

# REVISTA A | I

Especial | Bebidas

LEIA

LEIA

## A era clean label

Como os consumidores estão mudando a indústria alimentícia?

## Fosfatos de rótulo limpo

Origem, aplicações e desafios

LEIA

Especial | Vencedores Estrelas da FiSA

LEIA



A Analitic faz a diferença e traz o que há de melhor em insumos para as indústrias brasileiras

Conheça nosso Portfólio



[analiticinsumos.com.br](http://analiticinsumos.com.br)





# ÚNICA MARCA DE COLÁGENO E GELATINA QUE POSSUI O CONTROLE TOTAL DA MATÉRIA-PRIMA DESDE A ORIGEM.



**Genu-in é cuidado e inovação do começo ao fim.** Já nas fazendas, os fornecedores são monitorados diariamente através de satélites exclusivos para garantia das melhores práticas de sustentabilidade e bem-estar animal. A marca ainda é a única com transporte dedicado e especializado, permitindo maior controle da temperatura da matéria-prima, proporcionando um produto final com melhor qualidade sensorial e funcional. Atuando como indústria 4.0, **Genu-in** também é sinônimo de sustentabilidade com uma fábrica própria totalmente automatizada, além do foco no desperdício zero e reúso da água.

Toda essa cadeia integrada de cuidados representa o compromisso da **Genu-in** em oferecer colágeno e gelatina da mais alta qualidade com total rastreabilidade, controle e transparência desde a origem. **Confiabilidade assim, só com Genu-in.**

## Conheça Genu-in® | l i f e

Os Peptídeos de Colágeno Genu-in Life possuem alta pureza, com teor de proteína superior a 97%\*, alta biodisponibilidade e bioatividade. Por isso, são a solução ideal para o cuidado integral do corpo.

**Ação 360°: Saúde da pele, ossos, articulações e músculos.**

## Conheça Genu-in® | g e l

Eleve suas criações de confeitaria ou farmacêuticas com Genu-in Gel Gelatina, o texturizante ideal desenvolvido para atender às demandas das suas aplicações. Este ingrediente versátil é um hidrocolóide proteico puro de origem natural, perfeitamente adequado para uma ampla gama de usos culinários e farmacêuticos.

**Bloom: 250 - 220 - 200 - 180**  
**Mesh: 8 - 20 - 30 - 40**

\*Com base no peso seco.

## Mais que uma distribuidora de produtos químicos, somos a extensão do seu negócio.

Contamos com 8 centros de distribuição estrategicamente localizados no Brasil, expandimos nossa presença além das fronteiras, alcançando mercados na Argentina e no México e representamos cerca de 400 fornecedores globais, solidificando nossa posição como uma das principais distribuidoras de produtos químicos na América Latina.

Somos uma parceira global de confiança, comprometida em impulsionar o desenvolvimento dos nossos clientes através de serviços e soluções inovadoras.

**Conheça nossas soluções e descubra como podemos ajudar com sua próxima criação!**

[www.anastacio.com](http://www.anastacio.com)  
[contato@anastacio.com](mailto:contato@anastacio.com)  
11 2133-6600



**Entre em contato** com o nosso time comercial e saiba mais.





# TENDÊNCIAS SAUDÁVEIS E INOVAÇÕES NA INDÚSTRIA

Bem-vindos a mais uma edição da revista A|I, que neste mês traz um tema que está cada vez mais em alta e modificando as demandas da indústria alimentícia: o *clean label*.

Se antes os consumidores não compreendiam as informações que liam nos rótulos dos alimentos, hoje esse comportamento mudou. Eles exigem produtos cada vez mais saudáveis e menos processados, o que tem gerado uma grande transformação para as empresas em busca de alternativas que se encaixam no conceito *clean label*, que tratamos nessa edição com exemplos das empresas ADM Nutrition, Kerry Group e Givaudan.

Seguindo quase na mesma lógica da exigência por produtos saudáveis, o uso de fosfato nos alimentos também é questionado. A boa notícia, como veremos nas páginas a seguir, é que as empresas já estão oferecendo alternativas para se adaptar, como a IMCD Brasil e a Innophos, que colaboraram com a nossa pesquisa sobre o tema.

Temos ainda uma entrevista com o novo CEO global da Beneo, Olivier Roques, que nos contou sobre os planos para o futuro da empresa sob a sua gestão.

Tenha uma ótima leitura!

## A|I

Equipe Aditivos | Ingredientes

## Editorial

4



### Entrevista

Mercados e Inovação na Rota do Novo Ceo

*“Estamos monitorando de perto os mercados em busca de possíveis investimentos que se encaixem em nosso portfólio”*

Olivier Roques - Diretor Executivo e membro da Diretoria Executiva da BENEÓ

8



### Você sabia?

Curiosidades que fazem parte do dia a dia do mercado.

11



### Artigo

Clean label: a nova transformação do setor

A demanda por “rótulos limpos” está promovendo uma mudança na indústria, que está inovando para mostrar como é possível se adaptar.

12



### Artigo

Fosfato: velho conhecido da indústria

Novas tendências surgem frente a desafios impostos às empresas por apresentarem alimentos mais saudáveis sem renunciar ao uso de fosfatos entre os ingredientes.

21

Suplemento

## Bebidas

Temas relevantes abordados pelos principais players desse setor.

26





A Analitic foi fundada em 1984 como empresa de serviço para atender a comunidade científica nacional, com tecnologia de precisão.

Com o passar dos anos visualizou um potencial de atuação na área de autotestes, iniciando assim a linha Confirme, de fácil manuseio e alta performance, primeiramente com testes de gravidez em diferentes dispositivos e posteriormente ampliando para fertilidade feminina e masculina, menopausa e também testes para uso profissional.

Em 2016 notando a carência de alternativas de insumos com alta qualidade a preços acessíveis iniciou sua segunda e terceira divisão, a ANALITIC INSUMOS com a finalidade de tornar acessível insumos para as indústrias brasileiras, nos setores cosmético, farmacêutico, alimentício e de nutrição animal, assim como traduzindo informativos técnicos em sua linha Inlab.



A Analitic faz a diferença em produtos e serviços.

[www.analiticinsumos.com.br](http://www.analiticinsumos.com.br)  
[vendas@analiticinsumos.com.br](mailto:vendas@analiticinsumos.com.br)

+55(11) 9 7227-6552

## REVISTA AIT

[aditivosingredientes.com](http://aditivosingredientes.com)

CEO & FUNDADOR  
 Michel A. Wankenke, MBA  
[wankenke@insumos.com.br](mailto:wankenke@insumos.com.br)

COO  
 Jean-Pierre Wankenke  
[jean-pierre@insumos.com.br](mailto:jean-pierre@insumos.com.br)



[www.insumos.com.br](http://www.insumos.com.br)  
 Tel.: (11) 99834-5079

Av. Sargento Lourival Alves de Souza, 130  
 04675-020 - São Paulo, SP

Aditivos | Ingredientes é uma publicação mensal da Editora Insumos Ltda. Referência no setor de ingredientes para alimentos e bebidas há mais de 26 anos, oferece conteúdo confiável e de qualidade sobre temas relevantes para tomadores de decisão do setor. Com amplo e diversificado calendário editorial, traz análises aprofundadas das tecnologias, processamentos, aplicações e participação de mercado dos ingredientes utilizados na indústria.

