

Boletim 1

O primeiro dia da Fispal Tecnologia e da TecnoCarne, que acontecem simultaneamente no São Paulo Expo, reuniu debates e soluções que apontam o futuro da indústria. Entre os destaques estão IA, automação, rastreabilidade, saudabilidade, mercado de bebidas e os avanços que fortalecem a competitividade da cadeia de proteínas.

Fispal Tecnologia

Congresso Fispal Tec aponta proteína, IA e saudabilidade como tendências para a indústria

A Fispal Tecnologia foi aberta nesta terça-feira (16), em São Paulo, com um debate sobre as transformações atuais e tendências que devem moldar a indústria de alimentos e bebidas até 2030. A crescente demanda por proteínas, produtos mais saudáveis e bebidas de baixa caloria, aliada ao avanço da tecnologia e da inteligência artificial, foram destaques no painel “Desafios e Futuro: A Visão dos Líderes do Setor de Alimentos & Bebidas”, que reuniu Rodrigo Visentini, presidente da Unilever Alimentos Brasil; Mário Rezende, vice-presidente de Operações e Sustentabilidade da Danone Brasil; André Salles, CEO da Solar Coca-Cola; e Claudio Zanão, presidente executivo da ABIMAPI - Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados .

Segundo Mário Rezende, da Danone Brasil, o consumo de proteínas vem impulsionando novos movimentos de mercado. “Deixamos de ser especialistas em iogurte para sermos especialistas em proteína”, afirmou. O executivo ressaltou ainda o crescimento de categorias ligadas à nutrição especializada, produtos sem açúcar e alimentação voltada para diferentes fases da vida.

Para Rodrigo Visentini, da Unilever Alimentos Brasil, acompanhar as novas demandas também exige antecipação e uso intensivo de tecnologia. “Nossa missão é estar um passo à frente”, disse. De acordo com ele, ferramentas de dados e inteligência de mercado permitem acelerar o desenvolvimento de produtos, tornando a inovação mais rápida e assertiva.

Representando a Solar Coca-Cola, André Salles destacou a expansão da procura por bebidas funcionais, zero açúcar e de baixa caloria. “Precisamos



entender cada vez melhor o consumidor”, afirmou. O executivo também apontou a inteligência artificial como uma aliada para fortalecer marcas e ampliar a proximidade com os clientes em um cenário de consumo cada vez mais dinâmico em diferentes canais.

Ao projetarem o futuro do setor, os participantes concordaram que digitalização, sustentabilidade e inteligência artificial serão fatores decisivos para a competitividade. Além das mudanças nos hábitos de consumo, os líderes citaram desafios como inflação, reforma tributária, tensões geopolíticas e a necessidade de equilibrar a demanda por produtos “premium” com a necessidade de trazer produtos acessíveis. Para os executivos, a capacidade de adaptação será determinante para o crescimento da indústria na próxima década.

Ao dar início à edição 2026, a Fispal Tecnologia reforçou seu papel como espaço de discussão dos temas que devem transformar a indústria nos próximos anos. “Mais do que uma plataforma de negócios, a Fispal se consolidou como um espaço de conexão, colaboração e construção do futuro da indústria”, afirmou Marco Basso, CEO da Informa, promotora do evento.

Consumidor transforma o mercado de bebidas na América Latina

As Tendências da Indústria de Bebidas em Evolução na América Latina, apresentadas por Diego Borjas da Euromonitor International, durante o Congresso Fispal Tec, apontam uma transformação estrutural do setor com foco em consumo intencional, funcionalidade e inovação frente a pressões econômicas.

Em sua palestra, Borjas destacou quatro pilares principais que estão remodelando o mercado de bebidas, de acordo com dados do Euromonitor Passport. “As quatro principais transformações estão focadas em benefícios de saúde e funcionalidade que orientam cada vez mais as escolhas dos consumidores são inovação direcionada, redefinição de valor, concorrência crescente e as diferentes categorias de bebidas disputam as mesmas demandas de consumo”.

