

## Boletim 2

### **Senai apresenta ecossistema de inovação industrial**

O SENAI mantém o UpLab, ecossistema de empreendedorismo industrial que incentiva a criação de negócios e tecnologias, acelera startups e promove inovação aberta e cultura intraempreendedora nas indústrias. Segundo Francine Motter, consultora da instituição, a iniciativa já gera impacto socioeconômico em diferentes regiões do estado. Ela participou da palestra “Conectando Startups e a Indústria de Sorvetes”, realizada no espaço Estação SENAI durante a Fispal Sorvetes. O ambiente oferece uma experiência interativa com palestras, debates e atividades voltadas à apresentação de soluções e tendências para a indústria, conduzidas por especialistas da instituição.

Durante a apresentação, Francine destacou que o UpLab facilita, por meio da inovação aberta, a colaboração entre startups e indústrias, permitindo que as empresas trabalhem juntas para desenvolver novos produtos, tecnologias e soluções, ajudando as empresas a se manterem competitivas e a inovarem constantemente.

Para demonstrar o trabalho desenvolvido pela instituição, a consultora apresentou três startups apoiadas pelo ecossistema: a Vanillab, especializada no desenvolvimento de materiais naturais de alta qualidade a partir de baunilhas nativas; a Easy Telling, plataforma de inteligência artificial que conecta documentos científicos a empresas, universidades, pesquisadores e à sociedade; e a Weecaps, focada no desenvolvimento de microcápsulas funcionais capazes de proteger e liberar de forma controlada ingredientes bioativos, como probióticos, vitaminas, minerais e outros compostos naturais.

“Embora essas startups atendam diferentes segmentos industriais, elas foram apresentadas como exemplos de soluções com potencial de aplicação no setor de sorvetes”, explicou Francine.

### **Empresas italianas apostam no mercado brasileiro**



A presença italiana na Fispal Food Service reforça o potencial do mercado brasileiro para empresas dos setores de gelato, confeitaria, panificação e food service. O Pavilhão Italiano, coordenado pela ICE - Agência para a promoção no exterior e a internacionalização das empresas italianas, participa pela segunda vez da feira.

Empresas italianas do setor de alimentos, provenientes de regiões como Emilia-Romagna, Sardenha, Úmbria, Campânia, Lombardia e Sicília, apresentam na feira um portfólio diversificado de produtos, que inclui vinagres, queijos, condimentos, molhos, tomates, azeites e massas, entre outras especialidades gastronômicas.

O Brasil segue como importante importador de alimentos e bebidas italianos. Em 2025, as compras somaram US\$ 409,8 milhões, crescimento de cerca de 6% em relação ao ano anterior. Entre os principais produtos importados estão massas, biscoitos e itens de pastelaria, que movimentaram US\$ 85,4 milhões, além do azeite de oliva extravirgem, com US\$ 36,2 milhões em negócios.

Segundo Milena Del Grozzo, diretora para o Brasil da ICE, o avanço das negociações entre Mercosul e União Europeia amplia as oportunidades para empresas italianas no país. “Hoje, temos mais de 10 novos empresários expondo na Fispal”, afirmou.

É o caso da Central Formaggi, empresa da Sardenha, no oeste da Península Italiana, que produz queijos de ovelha e cabra. “Trouxemos 68 qualidades diferentes de queijo para a feira com intuito de apresentar nossos produtos aos importadores brasileiros e conseguir uma parceria para entrarmos no mercado do país”, disse Alessio Cabua, representante da empresa.

Já a Surgital planeja retornar ao mercado brasileiro, depois de ter passado alguns anos distante. De acordo com Roberto Cirrincione, sênior export Manager da produtora de massas ultracongelada, a intenção é atingir o mercado de restaurantes. “Como nossos produtos são congelados à temperatura de menos 43 graus celsius, temos que encontrar um importador que possa acondicionar de forma adequada e tenha condições de fazer uma distribuição adequada.”

## **Mintel revela o retrato do consumo de doces no Brasil**

Para trazer mais clareza ao mercado de food service, a Mintel apresentou na arena do Pavilhão de Confeitaria, com a curadoria da Mix Ingredientes e Titã Eletrocomerciais, um relatório sobre os hábitos de consumo de doces e

sobremesas dos brasileiros. O estudo reúne dados importantes para ajudar o setor a ampliar negócios e agir de forma mais estratégica.

O relatório foi elaborado pela Ana Paula Gilsogamo, Associate Principal - Food and Drink Insights Latam, e apresentado pela Carla de Oliveira, Client Success Manager.

Mesmo com os impactos climáticos e a alta volatilidade do cacau, o chocolate segue como o favorito dos brasileiros, com 71% da preferência. “A tendência é o fortalecimento do conceito de “chocolate de verdade”, valorizando maior presença de cacau, qualidade sensorial e transparência. Em seguida aparecem bolos (65%) e sorvetes (61%)”, explicou Carla.

