

28ª edição da Fi South America começa em São Paulo, com expectativa de receber mais de 12 mil profissionais

Com presença internacional de 20 países, feira promove experiências imersivas e suporte técnico estratégico para o setor de saudabilidade

A 28ª edição da Food ingredients South America (FiSA), principal encontro da indústria de ingredientes para alimentos, bebidas e suplementos da América do Sul, teve início nesta terça-feira (4), no São Paulo Expo. A expectativa da organização é receber mais de 12 mil profissionais interessados em conhecer tendências, ingredientes, tecnologias e soluções que já influenciam o desenvolvimento de novos produtos.

O evento reúne mais de 290 empresas expositoras e representantes de 20 países: Brasil, Peru, China, Índia, Estados Unidos, Países Baixos, Dinamarca, Vietnã, Singapura, Alemanha, Canadá, México, Malásia, Turquia, Espanha, Egito, Japão, Emirados Árabes Unidos, Bangladesh e Chile. A presença internacional amplia o intercâmbio entre diferentes mercados e permite acompanhar tecnologias, aplicações e movimentos de consumo que vêm orientando a inovação no setor em escala global.

Além da exposição, a Fi South America oferece experiências voltadas a aproximar os visitantes das soluções mais aderentes aos desafios enfrentados pelas empresas. Uma delas é o Innovation Tour, visita guiada que conduz profissionais por uma seleção de estandes e lançamentos, facilitando o contato com ingredientes, tecnologias e aplicações com potencial para transformar categorias de alimentos, bebidas e suplementos. A atração acontece todos os dias às 16h, com temas diários de health, natural e food ingredients.

Outra novidade é o Circuito Health & Wellness, desenvolvido em parceria com a consultoria Safer Food. A iniciativa oferece uma mini consultoria para profissionais de Pesquisa & Desenvolvimento, inovação, marketing, compras e assuntos regulatórios que buscam soluções relacionadas à saudabilidade. A partir das necessidades apresentadas pelo visitante, especialistas indicam empresas e ingredientes relacionados a três rotas principais (proteínas, fibras e creatina) e ajudam a estruturar um roteiro personalizado pela feira. A proposta é tornar a visita mais eficiente e reduzir o caminho entre a identificação de uma tendência e sua aplicação no desenvolvimento de produtos.

A programação da Fi South America também contempla 27 horas de conteúdo técnico no Summit Future of Nutrition, além das atrações do Innovation Hub, do New Product

Zone, do Tasting Experience e do Sustainability Experience. Entre os temas debatidos nesta edição estão os impactos dos medicamentos à base de GLP-1 no consumo, inteligência artificial, biotecnologia, ingredientes funcionais, personalização da nutrição, sustentabilidade e novos desafios regulatórios.

Ainda na noite desta terça-feira (4), o mercado conheceu também os vencedores do Fi Innovation Awards e do Startup Challenge, duas iniciativas de premiação promovidas pela Fi South America. O Fi Awards tem o objetivo de reconhecer empresas responsáveis pelo desenvolvimento de ingredientes e produtos inovadores da indústria, enquanto o Startup Innovation Challenge destaca a atuação de empresas na vanguarda do mercado.

“A abertura da Fi South America já evidencia a intensidade das conexões entre expositores, especialistas e profissionais que chegam à feira em busca de soluções concretas para seus projetos”, afirma Marina Cappi, gerente da feira. “É esse encontro entre conhecimento global e aplicação prática que reforça o papel do evento como plataforma estratégica para a indústria na América Latina”.

Inovação coletiva e papel da tecnologia no futuro da alimentação

Com os corredores movimentados desde as primeiras horas, a Food ingredients South America (FiSA) reforça seu papel estratégico ao conectar toda a cadeia produtiva em busca de soluções para as transformações no comportamento do consumidor e nos marcos regulatórios globais.

A abertura oficial das atividades aconteceu na arena principal do evento, o Summit Future of Nutrition. Clélia Iwaki, diretora de Negócios da Informa Markets Brasil, deu as boas-vindas ao público e abriu a palavra para Natasha Berrow, vice-presidente executiva do portfólio de Alimentos na Informa Markets.

Em seu discurso de abertura, Berrow ressaltou a força do mercado brasileiro e os desafios contemporâneos que a indústria enfrenta, impulsionados pela rápida adoção da Inteligência Artificial e de novas tecnologias. Ela enfatizou que a adaptação do setor às novas demandas globais, como a urgência por saudabilidade, exigirá um esforço conjunto.

