras, tamaño, espacios entre las letras y contraste, para asegurar una etiqueta distintiva, clara y fácil de leer. El tamaño de la porción continúa siendo la base para reportar el contenido nutritivo de cada alimento, esta debe reflejar la realidad de las cantidades que el consumidor come y deben ser expresadas en términos comunes y usando el sistema métrico de medidas.

Como medidas domésticas comunes se aceptan: la taza, la cuchara de mesa, la cucharita de té, la fracción y recipientes comunes para empacar alimentos caseros (una bandeja pequeña o una jarra). Los gramos pueden ser usadas, pero solamente cuando una unidad casera no es apropiada y una unidad visual es usada como por ejemplo: (28g es alrededor de 1/2 pepino).

Nota: Los Gramos (g) y mililitros (mL) son las unidades métricas usadas en

relación con tamaños de porciones.

Los tamaños de porciones se interpretan como la cantidad de comida que se acostumbra a comer una vez (esto puede obtenerse a través de estudios del consumo nacional de alimentos). Por ejemplo los tamaños de las porciones que aparecen en las etiquetas de los alimentos están basados en la tabla de recomendaciones ponderadas para la población mexicana.

Los valores nutrimentales de referencia (% VNR) los expertos las consultan debido a que su contenido se emplea como guía para colorar y planificar la ingestión de nutrimentos de poblaciones sanas y bien nutridas, verificando las columnas de la ingesta diaria recomendada (IDR) y la ingesta Diaria Sugerida (IDS)

Ingesta o ingestión Diaria Recomendada (IDR): El IDR se obtiene sumando dos desviaciones típicas al promedio de los requerimientos de las necesidad de 97,5% de los individuos en la población. Si se desconoce la desviación típica, el Requerimiento Nutrimental Promedio (RNP) de una población se multiplica por 1,2, suponiendo un coeficiente de variación (desviación típica por 100

dividida entre el promedio) de 10%. Donde RNP es el Requerimiento Nutrimental Promedio de una población que, en combinación con la varianza, describe la variación estadística de los requerimientos individuales.

“ Los valores nutrimentales de referencia (% VNR) los expertos las consultan debido a que su contenido se emplea como guía para colorar y planificar la ingestión de nutrimentos de poblaciones sanas y bien nutridas, verificando las columnas de la ingesta diaria recomendada (IDR) y la ingesta Diaria Sugerida (IDS) ”

Ingesta o ingestión Diaria Sugerida (IDS): El IDS se usa en lugar de la Ingesta Diaria Recomendada (IDR) en los casos que la información sobre requerimientos es

insuficiente.

Es importante que los expertos realicen y declaren, el cálculo del contenido energético (Calorías), la cantidad de proteínas, hidratos de carbono (carbohidratos), lípidos (grasas), y sodio que contienen los alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados, el contenido de fibra dietética, vitaminas y nutrimentos inorgánicos (minerales).

La anotación en la etiqueta del producto de las vitaminas y minerales debe ser utilizando en unidades métricas o por medio de un porcentaje de la ingestión diaria recomendada (IDR), es decir, de la cantidad de vitaminas y minerales que se recomienda consumir o ingerir cada día por 100 g, por una porción, o por envase o unidad de producto, cuando dicho envase o producto contenga una sola porción.

Cuando los expertos no tienen asignado un IDR, emplean como referencia las tablas de ingestión reconocidas a nivel internacional.

Los fabricantes están obligados a informar una declaración nutrimental como la que te describimos anteriormente, sin embargo

**Tabla: Valores nutrimentales de referencia para la población mexicana**

Nutrimento/ unidad de medida	VNR	
	IDR	IDS
Vitamina K. µg		78
Ácido pantoténico mg		4,0
Calcio mg		900
Cobre µg		650
Cromo µg		22
Flúor mg		2,2
Fósforo mg	664	
Hierro mg		17
Magnesio mg		248
Selenio µg		41
Yodo µg		99
Zinc µg		10