O envelhecimento da população também influencia o mercado. Segundo o Censo 2022, o número de pessoas com mais de 65 anos cresceu 57% em 12 anos, aumentando a busca por produtos com mais textura, frutas e sabores mais leves.

De acordo com o relatório, o consumo de doces está fortemente ligado às refeições: 57% consomem após o almoço, 36% depois do jantar e 17% no café da manhã. Por isso, mais do que focar apenas no público-alvo, o ideal é pensar em “situações de consumo”.

Opções com frutas atendem bem o café da manhã por trazerem leveza, enquanto doces clássicos funcionam como conforto emocional após um dia estressante. O relatório mostra ainda que 30% dos consumidores buscam doces para aliviar o estresse, 29% como recompensa e 30% em momentos de lazer.

Com a alta dos ingredientes em 2025, 66% dos consumidores passaram a optar por sobremesas mais baratas, exigindo criatividade do setor. Uma tendência é unir doces e café no encerramento das refeições sem elevar tanto o custo, com opções como frappuccinos, affogatos ou cafés acompanhados de pequenos doces.

“Na França, por exemplo, restaurantes oferecem o “café gourmand”: uma xícara de café servida com mini sobremesas da casa”, disse Carla.

Outra grande oportunidade está em facilitar o compartilhamento. O consumo de pacotes sortidos favorece formatos compartilháveis, como caixas de variedades, sobremesas porcionadas e kits “leve para o grupo”.

Além disso, entre 34% e 38% dos consumidores são influenciados pela aparência dos produtos, enquanto 27% a 30% seguem tendências vistas nas redes sociais, reforçando o apelo das sobremesas visualmente marcantes.

**Produtos diferenciados** - Quem visitar a Fispal ainda poderá conhecer e degustar de perto produtos com alto valor agregado. É o caso da Quirindim, empresa familiar que há 46 anos aposta na tradição e na excelência de um único produto: o quindim. Segundo a marca, a receita segue o conceito do verdadeiro quindim, utilizando apenas três ingredientes, gema de ovo, açúcar e coco. O resultado é um doce que entrega sabor e qualidade, além de ser sem glúten, sem lactose e sem conservantes

Já a Candy aposta em praticidade e qualidade. Com Petit Gateau e Brownie congelados, prontos em apenas 20 segundos, o grande diferencial da marca está no valor agressivo praticado no mercado aliado ao alto valor agregado dos produtos. Feitos com cacau suíço, os produtos unem rapidez no preparo, sabor diferenciado e excelente competitividade.

## **Panificação avança com equilíbrio entre tradição e inovação**

A capacitação é um dos pilares para impulsionar a inovação no setor de panificação. A avaliação é do Rogério Shimura, que participou da palestra “O Futuro da Panificação”, realizada no Espaço Cheiro do Pão durante o segundo dia da Fispal. O espaço conta com curadoria do chef e da Levain Escola de Panificação e Confeitaria.

Eleito em 2019 o melhor padeiro do mundo pela International Union of Bakers and Confectioners (UIBC), Shimura acredita que a panificação vive uma transformação profunda impulsionada por mudanças no comportamento do consumidor, avanços tecnológicos e maior profissionalização do setor.

Na visão do especialista, o pão do futuro será resultado do equilíbrio entre tradição artesanal e inovação industrial. A tendência, segundo ele, é que padarias invistam cada vez mais em fermentação natural, ingredientes de melhor qualidade e processos mais lentos, atendendo a um público que busca alimentos mais saudáveis e com menos aditivos químicos.

De olho nessa realidade, a Rich's apresenta na Fispal Food Service o Rich's Shining Glaze, um produto vegano, à base de proteína de ervilha, que, segundo Daniele Prado, gerente de Food Service, oferece três benefícios. “Na panificação, ele é pincelado sobre os pães antes de irem para o forno e dá brilho, deixa uma camada protetora e doura melhor o produto.” Além disso,

destaca a gerente, não precisa de refrigeração quando ainda fechado e dura até cinco dias depois de aberto.

Já Rafael Braga, especialista em Marketing Digital da Rational, destaca que as padarias são negócios que, ao mesmo tempo em que precisam inovar para se diferenciar, mantêm na tradição sua base de identidade. “Então, buscamos conciliar novas tecnologias com esse lado tradicional, atendendo o setor de panificação de forma personalizada.”

## **Eficiência, integração e performance marcam a nova era das cozinhas profissionais**

Mais do que vender equipamentos isolados, o mercado de cozinhas profissionais vive um movimento cada vez mais voltado à oferta de soluções completas e integradas. Na Fispal 2026, fornecedores apresentam tecnologias, utensílios e sistemas desenvolvidos para atender diferentes perfis de operação, desde pequenos restaurantes e cafeterias até grandes redes de hotéis, cozinhas industriais e operações de food service. O foco agora está em entregar mais eficiência, padronização, performance e praticidade para toda a jornada operacional, da preparação ao atendimento.