Publicações da Editora Insumos: Aditivos | Ingredientes, especializada em ingredientes para alimentos e bebidas; Guia de Fornecedores Aditivos | Ingredientes, o mais completo banco de dados de fornecedores de ingredientes alimentícios; Funcionais | Nutracêuticos, com quatro edições anuais incorporadas à Aditivos | Ingredientes; Guia de Funcionais | Nutracêuticos, com informações sobre produtos, ingredientes e fornecedores do setor; Plant-Based BR, publicação que traz as últimas novidades e tendências nacionais e internacionais do mercado à base de plantas; e Prêmio BIS - Best Ingredients Suppliers -, a mais cobiçada premiação do setor de ingredientes para alimentos e bebidas.



TODA AGILIDADE,  
 QUALIDADE E  
 PREÇOS COMPETITIVOS  
**VOCÊ ENCONTRA  
 COM A GENTE.**

A Analitic vem fazendo a diferença trazendo o que há de melhor em insumos para as indústrias brasileiras



- Aminoácidos
- Antibióticos
- Corantes
- Conservantes
- Fitoterápicos
- Químicos
- Suplementação
- Vitaminas
- Enzimas
- Aditivos Alimentares
- Excipientes
- Lubrificantes
- Espessantes
- Insumos farmacêuticos
- Cosméticos
- Nutrição Animal e Humana
- Alimentos
- Farmácias de manipulação e farmacêuticas

[analiticinsumos.com.br](http://analiticinsumos.com.br)

+55 (11) 9 7227-6552

[vendas@analiticinsumos.com.br](mailto:vendas@analiticinsumos.com.br)

@analiticinsumos

@analiticinsumos



Entrevista: OLIVIER ROQUES



## MERCADOS E INOVAÇÃO NA ROTA DO NOVO CEO

Presente em mais de 80 países, a BENEIO é uma das principais empresas mundiais no desenvolvimento e produção de ingredientes funcionais de fontes naturais para alimentos, rações e produtos farmacêuticos. No 2º semestre deste ano, anunciou o seu novo CEO, Olivier Roques, com mais de três décadas de experiência na indústria de ingredientes.

**Como avalia a transição de liderança na BENEIO? Quais são as principais mudanças que pretende implementar, especialmente em termos de visão estratégica e foco nos negócios?**

A BENEIO é uma empresa que tem como objetivo conectar nutrição e saúde. A saúde é um foco claro no qual a BENEIO tem uma experiência duradoura e que continuaremos aproveitando. Estamos analisando ainda mais de perto as ofertas para nossos clientes que são projetadas para impulsionar seus negócios e produtos nos segmentos de saúde e nutrição. Isso inclui, mas não se limita à nutrição esportiva, controle de peso e envelhecimento saudável.

**Olivier Roques,**  
Executivo e membro da Diretoria Executiva da BENEIO

**A BENEIO já tem uma forte presença internacional. Quais mercados são prioritários para expansão nos próximos anos e que terão um impacto significativo no mercado global?**

A BENEIO tem sua presença histórica e liderança de mercado na Europa, onde grandes oportunidades permanecem com a evolução da demografia. Depois de abrir uma segunda fábrica de produção de fibras de raiz de chicória no Chile, conseguimos acelerar nosso crescimento em todas as Américas para todo o nosso portfólio. Acredito que a Ásia-Pacífico seja a maior oportunidade de crescimento para a BENEIO, devido ao tamanho dos mercados e ao apetite local pelos benefícios à saúde que nosso portfólio oferece.

**Considerando a crescente demanda por produtos à base de plantas e alimentos mais saudáveis, quais são prioridades em termos de inovação e desenvolvimento de novos ingredientes? A BENEIO planeja investir em novas tecnologias ou parcerias para acelerar esse processo?**

**A saúde é um foco claro no qual a BENEIO tem uma experiência duradoura e que continuaremos aproveitando.**

Estamos monitorando de perto os mercados em busca de possíveis investimentos que se encaixem em nosso portfólio. Como uma empresa voltada para a ciência, continuaremos a cooperar com nossos parceiros na realização de estudos científicos para comprovar os benefícios à saúde de nossos produtos. Um exemplo mais recente é um

“**Estamos monitorando de perto os mercados em busca de possíveis investimentos que se encaixem em nosso portfólio.**”

estudo com nosso carboidrato inteligente Palatinose™. Ele se soma aos resultados de outros estudos, mostrando que a Palatinose™ desencadeia uma maior liberação do hormônio derivado do intestino GLP-1 e, portanto, apoia efetivamente o controle de peso. Também lançamos uma farinha de cevada integral, natural e de rótulo limpo, enriquecida com 20% de beta-glucanos. Ela contribui para o controle do açúcar no sangue e para a saúde cardiovascular e também permite o enriquecimento de fibras. Uma aplicação importante são os produtos de panificação. Essa ampliação do nosso portfólio de fibras foi apoiada por uma parceria estratégica na América do Norte.



A BENEIO tem se comprometido com a sustentabilidade desde o início de sua história, mas o tema tem crescido em importância no setor, assim como os desafios. Como a BENEIO busca superar esses desafios mais recentes, inclusive os impostos pelas mudanças climáticas?

Como empresa, estamos cientes de que produtos alimentícios e rações mais saudáveis exigem também um planeta saudável. A estratégia de sustentabilidade da BENEIO está ancorada em nosso chamado "Plano Planeta Saudável". Entre outras coisas, isso inclui o objetivo de proteger os recursos valiosos, porém limitados, da Terra, promovendo a biodiversidade e apoiando nossos agricultores a tornarem seus negócios resistentes aos desafios futuros. Apoiamos, por exemplo, projetos de agricultura climática que se concentram no intercâmbio de kno-



A estratégia de sustentabilidade da BENEIO está ancorada em nosso chamado "Plano Planeta Saudável"



w-how entre agricultores e fabricantes de ingredientes. Outro aspecto é nosso objetivo de reduzir significativamente o impacto ambiental de nossa produção de alimentos e rações, ao mesmo tempo em que crescemos como empresa. Em nossas unidades de produção, investimos em projetos de economia de energia e na mudança para fontes de energia renováveis. De fato, quase 100% da eletricidade total comprada em nossas fábricas já vem de contratos de eletricidade verde.

**Os padrões de consumo estão mudando em um ritmo cada vez mais rápido. Como isso afeta e orienta a estratégia da BENEIO para se manter competitiva no mercado a longo prazo?**

A equipe de Inteligência de Mercado e Insights do Consumidor da BENEIO nos permite identificar as tendências mais significativas, bem como as emergentes. A partir dos resultados dos estudos, determinamos os produtos mais relevantes a serem desenvolvidos para completar nossa oferta aos clientes. Isso pode incluir novos ingredientes individuais, bem como combinações ou novas alegações. Isso também abrange a personalização de soluções regionais e locais, levando em consideração as papilas gustativas e as regulamentações locais. ■

# Você sabia..?

que o chocolate amargo é um dos alimentos mais ricos em antioxidantes? Ele contém flavonoides, que ajudam a melhorar a circulação sanguínea e a saúde do coração. Além disso, quanto maior a porcentagem de cacau, mais benefícios o chocolate oferece para a saúde.



que a quinoa, apesar de ser considerada um grão, é na verdade uma semente? Rica em proteínas, ela contém todos os nove aminoácidos essenciais, o que a torna uma das poucas fontes vegetais de proteína completa. Além disso, ela não contém glúten, por isso pode ser incluída na dieta de pessoas com doença celíaca.



que o mel nunca estraga? Isso acontece porque ele é composto 80% por açúcares naturais e o restante é praticamente umidade. Devido a essas características, ocorre uma inibição da proliferação de microorganismos que poderiam causar a deterioração do mel.



que o molho de soja (shoyu) tradicional é feito através de um processo de fermentação que pode durar até dois anos? Esse método longo e artesanal resulta em um sabor mais complexo e uma variedade maior de nutrientes em comparação aos shoyus produzidos industrialmente.



que o azeite de oliva extravirgem, além de ser um dos pilares da dieta mediterrânea, deve ser armazenado em recipientes escuros para manter suas propriedades? A exposição à luz pode oxidar o azeite, reduzindo seus benefícios antioxidantes e seu sabor. Hoje, o mercado mundial desse alimento é dominado pela Espanha, na liderança, Itália e Grécia.