“Os desafios são vastos e a solução não virá de apenas um ingrediente ou de uma única reformulação. Acredito que isso será impulsionado por muitos fatores: a tecnologia, os ingredientes e a colaboração entre as empresas. É uma questão complexa”, afirmou, evidenciando que a inovação coletiva é o único caminho sustentável para a indústria.

Plenária de abertura do Summit faz ode à ciência

Logo após a cerimônia de abertura do evento, a programação do Summit Future of Nutrition teve início com a plenária de abertura “Ciência, Percepção e Regulação: o Papel da Indústria no Futuro da Alimentação”, com os debatedores Patrícia Fernandes Nantes de Castilho (gerente geral de Alimentos da Anvisa), Alexandre Novachi (diretor de Assuntos Regulatórios e Científicos da ABIA - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos), Fátima D’Elia (assessora técnica da ABIAM - Associação Brasileira da Indústria e Comércio de Ingredientes e Aditivos para Alimentos) e Igor Carneiro, head de Parcerias e Desenvolvimento do Programa Mundial de Alimentos, com mediação de Tamara Lazarini, presidente da SBAN, Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição.

No debate, os participantes defenderam a importância da ciência para o futuro da alimentação no planeta. “Precisamos valorizar a ciência, que tem sido criticada, desvalorizada, banalizada nos últimos anos. Temos que gerar dados, informações, para dar transparência a esses dados e para oferecer uma discussão de alto nível do segmento”, afirmou Alexandre Novachi, da ABIA.

Os participantes também apontaram desafios enfrentados em busca da harmonia entre ciência, percepção e regulação. Patrícia Castilho, da Anvisa, destacou a questão da estrutura para que a regulação possa acompanhar a discussão desde o momento da inovação. E também apontou a questão de que diversos players têm ritmos e objetivos diferentes. Já Igor Carneiro defendeu “espaços perenes de diálogo, que precisam ser constantes, não apenas durante as crises”.

Ao final, Tamara Lazarini fez uma provocação aos participantes, questionando qual legado o setor de alimentos deve deixar para a próxima década. Para Igor, “sistemas alimentares resilientes”, o que foi acompanhado por Fátima. Para Alexandre, “um ambiente regulatório mais moderno e valorizado”. Já Patrícia defendeu “sintonia/sincronia” dos envolvidos no segmento para melhor conexão de seus interesses e para melhor resposta às inovações.

Women's Networking Meeting fomenta liderança e autonomia feminina

A Fi South America também foi palco do Women's Networking Meeting, um espaço exclusivo dedicado a impulsionar a presença e a influência das mulheres na indústria de alimentos e bebidas. Dezenas de profissionais, entre líderes de P&D, inovação, empreendedoras e executivas, participaram da atração para uma jornada intensa de troca de experiências e networking de alto nível.

A programação foi aberta com foco em independência e organização patrimonial. Na palestra “Investindo com Propósito”, Tônia França, especialista em planejamento financeiro e patrimonial, e sócia da Davos Partnership, destacou como a educação

financeira é o alicerce para fortalecer a tomada de decisão corporativa e pessoal, gerando independência e liberdade para escolhas. “Se você não tem um planejamento financeiro, comece agora. Nunca é tarde”, disse. “Quanto mais cedo você começar, mais os juros vão trabalhar para você.”

Ao longo do dia, o espaço seguiu com rodas de conversa e painéis temáticos que abordaram desenvolvimento de carreira, inovação e os desafios femininos no mercado. A força dessa rede de apoio e os resultados dos encontros foram muito celebrados por quem acompanhou a agenda.

“Ter esse espaço dedicado a nós bem no meio de um dos maiores eventos da indústria é essencial para fortalecer as mulheres do setor. É uma oportunidade muito rica de networking, para nos conhecermos, trocarmos ideias, projetos e inspirações”, destacou Bianca Nascimento, analista de marketing da Döhler.

O compartilhamento de vivências foi exatamente o diferencial apontado por Rafaela Miskinis, pesquisadora da NIAGRO. “Estou maravilhada. É a primeira vez que participo e já conversei com profissionais que enfrentaram grandes desafios. É muito diferente quando uma mulher fala para outra, pois compartilhamos experiências parecidas e aprendemos muito juntas”, avaliou. “Às vezes, achamos que não conseguimos ou que não temos habilidade para algo, mas aqui encontramos exemplos que provam o contrário, mostrando que é possível se desafiar e se autoconhecer para evoluir”, concluiu.

