



De disfarce de sabor a rótulos clean label: veja como a tecnologia atua no setor de sorvetes

Investimentos em inovação impulsionam portfólio com ingredientes naturais, funcionais e sensorialmente mais sofisticados

A busca por uma qualidade superior na alimentação tem redefinido a forma como a indústria desenvolve sua produção. No universo dos sorvetes, esse movimento se traduz em receitas mais artesanais, embora com processos avançados, e uma crescente aproximação com o conceito de gelato, sustentada pela demanda por produtos premium.

A partir desse novo momento, o setor investe também em novos insumos, em linha com transformações mais amplas no comportamento do consumidor, mais criterioso e alinhado ao wellness - mercado que movimenta cerca de US\$ 5,6 trilhões globalmente, de acordo com dados do Global Wellness Institute.

Esse impacto provoca uma transformação estrutural nas empresas, que estão remodelando os negócios para cumprir as exigências atuais e manter a competitividade. É nesse contexto que a tecnologia atua como uma aliada. No caso dos sorvetes, é possível incluir processos que removem a gordura e retiram o ar dos produtos, além de disfarçar o sabor das proteínas e fibras adicionadas, visto que ingredientes naturais, proteicos e funcionais estão no topo das buscas quando o assunto é experienciar algo gostoso e ao mesmo tempo saudável.

“O público procura mais significado no consumo e, principalmente, saúde sem abrir mão do prazer. O que a indústria faz hoje é tentar dissociar a indulgência de culpa”, evidencia a diretora de Inovação e Tecnologia da multinacional DR Aromas & Ingredientes, Cláudia Mattos.

Durante a sua palestra na 10ª edição do Congresso Latino-Americano de Sorvetes-Helados, organizado pela Associação Brasileira das Indústrias e do Setor de Sorvetes dentro da Anuga Select Brazil, a executiva ressaltou que a percepção de qualidade do consumidor está diretamente ligada a atributos como cor, aroma e sabor, o que também é facilitado a partir de processos tecnológicos. “Com os equipamentos certos, os insumos naturais são melhor incorporados ao produto final sem deixá-lo menos atrativo. Assim, com a ajuda da tecnologia, promovemos maior democratização do acesso a alimentos sem aditivos”, afirma.



Além da formulação, a inovação também alcança a forma como as mercadorias são apresentadas. O *storytelling* ganha relevância como ferramenta de conexão com o consumidor, enquanto os rótulos seguem a tendência de simplificação, acompanhando o avanço dos chamados *clean labels*.

“O consumidor nunca teve tanta informação e nunca esteve tão cansado dela. Até os rótulos precisam ser mais objetivos. Não queremos que as pessoas olhem a embalagem e sintam cansaço em vez de desejo”, destaca Cláudia.

Para atender a essa demanda, equipes de *design* têm incorporado tecnologias que auxiliam na organização e redução de informações nas embalagens, tornando-as mais claras, atrativas e alinhadas às expectativas contemporâneas.

Pensando na jornada de consumo de forma integrada, a inteligência artificial também ganha espaço nos canais de atendimento e relacionamento com o cliente. Ferramentas baseadas em dados permitem respostas mais ágeis, personalização de ofertas e interações mais precisas, contribuindo para uma experiência consistente que vai além do produto e reforça a percepção de valor da marca.

Com formulações mais limpas e produções mais sofisticadas, que equilibram desempenho nutricional e experiência sensorial, o avanço da tecnologia no setor revela uma indústria em constante adaptação a um mercado em que inovação e qualidade precisam caminhar lado a lado.

Sobre a Anuga Select Brazil

A Anuga Select Brazil é o principal ponto de encontro da indústria de alimentos e bebidas na América Latina. Um espaço onde marcas, compradores e especialistas nacionais e internacionais se conectam para gerar negócios, explorar tendências, descobrir inovações e fortalecer relações estratégicas. Com rodadas de negócios qualificadas, conteúdo relevante e visibilidade global, o evento transforma oportunidades em resultados concretos, posicionando as marcas no centro do mercado e do futuro do setor.