# CLEAN LABEL: A TENDÊNCIA QUE ESTÁ TRANSFORMANDO O SETOR

Desafios, inovações e o futuro de um mercado que não para de crescer

*Devido ao aumento da preocupação com a sustentabilidade e a saúde, os consumidores buscam alimentos que sejam minimamente processados, criando um novo movimento na indústria alimentícia*

## “RÓTULO LIMPO” E A VIDA SAUDÁVEL

Para muitos pesquisadores em tendências, os **alimentos clean label** estão definindo o futuro da indústria do setor. Entre os motivos, está o aumento da preocupação dos consumidores em manterem hábitos de vida mais saudáveis: o estudo "Panorama do Bem-Estar Corporativo 2024", feito pela Gympass, identificou que a busca pela saúde física, emocional e alimentar iria crescer em 2024.

Em tradução literal para o português, o termo *clean label* significa "rótulo limpo", mas a ideia não está restrita apenas a isso e nem se trata somente da questão visual da embalagem. O termo é utilizado para designar **produtos mais naturais, que não contenham aditivos químicos e sejam menos processados.**

Na direção de uma vida com mais saúde e bem-estar, os consumidores também se tornam mais exigentes, pois esperam que os produtos apresentem de forma clara e confiável quais são os seus

componentes, sem "entrelinhas". Ou seja, não se trata apenas de informar que o alimento é saudável, pois agora é necessário provar isso, sendo **transparente nas informações do rótulo quanto aos ingredientes e matérias-primas utilizados.**

Não se espera que essa tendência diminua, muito

**Um exemplo cada vez mais comum é evitar o conservante sintético benzoato de sódio para aumentar a vida útil de um alimento, optando pelo extrato de alecrim, que é natural e tem o mesmo efeito.**

pelo contrário. Segundo a projeção da Euromonitor Internacional, o setor de alimentos saudáveis deve seguir crescendo no Brasil. A estimativa é de um aumento de 27% até 2025, sem esquecer que

já houve crescimento de 33% no período entre 2015 e 2020, com faturamento de R\$ 100,2 bilhões. Acredita-se que a pandemia também é um dos fatores que acelerou essa tendência, já que a preocupação com a saúde ganhou mais prioridade.

## MUDANÇAS PARA O MERCADO

As novas exigências dos consumidores causam mudanças na rotina e nos processos dos fabricantes, que precisam inovar para atender a demanda por produtos *clean label*. Uma das questões importantes é que o **preço do produto passa a ser menos fator de decisão de compra,**



"Acreditamos que o processo de criação de novas soluções deve ser realizado em colaboração com os clientes visando diretamente às mudanças de comportamento e exigências dos consumidores finais. A conexão com o público-alvo específico faz toda a diferença, por isso temos intensificado os esforços para desenvolver produtos que proporcionem uma experiência indulgente, mas que também sejam alinhados aos valores dos clientes de saudabilidade, sustentabilidade e bem-estar."



**Natália Fávaro**, Gerente de Marketing para Soluções de Nutrição Humana e Alimentos da ADM para América Latina

pois o fato de o alimento ser saudável é o que ganha relevância.

Uma pesquisa publicada pelo Instituto Akatu e GlobeScan, em 2022, já identificava a relação entre os novos hábitos e a disposição dos consumidores em pagarem mais para

terem alimentos que consideram como verdadeiramente saudáveis. No Brasil, o estudo entrevistou 1.000 pessoas. Os resultados ressaltam os comportamentos como a procura dos produtos *clean label* e a preocupação com o consumo consciente:

**55%** dos brasileiros estão dispostos a pagar mais por produtos/marcas sustentáveis.

**74%** dos brasileiros têm intenção de mudar para um estilo de vida mais saudável.

**50%** dos brasileiros entrevistados afirmaram que as decisões de compra são muito influenciadas por marcas que impulsionam a agricultura sustentável.

Esses dados apontam que a sustentabilidade, de fato, está em alta, o que se reflete nos hábitos alimentares e em toda a cadeia produtiva. Hoje, os consumidores que aderem ao movimento *clean label* não esperam apenas que o alimento seja mais saudável, mas também que a sua embalagem seja sustentável e que a empresa promova programas e pesquisas na área para diminuir o seu impacto ambiental.

As exigências incluem coerência entre as estratégias de marketing e os processos de produção. Com acesso fácil e rápido às informações disponíveis na internet, o consumidor entende mais sobre aquilo que lê e é capaz de identificar aditivos artificiais mesmo em rótulos que vendem um alimento "saudável". Essa é uma realidade que não se precisava lidar tão diretamente há 40 ou 50 anos, por exemplo.

**ALERTA DE TENDÊNCIA:**



Empresas como a ADM, que pesquisam sobre o comportamento dos consumidores para guiar a sua produção, notam que há uma tendência na pausa para o lanche, o "snacking diário": ele se tornou um verdadeiro momento de decompressão na rotina diária. Além de satisfazer a fome, as pessoas consomem aquilo que traz benefícios à saúde, sem renunciar ao sabor, que seja proteico e traga um sentimento de "recompensa" e a quebra da monotonia no dia. Não é mais apenas "comer por obrigação", mas por prazer e bem-estar em um novo *lifestyle*.



Uma empresa cuidada por todos!

**Mais do que ingredientes. Soluções para o seu negócio.**

- ÁCIDOS
- CARBOIDRATOS
- FUNCIONAIS NUTRACÊUTICOS
- AMINOÁCIDOS
- CONSERVANTES
- GOMAS
- AMINOÁCIDOS INSTANTÂNEOS
- EDULCORANTES
- PROTEÍNAS
- FOSFATOS
- VITAMINAS e outros ingredientes

A TRATHO INGREDIENTES oferece uma seleção de ingredientes que atende as exigências dos órgãos competentes, clientes e provedores, alinhada a um planejamento estratégico participativo e com eficiência em todos os processos da empresa.

- Frota própria de caminhões;
- Importação direta;
- Suporte em todos os departamentos;
- Parceiros em território nacional e internacional;
- Estoques reguladores;
- Certificação ISO 9001:2015;
- Ingredientes padronizados e homologados;
- Laboratório;
- Certificação ISO 14001:2015 (2025);
- Rastreamento de toda a cadeia;
- Custos competitivos;
- Certificação MAPA.

55 11 2500-3506 – [ingredientes@tratho.com.br](mailto:ingredientes@tratho.com.br)  
 Matriz: Rodovia Presidente Dutra, Km 204  
 Perobal Arujá/SP – CEP 07431-000

Filiais:  
 Caxias do Sul/RS – Joinville/SC  
 Juiz de Fora/MG – Nova Friburgo/RJ

[tratho.com.br](http://tratho.com.br)





## DESAFIOS PARA A INDÚSTRIA

Com o novo cenário, as fabricantes precisam adotar uma série de estratégias integradas para comunicar com eficiência os seus produtos *clean label*. Por isso, além da reformulação para eliminar aditivos artificiais, as **empresas precisam melhorar os rótulos, apresentando informações claras, mas, ao mesmo tempo, detalhadas, e esclarecendo a origem dos ingredientes.** A obtenção de selos e certificações é outra medida que cresce e são ferramentas para atestar os padrões de qualidade, conferindo ainda mais segurança na hora da compra.