O potencial da biodiversidade brasileira no mercado global de alimentos

Durante o Summit Future of Nutrition, congresso da Food ingredients South America (FiSA) que se estende até quinta-feira (6) no São Paulo Expo, o painel Biodiversidade Brasileira trouxe uma reflexão central: de que maneira a riqueza natural do Brasil pode impactar e redefinir a indústria internacional de alimentos? Em um cenário pós-COP 30, o debate trouxe para o centro da agenda a necessidade urgente de converter o potencial socioambiental em soluções concretas para o mercado consumidor.

O encontro reuniu Joanna Martins (CEO da Manioca), Larissa Bueno (head de P&D da MAHTA), Diego Viégas (gerente de suprimentos e relacionamento com comunidades da Natura) e contou com a mediação de Liliana Mello (responsável pela divisão biotech da Vigna Brasil Consultoria). Liliana provocou os painelistas sobre as condições necessárias para que o Brasil aproveite plenamente seu ativo ambiental, reforçando a importância de entender o que grandes investidores e indústrias globais procuram ao olhar para o mercado brasileiro, apontando os desafios regulatórios, operacionais e de adequação técnica que ainda travam o ritmo dos aportes em bio ingredientes.

"É um cavalo selado que passa na nossa frente. Como fomos colonizados para não valorizar o que é nosso, estamos deixando passar. Há muito conhecimento científico, mas precisamos aplicar e trazer isso para o mercado. Nada é fácil para quem é brasileiro. Às vezes, achamos tudo muito difícil pelas barreiras que nós mesmos criamos. Estamos fazendo o Brasil conhecer o tucupi há 12 anos. Se a gente consegue fazer, quem atua no mercado também pode. Cada um plantando uma sementinha, a gente faz a floresta. Pode demorar 20 ou 30 anos, mas a gente faz", disse a CEO da Manioca.

A valorização do que está no ecossistema nacional também pautou a fala de Larissa Bueno, ao questionar a dependência do mercado por ingredientes funcionais importados. "Nosso CEO pensou: temos a maior floresta tropical do mundo e não podemos ficar consumindo superfoods de fora. Não é possível que não tenha algo com esse potencial no nosso quintal. A nutrição, a funcionalidade e a nutrição profunda estão em alimentos próximos de nós", apontou.

Para Larissa, a pesquisa e o desenvolvimento de novos produtos precisam caminhar lado a lado com o fortalecimento das cadeias locais: "Quando temos a possibilidade de entregar um produto que apoia a comunidade, é isso que temos que fazer. Nosso propósito é salvar a gente mesmo em primeiro lugar, pois se não estivermos bem, não dá para salvar o planeta. Buscamos desenvolver socioeconomicamente a região amazônica sem exercer uma pressão excessiva sobre a floresta", completou a head de P&D da MAHTA.

Analisando a cadeia sob o prisma de suprimento e escala comercial, Diego Viégas enfatizou o papel indutor da indústria para mudar percepções e criar novos hábitos globais de consumo. "A indústria tem um papel fundamental para fazer essa virada de chave, mesmo em um campo aberto onde ainda estamos buscando respostas. Tivemos recentemente uma febre de pistache impulsionada pela indústria americana. Por que não tivemos isso com a castanha-do-pará ou a castanha-de-caju? O que nos falta, se esses produtos estão dentro da nossa biodiversidade?", provocou.

Diego alertou ainda para as perdas de valor do país na cadeia exportadora: "O Brasil é o maior produtor de castanha-do-pará, mas não é o maior exportador. Os países que mais compram do Brasil são Peru e Bolívia, que processam e exportam para a Europa. Não podemos depender apenas do açaí, que já é mundialmente conhecido, mas sim de toda a nossa riqueza nativa", finalizou.

Reformular produtos sem perder a preferência do consumidor

A reformulação de alimentos deixou de ser apenas um desafio técnico para se tornar um teste de transparência com o mercado. Diante de novas exigências, como as lupas

de advertência nos rótulos, a indústria busca equilibrar a redução de sódio, gordura e açúcar com viabilidade comercial e aceitação do público.

Com mediação de Lara Natacci (PhD e diretora da Clínica Dietnet), o Summit Future of Nutrition destacou a nova rotulagem frontal obrigatória no Brasil e lembrou que a aceitação do público depende, em primeiro lugar, da experiência sensorial. A mediadora abordou os participantes para trazer como é possível alterar ingredientes, mas levar um sabor agradável ao cliente.