Nutrimento/ unidad de medida	VNR	
	IDR	IDS
Proteína g/kg de peso corporal	1	
Fibra dietética g	30	
Vitamina A µg (equivalentes de retinol)		568
Vitamina B1 µg (Tiamina)		800
Vitamina B2 µg (Riboflavina)		840
Vitamina B6 µg (Piridoxina)		930
Niacina mg (equivalente a Acido nicotínico)		11
Acido fólico µg (Folacacina)		380
Vitamina B12 µg (Cobalamina)		2,1
Vitamina C mg (Acido ascórbico)	60	
Vitamina D µg (como colecalciferol)		5,6
Vitamina E mg (equivalente a tocoferol)		11

podrás observar en algunas etiquetas información nutrimental complementaria en donde el fabricante decide añadir a efecto de ofrecer al consumidor mayor información características nutrimentales del producto.

Cuando los fabricantes al final obtienen el marbete de su etiqueta con la información nutrimental estos deben asegurar el cumplimiento de la regulación NOM-051, es por eso que pueden presentar un sistema de validación de la información de su etiqueta o bien presentar este documento ante la COFEPRIS para su verificación y retroalimentación.

No esperes observar etiquetas de nutrición en todos los alimentos quedan exentos los siguientes:

- Alimentos servidos para el consumo inmediato
- Alimentos listos para comer que no son consumidos inmediatamente, pero preparados en el lugar, por ejemplo bizcochos, fiambres, y dulces.
- Simple café y té, algunas especias, y otros alimentos que no contienen cantidades significativas de elementos nutritivos.

Consumidor cuando te encuentres en los pasillos de los supermercados y pongas a prueba tus conocimientos sobre la identificación de la información nutrimental, recuerda lo siguiente:

1. Los consumidores debemos ser informados acerca de los beneficios alimenticios de casi todos los productos que compramos.
2. Leer en un formato que habilite a los consumidores a encontrar rápidamente la etiqueta con la información necesaria para escoger los alimentos más saludables.



3. Información concerniente a la cantidad por porción de grasa saturada, colesterol, fibra dietética y otros nutrientes, que hoy son causa de mayor preocupación para la salud.

4. Considerar las referencias de valores de nutrición exactos, como porcentajes de Valores Diarios que ayudan a los consumidores a comprender cómo un alimento puede encajar en una dieta común.

5. Revisar la uniformidad de las porciones de los alimentos, con el fin de poder hacer comparaciones alimenticias más fáciles de productos similares.

La etiqueta de los alimentos es un elemento importante para la seguridad y protección que puede representar para aquellas personas que consumimos los alimentos. Actualmente el etiquetado de debe cumplir con las regulaciones con el fin de dar confiabilidad a la información que ella puede proveer, importantes cambios son los que se refieren a la información nutrimental ya que la etiqueta

puede constituir una fuente confiable de educación nutricional y de protección para el consumidor desde el punto de vista de la salud. Para ello los fabricantes e instituciones deben estar comprometidos con nosotros ya que ellos también son parte de este universo de consumidores.

**¿Sabías que?**

**Una persona con SORDOCEGUERA  
puede ser PRODUCTIVA...**

**Abre tus ojos a la CAPACIDAD  
Talleres de Sensibilización**

**¡Haces falta!**

Únete al Día del Paste. Una vez al mes, los colaboradores de tu empresa se unen a la causa de Una Segunda Mirada, y desayunan, comen o cenan pastes de hojaldre. Necesitamos 30 empresas que realicen sus pedidos una vez al mes, para ser autosustentables. ¡Tu empresa puede ser una de ellas!

Invita a Una Segunda Mirada a comer contigo todos los días. Los colaboradores de tu empresa pueden unirse para solicitar el menú semanal y todos los días se les llevará comida desde nuestro "Comedor Industrial Incluyente", a domicilio, personalmente hasta tu empresa.

**Ellos tienen la CAPACIDAD, TÚ eres parte de la OPORTUNIDAD  
¡Únete y haz la diferencia!**



# CURSOS DE CAPACITACIÓN CERTIFICADOS

Cursos reconocidos internacionalmente por **RABQSA** y la Fundación **FSSC 22000**.

Nuestra firma ofrece servicios de capacitación en diferentes **estándares internacionales**.