As ações de marketing também são impactadas e se tornam cada vez mais nichadas. Se antes os produtos saudáveis eram mais voltados a um padrão específico de pessoa adulta que, em tese, praticava exercícios físicos, hoje a possibilidade é muito mais ampla. As estratégias devem pensar na venda para públi-

cos como bebês e idosos, por exemplo.

Outro desafio é a falta de clareza e uniformidade sobre o significado exato de *clean label*, que gera não apenas dúvidas, mas informações incorretas sendo compartilhadas. Embora esteja cada vez mais popular, nem todas as pessoas têm a mesma compreensão do seu significado, como indica o relatório global FMCG Gurus:

**Apenas 41% dos entrevistados conhecem o termo *clean label* no contexto de alimentos e bebidas.**

As empresas, portanto, precisam vencer a barreira na comunicação para alcançar essas pessoas de maneira clara. Mais do que isso, elas devem encontrar o caminho para quebrar paradigmas relacionados aos alimentos saudáveis, como a ideia de que "são sem sabor" ou "não valem o custo-benefício".

**"Equilibramos as demandas dos consumidores com tecnologias funcionais, sustentáveis e seguras. Podemos tornar os alimentos mais seguros e duráveis usando soluções naturais de extensão de prazo de validade feitas com ingredientes naturais. Nossos ingredientes de preservação *clean label* frequentemente equiparam ao prazo de validade dos conservantes convencionais, o que significa que não há necessidade de comprometer a durabilidade ao mirar em produtos premium e/ou naturais."**



**Pedro Tatoni**, Gerente de Marketing da Kerry Group



## SUBSTITUIÇÕES

Para que a indústria possa se adequar ao novo conceito, muitas alterações estão sendo feitas nos processos de produção. Isso significa substituir ingredientes artificiais que cumpriam funções de conservação, sabor e estabilidade, entre outros. Para empresas que sempre trabalharam com esse tipo de insumo, os desafios são maiores, já que em alguns casos leva a uma transformação na cultura organizacional e até mesmo no posicionamento de mercado.

Na produção de sorvetes e maioneses, por

**"A Duas Rodas aposta no conceito *clean label* muito antes da sua contextualização, desde a sua fundação, quando em 1925 nossos fundadores viram no Brasil a oportunidade do desenvolvimento e produção de óleos essenciais a partir de plantas tropicais. Então, podemos dizer que a busca pela naturalidade e simplificação está em nosso DNA."**



**Luiz Aguiar**, Gerente de Marketing da Duas Rodas




exemplo, o extrato de quilaia é um texturizante natural com múltiplos usos, servindo como emulsificante para auxiliar na viscosidade, além de manter a carbonatação de refrigerantes por mais tempo.

No caso de antioxidantes sintéticos, como o BHA, BHT e TBHQ, estão sendo utilizados vegetais que têm propriedades altas em antioxidantes. Já para atender a necessidade de processamento mínimo, há empresas adotando o tratamento por alta pressão hidrostática, que evita altas temperaturas, elimina o uso de conservantes e preserva os nutrientes.





Veja alguns dos ingredientes que estão sendo substituídos e suas alternativas mais comuns:

INGREDIENTES	FUNÇÃO	SUBSTITUTOS NATURAIS
 <b>Corantes</b>	Atribuem mais cor e até sabor ao alimento sob baixo custo	Caramelo, cúrcuma, clorofila e outros
 <b>Açúcar</b>	Acrescenta sabor e estabilidade	Mel, calda de maple, xilitol e tâmaras
 <b>Conservantes</b>	Aumentam o tempo de validade do produto	Sal, própolis e ácidos fenólicos
 <b>Emulsificantes</b>	Modificam a textura do alimento	Clara de ovo, ágar e lecitina

## INOVAÇÕES SE DESTACAM



As maiores empresas de alimentos e aditivos do mundo estão in-

vestindo alto em inovações para se diferenciar na nova tendência dos rótulos limpos. Dentre as soluções, surgem principalmente os **alimentos plant-based**, produzidos à

**Givaudan** Toda a sua plataforma de preservantes naturais é obtida a partir de botânicos, muitos deles orgânicos. Busca também ampliar essa oferta de ingredientes expandindo suas aplicações e introduzindo novas famílias de ativos, sempre orientados a uma rotulagem limpa, como o alecrim, que está sendo cada vez mais utilizado para ajudar a gerenciar a vida útil de alimentos e bebidas devido às propriedades antioxidantes e antimicrobianas intrínsecas de seus compostos ativos.

**ADM** Trabalha no desenvolvimento de um portfólio com vários ingredientes que possibilitam rótulos mais limpos, como corantes naturais e Fibersol, que substituem o açúcar e fornecem fibras, mantendo todas as propriedades nutricionais. Além disso, possui um Centro de Criação e Inovação para o Consumidor, dedicado a compreender as necessidades e demandas mais atuais para criar soluções alimentares que atendem tais expectativas.

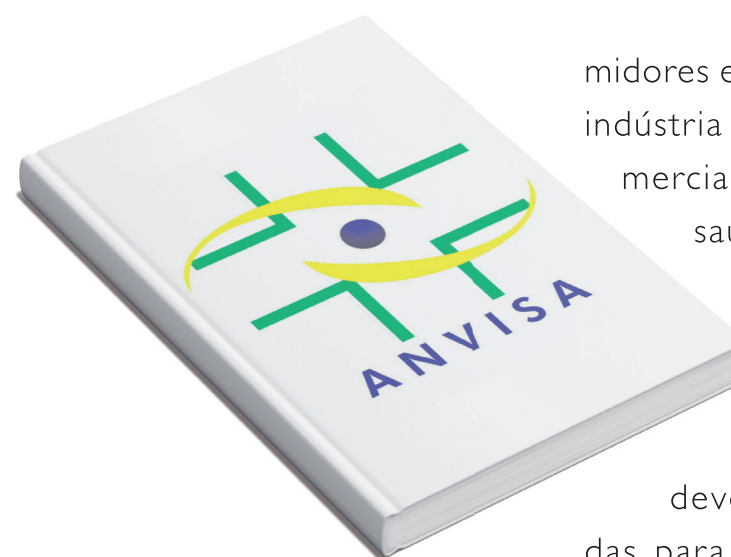
**KERRY** Oferece uma gama de soluções amigáveis ao rótulo limpo, como antimicrobianos à base de vinagre, ingredientes à base de fermentado, extratos de plantas e sistemas multifuncionais de preservação, projetados para sabor, desempenho ideal e perfil nutricional coerentes em sua aplicação.

**Duas Rodas** Já possui um portfólio dedicado à tendência clean label, com as plataformas Taste Full Technologies, Fruition Botanicals e dotNat, com aromas naturais, extratos botânicos, desidratados vegetais e soluções tecnológicas para atender a essas demandas. A linha VitaminACE, por exemplo conta com extratos padronizados de acerola com até 40% de concentração da vitamina, um fato inédito no mercado. Outro item que vem ganhando destaque é o portfólio Anthopower, que conta com extrato de açaí padronizado em antocianinas.

base de plantas. Em 2022, segundo a Euromonitor, o faturamento desse setor foi de R\$ 821 milhões no Brasil, com a expectativa de que siga crescendo pelos próximos anos. Empresas como a ADM investem alto nessa alternativa.