Trazendo a perspectiva das grandes corporações, Juliana Peccin, gerente de Health & Nutrition Science para a América Latina da PepsiCo, destacou que a adequação nutricional é um compromisso de longo prazo. "Nossa jornada de redução de sódio, açúcar e gorduras vem desde 2006. Não é um processo simples: trabalhamos de mãos dadas com profissionais da saúde para entender as demandas e, ao lado dos fornecedores, vamos superando barreiras tecnológicas de forma gradual", explicou.

Para ela, a rotulagem por lupas acabou funcionando como um diferencial competitivo. "Temos todos o mesmo objetivo: queremos consumidores saudáveis para que continuem consumindo nossos produtos. Mas precisamos ensinar o público a ler a lista de ingredientes e a tabela nutricional para que saibam reconhecer as melhores escolhas", avaliou Peccin.

Ao abordar o desenvolvimento de produtos, Fernanda de Oliveira Martins, gerente da Unilever, destacou a volatilidade das demandas. "A jornada é guiada pela ciência, mas o consumidor orienta o desenvolvimento. A evolução tecnológica nós acompanhamos, mas o comportamento do público é imprevisível, influenciado por redes sociais e tendências globais", explicou. Fernanda pontuou ainda a falta de um conceito único para clean label: "Assumimos como premissa ingredientes com nomes reconhecidos. Aditivos podem atender ao gosto do cliente, mas muitos cumprem funções estruturais e de conservação essenciais", emendou.

Sob a ótica industrial, Johannes Newton do Prado, diretor de P&D da Polpa Brasil, explicou que a simples remoção de ingredientes exige compensações técnicas. "Se você tira um ingrediente, precisa de outro para cumprir aquela função. No desenvolvimento, escolhemos qual atributo (como sabor, custo ou shelf life) iremos penalizar. Porém, aspectos como regulação, segurança alimentar e credibilidade da informação são inegociáveis", afirmou.

Complementando a visão de escala, Sara Faria, empreendedora e proprietária da Solucionária, reforçou a necessidade de adequar os projetos às normas técnicas. "Transformamos a ideia em algo escalável e dentro das regras. É preciso educar o cliente para entender que um produto sem conservação não dura no longo prazo",

observou Sara, alertando ainda que alimentos de rótulo limpo e poucos ingredientes também podem receber as lupas de advertência nutricional.

O painel concluiu que a inovação em formulação exige um alinhamento constante entre ciência, regulamentação e comunicação transparente. Para evoluir com consistência, a indústria precisa estruturar suas cadeias e entregar produtos seguros, viáveis e alinhados às reais expectativas do mercado.

Circuito Health & Wellness conecta projetos da indústria a soluções apresentadas na FiSA

O Circuito Health & Wellness estreou nesta edição da Food ingredients South America (FiSA) com a proposta de aproximar os desafios da indústria das soluções apresentadas pelos expositores. Desenvolvida em parceria com a Safer Food, a iniciativa oferece orientação técnica e roteiros personalizados para profissionais das áreas de Pesquisa e Desenvolvimento, inovação, marketing, compras e assuntos regulatórios.

Organizado em três rotas temáticas (proteínas, fibras e creatina), o Circuito apresenta ingredientes e aplicações voltados à formulação e à reformulação de alimentos, bebidas e suplementos. A experiência também permite que as empresas participantes identifiquem novas categorias e oportunidades de mercado para soluções que já fazem parte de seus portfólios.

Foi o que ocorreu com a SBR Foods, fornecedora de soluções e ingredientes para a indústria de alimentos, incluindo proteínas vegetais. Para Amanda Righini, coordenadora de qualidade da empresa, o contato com diferentes aplicações apresentadas no Circuito reforçou o potencial do ingrediente em categorias que vão além de seus usos tradicionais. “Estamos em um momento de mercado em que a proteína é bastante demandada. Aqui, vimos aplicações em salgadinhos, barras de cereal e proteína. Então, a gente enxerga um pertencimento e nos sentimos parte do processo”, diz. “O mercado do futuro é a proteína”.

Para Augusto Ichisato, diretor comercial da Safer Food, a curadoria ajuda a transformar tendências de mercado em alternativas concretas para os profissionais responsáveis pelo desenvolvimento de produtos. “O objetivo do Circuito é facilitar o acesso a tendências internacionais e aproximá-las da realidade brasileira. Para os visitantes que buscam esses ingredientes e aplicações, criamos rotas específicas, trouxemos produtos de outros países como referência e fizemos a engenharia reversa para apresentar seus componentes e possíveis fornecedores”, explica.