Benefícios à saúde, segundo Borjas, também direcionam o consumo de bebidas na América Latina. “Hoje o crescimento também está mais relacionado

aos preços maiores do que no volume de produtos vendidos, pois o consumidor não compra mais por hábito, mas pelos benefícios que a bebida pode oferecer.”

Rastreabilidade deixa de ser tendência e vira exigência para a indústria

A rastreabilidade deixou de ser um diferencial competitivo para se tornar uma exigência do mercado. Pressionadas por consumidores, regulamentações internacionais e pela necessidade de aumentar a eficiência operacional, empresas da indústria de alimentos e bebidas estão investindo em soluções que combinam inteligência artificial, automação e digitalização para acompanhar produtos desde a origem da matéria-prima até a chegada ao consumidor.

Entre os destaques apresentados na Fispal Tecnologia, a Siemens mostrou soluções voltadas à eletrificação, automação e digitalização industrial. Segundo Diego Cadete, head do vertical de bens de consumo, alimentos, bebidas e água da empresa, a rastreabilidade permite dar transparência a toda a cadeia produtiva. “A tecnologia é o meio para atingir essa transparência e entender o que aconteceu em cada etapa, desde o campo até a gôndola”, afirma. Para ele, a adoção dessas ferramentas são uma necessidade para atender exigências globais e manter a competitividade.

A AROL apresentou equipamentos capazes de monitorar continuamente o desempenho das máquinas e identificar falhas antes que elas provoquem impactos na produção. “Se a máquina foi programada para produzir 12 mil garrafas por hora e produz menos, o sistema já identifica o erro e aponta onde está o problema”, explica Daniela Cristiana de Souza, coordenadora administrativa da empresa. A tecnologia utiliza inteligência artificial para gerar relatórios automáticos e agilizar a manutenção.

Já a Sunnyvale destacou uma solução de codificação a laser para latas de bebidas que substitui sistemas convencionais baseados em tinta. Além de reduzir custos operacionais e o uso de insumos, a tecnologia fortalece a rastreabilidade ao garantir a correta identificação dos produtos ao longo de toda a cadeia logística. Para Luís Pegolo, gerente comercial, o maior desafio ainda é fazer com que as indústrias enxerguem a rastreabilidade como investimento e não como custo. “A informação é o ativo mais valioso. A

rastreabilidade não serve apenas para localizar produtos, mas também para gerar inteligência de mercado e proteger a marca”, finaliza.

IA, automação e robótica impulsionam a indústria

A busca por maior eficiência operacional e o avanço da inteligência artificial estão acelerando os investimentos em automação industrial nos setores de alimentos, bebidas e bens de consumo. As tendências foram destaque entre os expositores da Fispal Tecnologia, que apresentaram soluções voltadas à robotização, intralogística automatizada e integração inteligente de processos produtivos.

Entre as inovações apresentadas, a Yaskawa destacou robôs colaborativos capazes de operar ao lado de pessoas com sem a necessidade de grades de proteção, além de equipamentos voltados à automação de tarefas repetitivas. Segundo Fábio Borsato, Gerente Regional de Vendas, a dificuldade crescente para contratar e reter profissionais tem levado as indústrias a acelerar a adoção da automação. “As empresas precisam produzir e manter a competitividade. A automação ajuda a reduzir custos e garantir produtividade”, afirmou.

A Mitsubishi Electric Brasil também apresentou soluções de robótica colaborativa e softwares de simulação digital capazes de reproduzir virtualmente linhas de produção completas. Para Renan Rubim, especialista de produto e aplicação na área de robótica, o cenário atual mostra uma mudança importante na motivação dos investimentos. “Hoje, a automação é muito mais uma resposta à falta de profissionais do que uma substituição de postos de trabalho”, explicou. Renan destacou ainda a integração entre robótica e inteligência artificial como uma das principais tendências para os próximos anos, especialmente em aplicações de manutenção preditiva e monitoramento de equipamentos.