Mas essa não é apenas a única inovação que tem aquecido o mercado e apontado mudanças em todo o setor. As indústrias estão atentas e os exemplos mostram como elas se adaptam ao desafio de um “rótulo limpo” e das novas necessidades dos consumidores:

## LEGISLAÇÃO



midores e de práticas da indústria voltada a comercializar produtos saudáveis.

Segundo a agência, existem diretrizes que devem ser seguidas para que se possa denominar um alimento como *clean label*:

- Ser 100% natural;
- A lista de ingredientes precisa ser curta e simples;
- Os ingredientes devem ser minimamente processados.

A falta de regulamentação específica pode ser um problema para os consumidores, especialmente devido a

Em um curto e médio prazo, não há expectativa de que exista uma legislação específica no Brasil.

estratégias de marketing que incorporam a ideia clean label à embalagem dos produtos que não são, de fato, aquilo que ele propõe.

Apesar disso, a ANVISA promove regularmente diálogos com o setor e gera relatórios para orientar as empresas e criar um consenso sobre o que realmente são boas práticas aplicadas à produção de produtos mais saudáveis e rótulos limpos. ■



**Mercado Halal: conheça uma lucrativa oportunidade de negócios**

**O Brasil é o maior exportador de alimentos Halal do mundo**

**A certificação da FAMBRAS HALAL é a chave para o sucesso de expansão das indústrias brasileiras**

Seja um fornecedor de matéria-primas para a cadeia produtiva Halal



**FAMBRAS HALAL**  
DA AMÉRICA LATINA PARA O MUNDO  
FROM LATIN AMERICA TO THE WORLD  
من أمريكا اللاتينية إلى العالم  
fambrashalal.com.br



# Verifik<sup>®</sup> COVID

## PRÁTICO E CONFIÁVEL



Autoteste para detecção de Antígeno  
SARS-CoV-2 em amostra nasal

RESULTADO EM

10-20 MIN



COLETA NASAL

+ CONFORTÁVEL



FÁCIL LEITURA

NEGATIVO



POSITIVO



Compra on-line  
[www.analitic.com.br](http://www.analitic.com.br)

Tradição e qualidade  
em autotestes



ANALITIC

## OS DESAFIOS DO FOSFATO

Ingredientes saudáveis e novas  
tecnologias ditam a regra

*Historicamente utilizado na produção de bebidas e alimentos, o fosfato enfrenta novos desafios como ingrediente, levando a indústria a se adaptar à demanda dos consumidores por produtos mais saudáveis e novas tecnologias*

### NOMES E FUNÇÕES DE UM VELHO CONHECIDO

O uso do fosfato na indústria alimentícia é amplamente conhecido há mais de 100 anos, em especial no processamento de carnes, aves, laticínios e pães. Eles são considerados **aditivos alimenta-**

**res à base de fósforo** e devem constar sempre na lista de ingredientes quando são incluídos, mas podem aparecer com diferentes denominações nos rótulos de acordo com o seu tipo:

**(E 338)** - Ácido fosfórico  
**(E 339)** - Fosfatos de sódio

**(E 340)** - Fosfatos de potássio  
**(E 341)** - Fosfatos de cálcio  
**(E 343)** - Fosfatos de magnésio  
**(E 450)** - Difosfatos  
**(E 451)** - Trifosfatos  
**(E 452)** - Polifosfatos

Sua função varia conforme o tipo de alimento e o objetivo que se deseja cumprir:



### Conheça também!

Confirme Semanas - teste de gravidez com indicador de semanas e o Confirme Fertilidade Masculina.

[www.confirme.com.br](http://www.confirme.com.br)

CONFIRME<sup>®</sup>



NAS CARNES...



Retenção de água  
 Estabilização de proteínas  
 Confere textura mais saborosa  
 Aumenta a vida útil de produtos como salsichas e presuntos  
 Tripolifosfato de sódio e hexametáfosfato de sódio predominam no caso do processamento de carne.

EM BEBIDAS...



Regular acidez  
 Melhorar a estabilidade.

NA PANIFICAÇÃO...



São agentes de fermentação  
 Garantem que a massa cresça de maneira uniforme  
 Melhora a textura.

EM QUEIJOS PROCESSADOS...



Dar homogeneidade à textura  
 Evitar que as gorduras se separem  
 Mantém estável durante o prazo de validade  
 Em outros laticínios..  
 controlam o equilíbrio de pH e a coagulação.

EM CONGELADOS E VEGETAIS ENLATADOS...



Manutenção da cor e textura  
 Evita que congelamento e descongelamento cause impacto negativo

TENDÊNCIAS EMERGENTES

Novas tecnologias têm sido aplicadas para o uso de fosfato na alimentação. Algumas mudanças ocorrem principalmente devido ao aumento da procura dos consumidores por produtos mais menos prejudiciais à saúde. Segundo um relatório

"Inovar talvez esteja mais relacionado com ampliar suas aplicações, que são inúmeras, porém considerando que o fósforo faz parte natural do nosso corpo, é possível continuar a explorar oportunidades, como é o caso da água funcional eletrolítica, tendência que está iniciando em alguns países."



Clarice Fukuya, LATAM Sales Director, General Manager Brasil da Innophos



Essential Ingredients To Improve Quality Of Life



da Business Research Insights, o mercado global de alimentos saudáveis deve atingir cerca de R\$ 598 milhões até 2027, incluindo a busca por produtos minimamente processados e com maior valor nutricional.

Com a demanda por rótulos limpos crescendo, ou seja, a procura por alimentos menos processados, há um desafio para reduzir o uso de fosfatos a um nível seguro para o bem-estar e a saúde. Uma das tendências atuais é a adoção de novas tecnologias como o ultrassom e high pressure processing (Processamento a alta pressão).

**ULTRASSOM:** possui alta capacidade de inativar microorganismos e enzimas usando baixas temperaturas, evitando a alteração do sabor, da cor e da qualidade nutricional, além de melhorar a coesão das partículas de carnes, que permite reduzir o uso de fosfatos a um grau mais saudável.

**PROCESSAMENTO À ALTA PRESSÃO:** tecnologia de processamento não térmico que submete os ingredientes a

pressões hidrostáticas entre 300 a 600 Mpa, consideradas muito altas, e temperaturas baixas em um curto tempo (de 1 a 3 minutos), inativando microrganismos patogênicos sem alterar sabor, textura e nutrientes dos alimentos, mas prolongando a vida útil.

*Novos produtos também estão surgindo nas prateleiras para atender às demandas dos consumidores. A IMCD Brasil, por meio de parceria com a alemã Budenheim, está produzindo uma linha de fosfatos de baixo sódio para produtos cárneos mais saudáveis. Uma das opções é o Carnal 961, que combina fosfatos que contribuem para uma melhoria do desempenho em todos os tipos de carnes defumadas e cozidas, apresentando alta solubilidade e contribuindo para a redução de sódio.*

Outra tecnologia emergente nos processos de produção dos alimentos é

a **microencapsulação de fosfatos**, inclusive para o setor de nutrição animal e de congelados. A técnica oferece maior controle sobre a liberação do fosfato nos alimentos, pois eles são adicionados no momento exato do processamento, garantindo maior estabilidade, frescor e eficiência. Isso acontece porque a tecnologia envolve materiais sólidos, líquidos ou gasosos em pequenas cápsulas que permite a sua liberação somente em condições controladas e específicas. O material que reveste a cápsula varia de acordo com o produto que se deseja obter e pode ser desde carboidratos, como amido ou celuloses, até proteínas (albumina, caseína), gomas (alginato de sódio, carragena) ou quitosana, por exemplo.