O Circuito Health & Wellness pode ser visitado até quinta-feira (6), no espaço K-38 da Fi South America, no São Paulo Expo.

Innovation Hub, Tasting Experience e Innovation Tour transformam tendências em experiências

Degustações de novos produtos, apresentações técnicas e visitas guiadas a estandes marcaram a programação do Innovation Hub nesta terça-feira (4), durante o primeiro dia da Food ingredients South America (FiSA). O espaço aproxima os visitantes de tendências, tecnologias e aplicações da indústria por meio de atrações como o Tasting Experience, voltado à experimentação de produtos, e o Innovation Tour, roteiro que percorre empresas expositoras e apresenta seus principais lançamentos.

No Tasting Experience, o público pôde conhecer e experimentar soluções de nove empresas, entre elas Pratigel, Ksalt, Genu-in, Aunare, X-tevia e Macçã. Os produtos demonstraram aplicações de ingredientes inovadores em alimentos, bebidas e suplementos, incluindo frutas e vegetais desidratados ou congelados, adoçantes, aromatizantes com teor reduzido de sódio, proteínas e colágenos.

Entre os visitantes, Thais Montico Bazeto, representante do Supermercado Montico, de Morungaba, no interior de São Paulo, identificou uma possível aplicação para o negócio da família. “Eu e minha família temos um supermercado, e achei as frutas desidratadas interessantes para a nossa área de panificação”, afirma. Já a nutricionista Débora Almeida destacou a variedade de ingredientes apresentada. “Vi muitas coisas interessantes, principalmente as leveduras. Conhecemos mais as leveduras nutricionais, mas há várias outras possibilidades. Achei bem interessante”, conta.

Além das degustações, o Innovation Hub recebeu 11 palestras sobre ingredientes, novas fontes de proteína e tendências que vêm orientando o desenvolvimento de alimentos e bebidas. Entre os destaques estiveram “Proteína de Levedura – Biotecnologia que Nutre o Futuro”, com Adriana Fuchs Ramos, da Angel Yeast; “Além do Whey: A Ciência das Proteínas Vegetais”, apresentada por Thiago Amaral, da Aunare; e “GLP-1 Friendly: Soluções com Impacto Sustentável”, conduzida por Marina Reis, da Concepta Ingredients.

Outra atração do espaço é o Innovation Tour, roteiro guiado que acompanha grupos de até 50 participantes por estandes selecionados para conhecer lançamentos, ingredientes e tecnologias. Conduzida por Augusto Ichisato, engenheiro de alimentos e embaixador da FiSA, a rota desta terça-feira foi dedicada aos ingredientes naturais, em sintonia com a palestra da Innova Market Insights sobre fibras, e passou pelas empresas IMCD, Caldic, Concepta Ingredients, Malan, AD Foods, Kalium, Capsugel, Nagase e Prinova.

Entre as soluções apresentadas estiveram alternativas da IMCD para bebidas sem álcool e alimentos veganos com teor reduzido de carboidratos; propostas da Caldic organizadas nos eixos fitness e performance, bem-estar, prático e nutritivo e indulgência equilibrada, com aplicações formuladas com fibra de acácia altamente solúvel e não laxativa; e o relançamento, pela Concepta Ingredients, de uma farinha proteica de gergelim 100% nacional, produzida sem geração de resíduos. A Nagase apresentou soluções com probióticos e pós-bióticos, enquanto a Prinova destacou o Hydro Beef como alternativa ao whey protein.

Nesta quarta-feira (5), o tour será dedicado a Food Ingredients, com foco em ingredientes funcionais. Na quinta-feira (6), a rota de Health Ingredients apresentará especialmente

soluções voltadas ao wellness. O Innovation Tour acontece diariamente, às 16h, do Innovation Hub.

Os ingressos para o público estão disponíveis [aqui](#), com a opção de "entrada solidária", oferecendo 50% de desconto mediante a doação de 1 kg de alimento não perecível, que será destinado à instituição Safrater. Já o credenciamento de imprensa pode ser realizado antecipadamente neste [link](#).

Fi South America 2026
Data: 4 a 6 de agosto
Horários: terça e quarta-feira, das 13h às 20h; quinta-feira, das 13h às 18h
Local: São Paulo Expo – São Paulo
Ingressos: acesse [aqui](#)
Agência de viagem: clique [aqui](#)
Galeria de fotos: 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