Nuestra división de capacitación a través del programa anual de cursos ofrece diferentes temas considerando las necesidades de las organizaciones y las mejores prácticas implantadas a nivel local e internacional.

REQUERIMIENTOS	AUDITOR INTERNO	AUDITOR LÍDER	OTROS CURSOS
ISO 9001:2008	ISO 9001:2008	ISO 9001:2008	NOM 251-SSA1-2009
ISO 14001:2004	ISO 14001:2004	ISO 14001:2004	TALLER HACCP
ISO 22000:2005	ISO 22000:2005	ISO 22000:2005	HACCP AVANZADO
FSSC 22000	FSSC 22000	FSSC 22000	CORE TOOLS
ISO 27001:2005	ISO 27001:2005	ISO 27001:2005	HERRAMIENTAS DE MEJORA
OHSAS 18001	OHSAS 18001	OHSAS 18001	BALANCED SCORECARD



Informes e Inscripciones: 01800 277 6242 | (0133) 36304546 | [info@globalstd.com](mailto:info@globalstd.com)

*adding-value to your business*

# NUEVOS CLIENTES

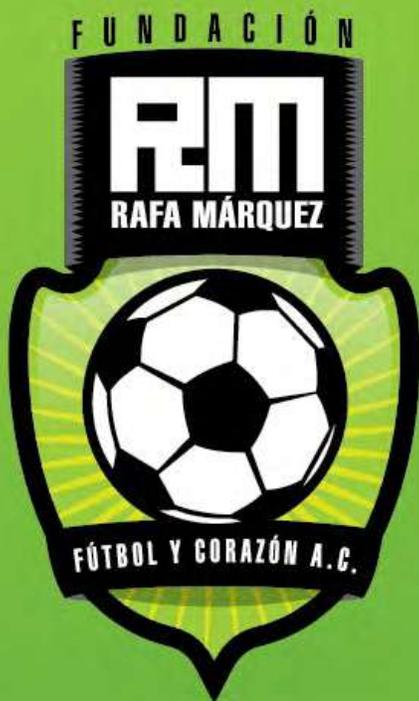
- Alimentos Profusa, S.A de C.V.
- Becktrop, S.A. de C.V.
- Centro Universitario de los Altos
- Comercializadora Dofer, S.A. de C.V.
- Contenedor Inteligente, S.A. de C.V.
- Corporativo Ouros, S.A. de C.V.
- Distribuidora A5 Express, S.A. de C.V.
- Engineering Diesel Group, S.A de C.V.
- General Products, S.A. de C.V.
- GL Plásticos y Empaques, S.A. de C.V.
- Grifols México, S.A. de C.V.
- Grupo Consultor Mexicano, S.A. de C.V.
- HM – Highmil
- Industrias Mexar, S.A de C.V
- La Tía Trini, S.A de C.V.
- Lactoproductos La Loma, S.A de C.V.
- Lubtrac, S.A. de C.V.
- Natural Sins Limitada
- PCC Testing, S.A. de C.V.
- Portinox México, S.A. de C.V.
- Procesadora Tecnológica de Polímeros
- Procesadora Tecnológica de Polimeros (PLAZTEK)
- Promédica García, S.A. de C.V.
- Tenova HYL
- Tractocamiones y Representaciones, S.A. de C.V. (TITAN)

Informes e Inscripciones: 01800 277 6242 | (0133) 36304546 | [info@globalstd.com](mailto:info@globalstd.com)

*adding-value to your business*



¡Más sanos,  
más fuertes,  
mejor preparados!



NED (Nutrición, Educación y Deporte) es el Programa Integral e Institucional con el que la Fundación Rafa Márquez "Fútbol y Corazón, A.C." asiste a más de 900 niños en zonas marginadas de nuestro país.

Popocatepetl No. 2907-1, Ciudad del Sol  
Zapopan, Jalisco Tel. Of. (33) 1201-9127 y 28

 [Facebook.com/FundacionRafaMarquez](https://www.facebook.com/FundacionRafaMarquez)

 [Twitter.com/RMfundacion](https://twitter.com/RMfundacion)

[www.rafam Marquez.org](http://www.rafam Marquez.org)