*A tecnologia também é o diferencial na Innophos para*

*produzir produtos exclusivos em nível mundial: Cal Rise®, V-90®, Super-Bind®, Versacal® Clear. São opções com um atrativo custo-benefício e utilizados como único fosfato para obter melhor desempenho e ampla funcionalidade. Por isso, podem substituir a necessidade de mais formas de uso do aditivo na mesma formulação.*

## BENEFÍCIOS

Um dos principais benefícios com relação ao fosfato é que ele **permite modificar as características organolépticas dos alimentos sem alterá-los nutricionalmente**. Mas não é apenas isso: o próprio fosfato tem benefícios para o corpo, uma vez que o organismo humano necessita de uma ingestão diária de cerca de 1.000 mg dessa substância. Existem vitaminas que necessitam essencialmente do fósforo para serem digeridas, como a niacina, enquanto a gordura é mais bem absorvida pelo corpo com o auxílio do fósforo. Ainda, o **fosfato em forma de cálcio é fundamental para a formação dos ossos**.

Já do **ponto de vista da indústria**, os benefícios organolépticos do fosfato na produção dos alimentos facilitam uma experiência sensorial mais positiva para os consumidores:

**Sabor:** intensificam e estabilizam o sabor dos alimentos, facilitando a combinação dos temperos que podem ser adicionados posteriormente.

**Textura:** em alguns alimentos, proporciona uma textura mais firme, enquanto em outros, como nos pães, contribui para a textura leve e aerada.

**Cor:** preserva a aparência natural dos alimentos, evitando que percam a coloração desejada, e mantendo a cor mais agradável ao consumidor.

## REGULAMENTAÇÃO

Tanto a nível mundial quanto nacional, a **legislação é rigorosa no uso de fosfato na indústria alimentícia**. No

**Brasil**, os limites são estabelecidos pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), seguindo as diretrizes do Codex Alimentarius, e são diferentes para cada tipo de fosfato (mono, di, tri, piro, polifosfatos). Contudo, em todos os casos o **limite máximo não pode ultrapassar 0,5% do produto total**, segundo a norma nacional.

Os **órgãos internacionais** também estão atentos! Nos **Estados Unidos**, a Food and Drug Administration (FDA) regulamenta os fosfatos sob o status de “Generally Recognized As Safe” (GRAS), com permissões de uso em alimentos processados, bebidas e produtos lácteos, desde que respeitados os limites de segurança. Já na **União Europeia**, a European Food Safety Authority (EFSA) avalia continuamente os riscos associados ao uso de fosfatos, especialmente em relação à saúde cardiovascular, e estabelece limites rigorosos para o uso desses aditivos em produtos alimentícios. ■





# AI | Aditivos Ingredientes

## Bebidas

O mercado de aditivos e ingredientes utilizados na formulação de produtos destinados a bebidas é bastante amplo.

Neste suplemento especial são apresentados artigos técnicos sobre temas relevantes para este ramo específico de atividade, redigidos pelo departamento competente de empresas que atuam no setor. Seu conteúdo tem caráter informativo, sendo de inteira responsabilidade de seus autores.

**Barentz.**  
Always a better solution.

**KERRY**

  
**SAPORITI**

Confira a seguir as principais inovações para o setor

# SUPLEMENTOS ALIMENTARES OU BEBIDAS FUNCIONAIS?

Segundo a Barentz, o ano de 2025 deve ser um marco nos lançamentos de suplementos alimentares no mercado de bebidas





Vamos começar entendendo o que são suplementos alimentares: em 2018, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária cria a categoria de SUPLEMENTO ALIMENTAR com o objetivo de garantir o acesso da população a produtos seguros e de qualidade. Esse movimento faz com que produtos que estavam enquadrados em outros grupos de alimentos como “alimentos para atletas”, “alimentos para gestantes”, “suplementos vitamínicos e minerais”, passem a pertencer à nova categoria, e define regras mais apropriadas aos suplementos alimentares, incluindo limites mínimos e máximos, populações indicadas, ingredientes autorizados e alegações com comprovação científica.

Apesar de muitas vezes a nomenclatura associar o produto à indústria de nutrição esportiva, os SUPLEMENTOS ALIMENTARES têm por finalidade fornecer nutrientes, substâncias bioativas, enzimas ou probióticos em complemento à alimentação, não se

limitando apenas à perda de peso e/ ou ganho de massa.

As bebidas funcionais que, de acordo com o mencionado no parágrafo anterior, devem ser chamadas de SUPLEMENTOS ALIMENTARES, já aparecem há alguns anos no radar das principais agências de mercado que monitoram informações de consumo e preferências do consumidor, mas ganharam força durante o ano de 2024.

Grandes players globais, como Heineken e Ambev, usaram a maior feira de produtos naturais da América Latina para começar a movimentar esta categoria de produtos, lançando, respectivamente, itens com alto teor de proteína e adição de vitaminas.

Num país de extensão continental, com um número considerável de marcas bem consolidadas com perfis regionais, o mercado de bebidas no Brasil ainda é o que menos inova quando comparado a outras economias com tamanho e em situação similar. Mas esse cenário parece estar perto de mudar.

De acordo com Kamyllle Oliveira, Coordenadora do Segmento de Bebidas da Barentz no Brasil, “o movimento das duas líderes de mercado abre espaço e traz segurança para que empresas menores apostem neste tipo de inovação, trazendo valor agregado ao produto dentro de um segmento que trabalha com margens tão enxutas. Tendo como base a quantidade de projetos e novos desenvolvimentos que temos trabalhado com nossos clientes e parceiros, o ano de 2025 será um marco nos lançamentos de suplementos alimentares no mercado de bebidas”.

A Barentz possui um extenso portfólio composto por ingredientes especiais de alta tecnologia, que aportam nutrição e funcionalidade ao seu produto com comprovação científica. Conte com a nossa expertise e parceria neste momento importante de inovação na indústria de bebidas. ■

**Barentz.**  
Always a better solution.  
[www.barentz.com](http://www.barentz.com)

# REVOLUÇÃO SENSORIAL AGITA BEBIDAS ALCOÓLICAS

A experiência do sabor vai além do paladar, se aventura pelo mundo dos sentidos e traz novas experiências para o consumidor





A Kerry, reconhecida como líder global em nutrição sustentável e soluções de sabor, está revolucionando a experiência sensorial das bebidas alcoólicas. Através de uma abordagem centrada no consumidor, a empresa oferece um portfólio abrangente de soluções desenvolvidas para aprimorar a percepção de álcool, corpo e sensação na boca, além de reduzir a adstringência. Tudo isso garantindo a conformidade com as tendências modernas de rótulos de ingredientes simplificados e familiares, os chamados clean label, e produtos de origem natural.

O sabor sempre será um fator decisivo para o consumidor ao escolher uma bebida ou qualquer alimento. No entanto, a experiência sensorial vai além do paladar, envolvendo também o aroma, a textura e a temperatura, em uma vertente mais sinestésica. A Kerry entende essa complexidade e, por isso, desenvolve soluções que proporcionam uma experiência

completa, indulgente e que traga estimulação e diversos sentidos.

