

Mercado de ingredientes funcionais cresce apoiado em pesquisa e rigor regulatório

No último dia da 28ª edição da Fi South America, evento destaca importância da validação científica e do rigor regulatório para o futuro da indústria de alimentos

A 28ª edição da Food ingredients South America (FiSA), principal encontro da indústria de ingredientes para alimentos, bebidas e suplementos da América do Sul, terminou, nesta quinta-feira (6), no São Paulo Expo, com foco renovado em soluções para o envelhecimento saudável, diversificação de proteínas alternativas e o fortalecimento do conceito de "Food as Medicine".

Um dos destaques do terceiro dia do Summit Future of Nutrition, congresso que acontece no evento, foi o painel "Ingredientes Funcionais: entre evidência científica, alegações e confiança do consumidor". Impulsionado pelos avanços científicos nas áreas de microbiota, metabolismo e saúde mental, o painel reuniu especialistas da academia, da indústria e da área regulatória para discutir os desafios de transformar inovação em produtos seguros, eficazes e respaldados pela ciência.

O painel contou com a participação de Mario Roberto Maróstica Jr., professor da Unicamp; Camille Kaufmann, diretora de Qualidade e Segurança Alimentar do Cone Sul da Danone; Jessica Herrero João, Regulatory Affairs LATAM Manager e ex-DSM; e Ary Bucione, fundador da NutriConnection.

Durante sua apresentação, Camille Kaufmann destacou que a ciência é um dos pilares da estratégia da Danone para o desenvolvimento de alimentos funcionais. "Na Danone, olhamos para a ciência como parte do nosso crescimento e temos projetos voltados para colocar esse conhecimento a serviço da sociedade. Trabalhamos com evidências científicas, mas também buscamos entregar sabor e consistência ao consumidor", afirmou.

Jessica Herrero abordou o cenário regulatório e reforçou que a comunicação dos benefícios de um ingrediente funcional depende da robustez das evidências científicas e do enquadramento correto do produto na legislação. "É preciso definir a categoria regulatória do produto e qual evidência científica sustenta aquela alegação", destacou.

Ela lembrou que algumas alegações, como as relacionadas a vitaminas e minerais para o funcionamento do sistema imunológico, já são reconhecidas. No caso dos

suplementos alimentares, explicou que é necessário comprovar o mecanismo de ação, definir o público-alvo e, quando aplicável, iniciar o processo de petição junto à Anvisa.

O professor Mario Roberto Maróstica Jr. destacou que um dos principais desafios é transformar resultados obtidos em laboratório em processos industriais viáveis. "No laboratório o ingrediente funciona, mas ele precisa continuar funcionando quando o processo é escalonado para a indústria e durante toda a cadeia produtiva", afirmou.

Segundo o pesquisador, também é essencial comprovar que a dosagem utilizada é suficiente para gerar o benefício prometido. "É preciso comprovar que o ingrediente, na quantidade utilizada, realmente promove o efeito que a alegação comunica ao consumidor", concluiu.

União entre nutrição e medicina transforma indústria de alimentos

A crescente convergência entre nutrição e medicina cria novas oportunidades para o desenvolvimento de produtos que vão muito além da nutrição básica, atuando de forma direta na saúde física, mental e metabólica. Esse cenário, impulsionado por consumidores que buscam soluções práticas para o bem-estar no dia a dia, fortalece cada vez mais o conceito de Food as Medicine. No Summit Future of Nutrition 2026, a conversa foi sobre o desafio da indústria de transformar essa ciência em produtos acessíveis, relevantes, competitivos e que respeitem os rigorosos limites regulatórios foi o centro do debate.

"Não tem como pensar no envelhecimento saudável sem falar da nutrição", comentou Arthur Lorenzetti, VP de nutrição especializada da Danone Brasil. Para ele, o consumidor atual tem buscado escolhas cada vez mais conscientes, pautadas por mais informação disponível. "Acredito que isso vai se intensificar. É uma tônica dos próximos anos. Em produtos de nutrição especializada, observamos quais serão as próximas descobertas da academia que conseguem ser comprovadas na prática, para trazer retorno a quem vai usar", explicou.

A transformação da pesquisa em produto comercial exige, além de ciência, uma forte estratégia de comunicação, de acordo com Wesley Barbosa, diretor do Grupo Piracanjuba. "O consumidor não é fácil. Primeiro, você precisa entregar os benefícios para que ele entenda o que ganha. Segundo, criar uma proposta de valor que seja acessível, para que ele confie na marca a ponto de pagar um pouco a mais. Por último, é fundamental entregar uma comunicação clara. Fizemos quem não consumia leite começar a consumir. Hoje, 20% do consumo do mercado é zero lactose", completou.