Na área de intralogística, a Dalca apresentou soluções que unem sistemas de paletização automática, robôs móveis autônomos e armazenagem vertical automatizada. Para Bruno Dal Fré, CEO da empresa, a falta de mão de obra continua sendo um dos principais desafios enfrentados pelas indústrias. “A automação elimina atividades pesadas e repetitivas, melhora a padronização dos processos e aumenta a eficiência logística”, afirmou.

A sustentabilidade também apareceu como um dos motores da inovação. A Sidel levou à feira soluções de paletização automatizada e monitoramento digital da produção, com foco em eficiência operacional e uso mais eficiente de recursos. “O mercado busca cada vez mais soluções que combinem desempenho operacional com redução de consumo energético e de recursos, tornando a sustentabilidade um fator importante para a evolução das linhas de produção”, ressaltou Marcelo Seabo, Account Manager da empresa.

Ao longo da Fispal Tecnologia, os expositores convergiram em um ponto: o futuro da indústria passa pela combinação entre automação, inteligência artificial, conectividade e sustentabilidade. Em um cenário de crescente pressão por produtividade e competitividade, tecnologias capazes de integrar processos, reduzir desperdícios e ampliar a eficiência operacional devem ganhar espaço cada vez maior nas fábricas brasileiras.

TecnoCarne

Carne bovina brasileira avança com eficiência integrada

Os ganhos de competitividade da carne bovina brasileira vão muito além da porteira da fazenda. Essa é uma das principais conclusões do estudo “Do pasto ao prato: uma análise da eficiência nos elos produtivo, industrial e comercial”, apresentado pelo pesquisador Thiago Bernardino de Carvalho, do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea) durante a abertura da Arena de Conteúdo TecnoCarne, no São Paulo Expo.

A pesquisa mostra que o desempenho da cadeia da carne bovina depende da eficiência conjunta de três segmentos: a produção pecuária, a indústria frigorífica e os canais de comercialização. O avanço de apenas um desses elos não é suficiente para garantir competitividade sustentável ao setor.

Nas propriedades rurais, a modernização dos sistemas de produção permitiu elevar a produtividade por área, reduzir o ciclo produtivo e aumentar a oferta de animais com melhor padrão de qualidade. Tecnologias ligadas à genética, nutrição, manejo de pastagens e gestão passaram a desempenhar papel decisivo na rentabilidade da atividade.

Ao mesmo tempo, a indústria frigorífica investiu em ganhos de escala, melhor aproveitamento da matéria-prima e adequação às exigências sanitárias dos mercados consumidores. Esse movimento contribuiu para aumentar a eficiência operacional e ampliar a presença da carne brasileira em mercados internacionais cada vez mais exigentes.

No elo comercial, a profissionalização da distribuição e a crescente segmentação do mercado também impulsionaram o setor. A valorização de atributos como qualidade, rastreabilidade e sustentabilidade ampliou as oportunidades de agregação de valor ao produto final, tanto no mercado doméstico quanto no exterior.

Indústria frigorífica busca manter liderança global

A indústria frigorífica brasileira consolidou-se ao longo das últimas décadas como um dos principais pilares da economia nacional e uma referência mundial na produção e exportação de proteínas animais. O destaque é do presidente da Associação Brasileira de Frigoríficos - Abrafrigo, Paulo Mustefaga, que participou do painel “Indústria e seus Indicadores: A Indústria Frigorífica no Passado, Presente e Futuro – Desafios e Oportunidades”, durante a TecnoCarne, principal evento do setor de proteína animal, que prossegue até sexta-feira (19), no São Paulo Expo.

Da operação artesanal do passado à moderna estrutura industrial atual, o setor passou por profundas transformações, destacou Mustefaga, o que ampliou sua competitividade e fortaleceu sua presença no mercado internacional. “Atualmente, o setor enfrenta o desafio de equilibrar a expansão das exportações com a redução da dependência de grandes compradores pontuais, como a China. Para manter a liderança global, o setor tem apostado fortemente em inovação tecnológica, rastreabilidade e na diversificação de mercados”.