E, nesse caso, existe uma crescente demanda por diversidade de sabores em bebidas alcoólicas, por exemplo, incluindo opções de baixo teor alcoólico e não alcoólicas, mas que evocam a mesma experiência de consumo dos alcoólicos. Segundo a Innova Markets, 25% dos brasileiros consomem coquetéis prontos e bebidas maltadas saborizadas mais de uma vez por semana e 39% dos consumidores preferem o sabor cítrico. É em atenção a essa tendência que a Kerry destaca sabores populares como cítricos, framboesa, café e frutas tropicais. Além das pesquisas de consumer insights, a empresa utiliza tecnologias de sabor inovadoras, como o Kerry Tastesense, plataforma de moduladores e mascaradores para a redução de açúcar e sódio em alimentos e bebidas, para aprimorar a sensação na boca e mascarar gostos indesejáveis.

O mercado de bebidas alcoólicas está em constante evolução, impulsionado por tendências significativas como a crescente demanda por saudabilidade, a popularidade das hard seltzers – uma bebida que mistura água com gás, álcool e aromas –, e a preferência do consumidor por produtos que equilibram sabor e benefícios nutricionais. São soluções que atendem às demandas do mercado, como redução de açúcar e sal, sem perder a indulgência e garantindo a diferenciação dos produtos, que trazem o panorama de inovação a este mercado inquieto.

E tais reduções estão diretamente ligadas à sustentabilidade, um pilar fundamental da abordagem da Kerry. As soluções da empresa não apenas aprimoram o sabor, mas também apoiam a rotulagem limpa (clean label) e a nutrição sustentável, na medida que afeta a produção e têm o potencial de reduzir a pegada ambiental, utilizando menos

recursos hídricos e CO<sub>2</sub>. Isso é possível através do emprego de ingredientes naturais e processos que resultam em um impacto ambiental reduzido.

A indústria de bebidas alcoólicas está em constante transformação, impulsionada pela mudança nas preferências do consumidor. As empresas devem se adaptar, aproveitando tecnologias de sabor inovadoras e respondendo às tendências de mercado, reduzindo açúcar sem perder dulçor,

melhorando o encorpamento do produto e sensação ao paladar, minimizando notas indesejadas, ou mesmo fornecendo experiência alcoólica original em bebidas com baixo teor de álcool ou sem álcool. Abraçando a amplitude de nossas tecnologias, conhecimento científico e excelência de aplicação para elevar a experiência dos consumidores com bebidas alcoólicas, a Kerry está pronta para liderar essa revolução sensorial nas bebidas alcoólicas. ■





# A ARTE DOS MODULADORES

Desvendando os segredos por trás da ciência da modulação.



Desde antigas misturas de especiarias até as mais complexas técnicas culinárias da atualidade, o ser humano está na busca constante para alcançar a perfeição de sabor e assim criar experiências culinárias únicas e memoráveis.

Isso torna os consumidores muito mais conscientes na escolha de seus alimentos e bebidas e faz com que priorizem produtos de excelente qualidade sensorial, principalmente quando o objetivo é consumir itens com baixo teor de açúcar, gordura, sal e com maior teor de proteínas por porção.

Há vários anos vemos uma procura crescente por soluções que ajudem a modular e mascarar novos lançamentos no mercado alimentar, sendo também necessário abordar as mudanças regulamentares, a necessidade de rótulos mais limpos e, desta forma, satisfazer as expectativas dos consumidores.

Quando comemos ou bebemos algo, todos os nossos sentidos participam da experiência, registrando

a aparência e percebendo o sabor a partir da combinação dos estímulos recebidos ortonasalmente e retro-nasalmente. Os sabores interagem com os receptores em nossa boca e detectamos textura e temperatura.

Conhecemos 5 sabores básicos: salgado, doce, amargo, ácido e, o mais recente, o umami, que é associado à sensação de suculência proporcionada por alguns aminoácidos como o L-glutamato. Estes são percebidos pelos receptores contidos nas papilas gustativas que estão distribuídas em diferentes áreas da língua e outras áreas extra linguais como o palato.

Um receptor se liga fisicamente a um aroma ou modulador da mesma forma que uma chave abre uma fechadura, abrindo assim um canal através do qual os íons fluem para as células receptoras, enviando um sinal ao cérebro que registra a percepção de um determinado sabor.

Moduladores são misturas de substâncias aromatizantes e extratos naturais, que podem ser classificados como naturais ou idênticos aos naturais, e são capazes de modificar a percepção

dos sabores, melhorando formulações nas quais um ou mais ingredientes funcionais foram adicionados ou quando se reduz componentes da fórmula original, como açúcar, gordura ou sal.

Desta forma, eles potencializam a percepção de doçura, atenuam notas amargas e acidez excessiva, potencializam a sensação de cremosidade em produtos com baixo teor de gordura ou sem gordura, bem como mascaram notas indesejadas de alguns dos ingredientes da composição da bebida ou alimento, além de modificarem outras características do produto no qual são aplicados.

No caso da percepção de doçura, ela é gerada quando o composto doce ativa os receptores T1R2 e T1R3, que, acoplados a uma proteína G, produzem diferentes sinais intracelulares, transmitindo informações sensoriais ao cérebro. Com a utilização de moduladores podemos amplificar estes sinais, obtendo uma percepção mais intensa de doçura.

Junto com os aromas, os moduladores recuperam o equilíbrio adequado de sabor, aroma, textura



e sensação na boca para alcançar o produto ideal.

Os constantes avanços nos estudos sobre os receptores permitem-nos ter uma maior compreensão do seu funcionamento e desta forma encontrar novas combinações para modulação, deixando de lado a teoria dos sentidos de maneira individual e aproveitando a sinergia que existe entre eles para alcançar que o mesmo modulador que reduz a sensação de acidez e melhora a percepção do paladar, também estimula a saliva para melhorar o corpo e

bloquear notas amargas indesejadas, além de realçar as características próprias de um alimento ou bebida.

Na Saporiti, em nossa equipe de Criações e Aplicações de Aromas, exploramos e combinamos diferentes extratos botânicos e matérias-primas de modulação para encontrar o equilíbrio mais adequado. Trabalhamos em conjunto com nossos clientes para ajudá-los a desenvolver novos produtos ou ajustar formulações existentes. Assim as soluções disponibilizadas são sempre à medida das suas necessidades específicas. ■





# Quiesper

Comércio e Distribuição Ltda

**TEMOS AS MARCAS QUE SUA EMPRESA APROVA**

- Qualidade
- Segurança
- Pontualidade
- Agilidade
- Credibilidade
- Sustentabilidade

**LINHA DE PRODUTOS**

- Acidulantes
- Aditivos
- Alcoóis Graxos
- Antiespumantes
- Antioxidantes
- Antiumectantes
- Conservantes
- Corantes
- Emulsificantes
- Espessantes
- Estabilizantes
- Extratos Vegetais
- Fosfatos
- Realçadores de Sabor
- Silicones
- Umectantes

**IMPORTAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE MATÉRIAS-PRIMAS PARA AS INDÚSTRIAS**

- Cosméticas
- Farmacêuticas
- Alimentícias
- Química Geral

Profissionais com mais de **40 ANOS** de experiência, altamente qualificados.