O papel da ciência no avanço dessa pauta foi reforçado por Glaucia Maria Pastore, docente da UNICAMP. "A pesquisa dentro da ciência de alimentos é muito robusta e tem contribuído para o entendimento de como os compostos podem beneficiar a saúde, seja na prevenção ou no tratamento de doenças, principalmente as crônico-degenerativas, que aumentam com o desafio do controle do envelhecimento. O grande braço de descoberta agora é a epigenética: como compostos bioativos podem transformar a expressão gênica, para o bem ou para o mal", declarou.

Esse viés preventivo foi endossado por Gislene Cardozo, diretora executiva da ABIAD, que atuou como mediadora. Ela lembrou que pesquisas da entidade apontam que 95% dos usuários de suplementos buscam complementar a alimentação de forma preventiva. "Não são apenas alimentos para indulgência; são alimentos que vão trazer benefícios como um todo. Por isso, é importante entender o papel dos ingredientes na promoção da saúde. Não adianta estar só no papel; a ciência precisa ver se o caminho se viabiliza na prática", concluiu.

Proteínas ampliam espaço no mercado e desafiam indústria a unir inovação, sabor e escala

As proteínas seguem entre os principais motores de inovação da indústria de alimentos, mas o futuro do setor depende de equilibrar avanços tecnológicos, viabilidade econômica e aceitação do consumidor. O tema foi debatido no painel "Proteínas do Futuro: Entre Inovação Tecnológica, Custo e Aceitação do Consumidor", com mediação de Cristiana Ambiel, diretora de Ciência e Tecnologia do The Good Food Institute (GFI Brasil).

Durante o debate, Guilherme Costa Abid, diretor de P&D e indústria da Bold Snacks, destacou que o perfil de consumo mudou nos últimos anos. "Antes, o consumo de proteínas estava muito associado à alta performance e aos atletas. Hoje, ele está ligado ao bem-estar, à vida saudável e a uma preocupação mais ampla com a qualidade nutricional dos alimentos", afirmou.

Na avaliação de Paula Speranza, engenheira de Alimentos, doutora em Ciência de Alimentos e fundadora da ProVerde Processos Sustentáveis, o avanço das proteínas alternativas ainda enfrenta três desafios centrais: melhorar as características sensoriais dos produtos, ampliar a funcionalidade das proteínas em diferentes aplicações e tornar os processos produtivos escaláveis. "O desafio é desenvolver proteínas vegetais que entreguem sabor, desempenho tecnológico e produção em escala compatíveis com as demandas da indústria", explicou.

Já Guilherme Tavares, professor da Faculdade de Engenharia de Alimentos da Unicamp (FEA/Unicamp), ressaltou que o desenvolvimento de novos ingredientes exige conhecimento científico sobre o comportamento das proteínas. "As proteínas não são todas iguais. Elas estão presentes em diferentes sistemas biológicos e suas propriedades dependem diretamente de suas estruturas, o que influencia seu desempenho nas diversas aplicações alimentícias", destacou.

A Food ingredients South America 2027 acontece de 3 a 5 de agosto, no São Paulo Expo. Mais informações sobre a próxima edição estão [aqui](#).

Galeria de fotos do evento: acesse [aqui](#)

Sobre a Food ingredients South America (FiSA)

A Fi South America é o principal ponto de encontro da indústria de ingredientes para o setor de alimentos e bebidas na América do Sul. O evento reúne anualmente fabricantes, distribuidores e profissionais de P&D, marketing, regulatório e compras para antecipar tendências, apresentar inovações tecnológicas e acelerar negócios. Integrante do ecossistema internacional Fi Global, organizado pela Informa, a feira conecta o mercado regional às principais referências, lançamentos e oportunidades de relacionamento globais.

Sobre a Informa

A Informa conecta pessoas e mercados por meio de soluções digitais, conteúdo especializado, feiras de negócios, eventos híbridos e inteligência de mercado, construindo uma jornada de relacionamento e negócios entre empresas e mercados 365 dias por ano. Presente em mais de 30 países, atua na América Latina há 30 anos entregando anualmente mais de 40 eventos híbridos no Brasil e no México, dezenas de eventos digitais, portais de notícia e plataformas digitais de conexão e negócios.

Para saber mais, acesse: www.informamarkets.com.br

Informações para imprensa: [2PRÓ Comunicação](#)

Carolina Mendes - carolina.mendes@2pro.com.br

Guilherme Kamio - guilherme.kamio@2pro.com.br

Raquel Dutra - raquel.dutra@2pro.com.br

Teresa Silva - teresa.silva@2pro.com.br