Já, para Thiago Bernardino, professor e pesquisador do Centro de Estudos e Pesquisa em Economia Aplicada – Cepea, que apresentou o estudo “Da fazenda ao consumidor: eficiência integrada explica avanço da carne bovina brasileira” durante o evento, “a análise da cadeia produtiva da carne demonstra que o futuro da pecuária passa cada vez mais pela coordenação entre os diferentes agentes econômicos, pela inovação tecnológica e pela busca contínua de eficiência em todas as etapas que levam a carne da fazenda à mesa do consumidor.”

Ingredientes aumentam a vida útil de produtos cárneos

A busca por produtos mais naturais, seguros e alinhados às novas exigências dos consumidores foi um dos destaques da Ilha dos Ingredientes Inovadores, novidade da TecnoCarne nesta edição. O espaço reuniu empresas que apresentaram soluções voltadas a clean label, conservantes naturais, redução de sódio, extensão de shelf life e tecnologias capazes de agregar valor e diferenciação aos produtos cárneos.

Entre os expositores, a New Max apresentou soluções voltadas à ampliação da vida útil dos alimentos e à agregação de valor aos produtos cárneos. Um dos destaques foi a linha Shelf Max, desenvolvida para aumentar o shelf life e reduzir perdas ao longo da cadeia. A empresa também levou à feira molhos marinadores inspirados em tendências europeias, que permitem agregar sabor, cor e suculência às proteínas. “Os ingredientes muitas vezes atuam como coadjuvantes, mas carregam grande parte da tecnologia necessária para atender às demandas atuais por produtos mais naturais e ricos em proteínas”, destacou Júlia Latorre, coordenadora de marketing da empresa.

A Corbion levou ao espaço soluções focadas na redução de sódio e na conservação natural de produtos cárneos. Para João Yunes, gerente de Serviço Técnico para a América Latina, a combinação entre saudabilidade e segurança dos alimentos é hoje um dos principais desafios da indústria. “O consumidor está muito mais atento aos rótulos e aos ingredientes utilizados nos produtos. Por isso, cresce a procura por soluções naturais que garantam conservação eficiente sem comprometer a qualidade”, explicou.

Ao analisar o comportamento do mercado, os expositores concordam que a saudabilidade segue como principal fator de decisão de compra, especialmente quando associada à segurança alimentar. A naturalidade dos ingredientes, a transparência dos rótulos e a manutenção das características sensoriais dos produtos aparecem como atributos cada vez mais valorizados pelos consumidores.

**Serviço:****Data:** 16 a 19 de junho**Local:** São Paulo Expo**Endereço:** Rod. dos Imigrantes, s/n - Km 1,5, Vila Água Funda, São Paulo**Horários:** Terça a quinta-feira, das 13h às 20h. Sexta-feira, das 13h às 18h.**Ingressos:** Acesse [aqui](#)**Agência de viagem:** clique [aqui](#)**Credenciamento de imprensa:** neste [link](#)[Galeria de fotos](#)**Sobre a Fispal Tecnologia e TecnoCarne**

A Fispal Tecnologia e a TecnoCarne são a principal plataforma de conexão entre as indústrias de alimentos, bebidas e proteínas. Por meio do evento físico que acontece no São Paulo Expo, e da plataforma digital, as duas oferecem networking, conteúdo e oportunidades de negócios aos profissionais do setor durante os 365 dias do ano. Mais informações: www.fispaltecnologia.com.br | www.tecnocarne.com.br

Sobre a Informa Markets

A Informa Markets 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 há mais de 27 anos na América Latina, e conta hoje com três unidades de negócios: Brasil, México e Latam Hub, responsáveis pela entrega de mais de 30 eventos híbridos, 70 eventos digitais, portais de notícia e plataformas digitais de conexão e negócios.

Para saber mais informações, acesse [aqui](#)



Informações para imprensa

[2PRÓ Comunicação](#)

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

Myrian Vallone - myrian.vallone@2pro.com.br