Licenças Ambientais




Produtos Controlados




Vigilância Sanitária



Certificados de Qualidade




**(11) 5513-3980 | 5511-2540**  
Rua Arthur Bliss, 385 - Jardim Casablanca - SP

vendas@quiesper.com.br  
[www.quiesper.com.br](http://www.quiesper.com.br)



# Caldic, Doremus e BC Foods são os vencedores do Estrelas da FISA 2024

Fi South America

 **CALDIC**  
1

**Doremus**  


ingredients that connect

2

**BC Foods**  
3



 **CALDIC**



Caldic fortalecendo a presença no mercado Food no LATAM

A Caldic, player global de soluções personalizadas, participou pela primeira vez com sua marca na FISA. A Caldic é o resultado da fusão com a quantiQ (operação da GTM no Brasil) e aquisição da Bring Solutions em 2022.

Para esse evento, a Caldic apresentou soluções personalizadas por meio de protótipos alinhados à tendência de saudabilidade.

Os protótipos foram divididos em dois grupos que impactam diretamente a saúde do consumidor final: soluções que adicionam valor nutricional e saudabilidade ao produto e soluções que eliminam ou reduzem componentes do produto final como açúcar, sódio e lactose por meio de alternativas mais saudáveis.

Foram mais de 10 protótipos aplicados em bebidas sem açúcar e enriquecidas com premix de vitaminas, sorvetes veganos e proteicos, pipoca com redução de sódio, entre outros.

O evento foi marcado também pelo lançamento da parceria com a Biorigin e seus extratos de levedura, distribuição exclusiva da Caldic no Brasil. Assim como, pelo reforço do TRUSOL, linha de edulcorantes e proteínas desenvolvida e comercializada pela Caldic globalmente e também pela distribuição exclusiva no Brasil dos aminoácidos da Ajinomoto.

Contate-nos: [atendimentofood@caldic.com](mailto:atendimentofood@caldic.com)





**Doremus**  
ingredients that connect



Aromas e ingredientes que despertam sensações únicas

**BCFoods**



**BCFoods**



BCFoods, líder global, é o ingrediente que faltava na FISA

A Doremus foi destaque na Food Ingredients South America 2024 promovendo networking e lançamentos. Com um cardápio de soluções em diferentes tipos de produtos e uma equipe de especialistas pronta para tirar dúvidas, a empresa contribuiu para a expansão de conhecimentos do setor de ingredientes e apresentou inovações e tendências para as indústrias de alimentos e bebidas.

Entre os aromas doces e salgados apresentados, além de diversas soluções inovadoras, um dos destaques da Doremus na FISA 2024 foi o protótipo Sobremesa Láctea UHT. Desenvolvido com o avançado sistema de emulsão e estabilização Doremix DYK, e em uma variedade de sabores, que agradam a diferentes paladares, tais como: chocolate, maracujá e limão. Destaca-se como uma

sobremesa fácil de preparar em casa e no food service, um delicioso mousse, com textura leve, aerada e cremosa.

No estande da Doremus, os visitantes tiveram uma valiosa oportunidade de se atualizarem sobre as mais recentes tendências de mercado e explorarem soluções inovadoras. Se deseja impulsionar sua produção alimentícia, os especialistas Doremus estão disponíveis para fornecer assistência personalizada e ajudá-lo a alcançar os mais altos padrões de mercado e qualidade em seus produtos.

A BCFoods, líder global em ingredientes naturais, destacou-se na FISA 2024 com um dos stands mais dinâmicos e movimentados da feira. Com produção própria e verticalizada, a empresa exerce total controle sobre cada etapa da cadeia produtiva. Isso resulta em ingredientes desidratados e especiarias de qualidade superior, todos rastreáveis e certificados internacionalmente. Este controle absoluto permite à BCFoods atender a demandas específicas com precisão, garantindo produtos que atendem perfeitamente às necessidades de seus clientes.

O stand da BCFoods foi um verdadeiro centro de atração, com sua flexibilidade e inovação no portfólio capturando a atenção dos visitantes. O compromisso da empresa com a sustentabilidade e a qualidade dos seus produtos foi um dos principais atra-

tivos, reforçando sua posição como um dos líderes indiscutíveis do setor. Durante o evento, importantes parcerias foram estabelecidas, consolidando ainda mais a presença da BCFoods no mercado.

Impulsionada pelo sucesso estrondoso na FISA 2024, a BCFoods já confirmou sua participação na FISA 2025. O novo stand de 66m<sup>2</sup> estará estrategicamente posicionado na entrada da feira, prometendo uma exibição ainda mais impressionante e inovadora. A empresa continua comprometida com a excelência e a inovação, consolidando sua liderança no mercado global de ingredientes naturais e preparando-se para surpreender novamente no próximo ano.



# FERRAMENTAS DE CONVERSÃO ONLINE

AI

## GUIA DE FORNECEDORES

## COTAÇÃO DE INGREDIENTES

A sua conversão é a nossa meta.

O principal Portal do MERCADO DE INGREDIENTES ALIMENTÍCIOS E DE BEBIDAS da Am. Latina vai além da informação. Somos aliados do Fabricante, parceiros do Distribuidor e referência como FONTE DE CONSULTA da Indústria de Alimentos.

ENCURTAMOS DISTÂNCIA. FACILITAMOS DIÁLOGO. CONECTAMOS FORNECEDOR e COMPRADOR.

[www.aditivosingredientes.com](http://www.aditivosingredientes.com)



## UM MUNDO DE INGREDIENTES PARA ALIMENTOS & BEBIDAS

### REDUÇÃO DE AÇÚCAR NATURAIS, ARTIFICIAIS & POLÍOIS

- TAUMATINA
- STEVIA
- ALULOSE
- LUO HAN GUO (MONK FRUIT)

### XILITOL DE AVEIA A SWEETER FUTURE FOR OATS

- NATURALLY DERIVED
- UP-CYCLED
- GMO FREE
- GLUTEN FREE



## nutra<sup>sal</sup>

### O MELHOR REDUTOR DE SÓDIO

nutra<sup>sal</sup> 50% MENOS SÓDIO

nutra<sup>sal</sup> Zero SÓDIO

### FIBRAS

- FOS, INULINA, COS & XOS
- BETA GLUCANA (AVEIA E LEVEDURA)
- CELULOSE MICROCRISTALINA
- DEXTRINA RESISTENTE
- GOMA ACÁCIA
- POLIDEXTROSE
- IMO / XAROPE DE TAPIOCA

### NUTRIÇÃO ESPORTIVA

- CREATINA
- AMINOÁCIDOS
- PROTEÍNAS
- D-RIBOSE
- ISOMALTULOSE
- ESTIMULANTES

### E MUITO MAIS...



Disproquima Brasil S.A.  
Matriz: Rua Lucélia, 664 - Jd. Del Rey  
Catanduva - SP - Brasil - CEP: 15.802-050  
Tel +55 (17) 3531 0410  
brasil@disproquima.com  
[www.disproquima.com](http://www.disproquima.com)





Há três décadas, iniciamos uma jornada construída sobre relacionamentos fortes, excelência e confiança em fornecer ingredientes e aditivos para a indústria brasileira e de outros países da América Latina.

Nossos corantes naturais e especialidades refletem nosso compromisso contínuo com a qualidade e inovação, além das certificações, que atestam nossa responsabilidade com a segurança dos alimentos.

Desenvolver e fornecer produtos de alta performance para os diversos segmentos da indústria, é construir no hoje, o amanhã, certos de que o futuro nos levará aos próximos 30 anos.

Agradecemos a contribuição de todos os nossos clientes, parceiros e colaboradores que nos acompanharam ao longo desta jornada.



**DAXIA**

(11) 2633-3000  
[www.daxia.com.br](http://www.daxia.com.br)



Siga-nos no  
LinkedIn pelo  
QRCode ao lado!