A Tramontina, patrocinadora oficial do evento, está alinhada à essa premissa e lançou a Tramontina Primia, nova submarca focada exclusivamente no mercado B2B e de hospitalidade, entregando soluções completas, seja para o pequeno restaurante ou para uma rede de hotéis.

De acordo com Marcio Lisboa, diretor comercial da marca, “a Tramontina Primia veio para facilitar o entendimento da categoria de hospitalidade, porque a gente já tinha um portfólio com soluções completas para o segmento. Mas, isso se confundia com nossas outras linhas que eram voltadas para a casa. O papel principal da marca é oferecer a solução completa desde a cozinha, até o salão. Então, estamos falando de equipamento de preparação de cocção, refrigeração, mesas, cadeiras, talheres, porcelanas, facas, etc., ou seja, tudo pensado na necessidade e na precisão do segmento. Estamos falando desde uma frigideira que aguenta altas temperaturas várias vezes durante o dia até um prato com garantia de três anos contra lascas, que são as dores do segmento”.

A Prática traz para a feira soluções voltadas desde pequenos estabelecimentos até grandes operações industriais. Entre os destaques estão os

ultracongeladores, desenvolvidos para garantir qualidade, performance e padronização dos processos, além dos Speed Ovens, fornos de finalização que ampliam cardápios com rapidez e eficiência - capazes de preparar itens como coxinhas em 35 segundos e misto quente em 40 segundos. A empresa também aposta em fornos combinados com funções automatizadas e sistema de autolimpeza, otimizando a rotina operacional e aumentando a produtividade nas cozinhas profissionais.

## **Jacquin destaca inovação e networking na Fispal Food Service**

A presença do chef Érick Jacquin foi um dos destaques da Fispal Food Service 2026, reforçando a importância da feira como ponto de encontro para profissionais de restaurantes, hotelaria e gastronomia.

“É um evento muito importante porque reúne todos os fornecedores e oferece todo o suporte que precisamos para crescer e adotar tecnologias mais avançadas. Aqui tem absolutamente tudo para o seu restaurante ou hotel; é impressionante”, explica o chef.

Jacquin também ressaltou a importância do networking. “Por exemplo, se você observar, verá diversas marcas que fabricam máquinas a vácuo, geladeiras e fogões. Muita gente faz, mas quem é o melhor? Quem oferece o melhor atendimento? Onde encontrar um preço justo? O importante é unir tudo isso à qualidade que você realmente precisa”, afirmou.

Ao final, o chef convidou o público a visitar a feira e acompanhar a evolução do setor de food service no Brasil. “Vem para a Fispal Food Service. A evolução do nosso mercado tem sido muito grande, e isso já pode ser visto aqui dentro da feira”, conclui.

Além da participação de Jacquin, um espaço que vem movimentando o evento é o Point dos Chefes, ambiente dedicado à troca de experiências, tendências, demonstrações gastronômicas e debates sobre os desafios e oportunidades do setor, com a curadoria da ACIB FIC Brasile (Associação dos Cozinheiros Italianos no Brasil, ligada à Federação Italiana de Cozinheiros).

A programação do dia 28 no Point dos Chefes reúne apresentações voltadas à gastronomia, inovação e gestão no food service. Entre os destaques estão as demonstrações práticas de receitas com Nutella comandadas por Ana Formiga, a palestra “Gestão de Cardápios, como melhorar o faturamento”, com



Alessandro Nicola, a aula-show “Crostino Toscano”, apresentada pelo chef Roberto Ravioli, além do painel de Luna Garcia sobre o impacto da fotografia gastronômica nos negócios e nas vendas do setor. Confira a programação completa [aqui](#).

### **Serviço:**

**Data:** 26 a 29 de maio de 2026.

**Local:** Distrito Anhembi

**Endereço:** Av. Olavo Fontoura, 1209 – Santana, São Paulo – SP.

**Horários:** Terça a quinta-feira: 13h às 20h | Sexta-feira: 13 às 19h.

**Ingressos:** Acesse [aqui](#).

**Agência de Viagem:** clique [aqui](#).

[Galeria de fotos](#)

### **Sobre a Fispal Food Service e a Fispal Sorvetes**

A Fispal Food Service e a Fispal Sorvetes são os maiores e mais importantes eventos para o setor de alimentação fora do lar da América do Sul. Ao longo de quatro décadas, tornaram-se referência em inovação, conhecimento e transformação do mercado, reunindo profissionais de toda a cadeia produtiva. As feiras se consolidaram como uma plataforma estratégica para o lançamento de produtos, apresentação de novas tecnologias e promoção do desenvolvimento sustentável do setor.

Mais informações sobre as feiras acesse [aqui](#).

### **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 28 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](mailto:teresa.silva@2pro.com.br) | 11-99228-7836

Myrian Vallone - [myrian.vallone@2pro.com.br](mailto:myrian.vallone@2pro.com.br)

(11) 3030-9404