

# Receitas inovadoras

Para conquistar espaço no mercado, Alibra desenvolve novos ingredientes para a indústria alimentícia

Yuri Vasconcelos

**M**esmo quem nunca ouviu falar da Alibra Ingredientes já pode ter consumido alguns dos produtos dessa empresa 100% nacional. Criada em 2000, com sede em Campinas (SP), ela fornece aditivos, derivados lácteos e misturas alimentícias em pó para indústrias de alimentos e bebidas, entre elas Nestlé, Vigor, Bunge, Mococa e Nissin Ajinomoto. Seu portfólio tem mais de 600 itens de ingredientes usados na fabricação de sorvetes, pães, biscoitos, laticínios, pizzas e molhos. O carro-chefe são os compostos lácteos formulados a partir do soro do leite. Há também uma linha de alimentos prontos vendida em supermercados e para atacadistas, como achocolatados, farinha láctea e cereais em pó, e um conjunto de produtos destinados a cozinhas industriais, restaurantes e empresas de refeições coletivas (aviação ou hospitais), como alimentos semiprontos e ingredientes para preparação de pratos doces e salgados.

A história da empresa, fundada por ex-alunos do curso de Engenharia de Alimentos na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), é marcada pelo pioneirismo. A Alibra foi a primeira indústria nacional a fabricar, em 2009, um alimento análogo ao queijo, com as mesmas características físicas e sensoriais do laticínio, mas cuja matéria-prima usada na formula-

Placa para análise microbiológica, no laboratório da empresa

Os sócios Roberto e Humberto, a partir da esquerda, e funcionárias do centro de P&D, em Campinas



## EMPRESA

### ALIBRA

Centros de P&D  
Campinas (SP) e  
Marechal Rondon (PR)

Nº de funcionários  
220

**Principais produtos**  
Ingredientes para as  
indústrias de laticínios,  
biscoitos e pizzas, além  
de produtos prontos  
como achocolatados e  
cereais em pó

ção não é o leite. “Existem empresas que vendem um produto semelhante, mas que usam na sua formulação matérias-primas tradicionais, como o próprio queijo. Dominamos a técnica de fabricação do análogo a partir de proteínas lácteas funcionais, amidos especiais de milho ou mandioca e gorduras vegetais”, explica o diretor-presidente Humberto Salvador Afonso, um dos criadores da empresa.

O queijo análogo foi elaborado para substituir parcial ou totalmente os queijos tradicionais. De acordo com Afonso, ele tem as mesmas características dos queijos e valor nutricional equivalente, mas custa até 20% menos. “O análogo substitui satisfatoriamente a muçarela e é um item importante de nossa linha *food service*. Fizemos pesquisa, importamos equipamentos e levamos cinco anos para desenvolver sua formulação. O resultado é um alimento inovador e não

dependente de ingredientes puramente lácteos”, diz o diretor-presidente da Alibra. O queijo análogo é usado principalmente em pizzas e na fabricação de alimentos pré-prontos, como salgadinhos recheados de queijo.

No ano passado, a empresa saiu na frente de suas concorrentes ao desenvolver o primeiro óleo em pó do país, uma opção para indústrias que buscam ingredientes ricos em ácidos graxos essenciais. E, mais recentemente, inovou ao elaborar uma linha de sorvetes fortificados, formulados com nanopartículas de ferro e vitamina C. “Lançamos um lote experimental em 23 de setembro, o dia do sorvete, para chamar a atenção da indústria de gelados para a importância de uma alimentação saudável”, explica Afonso.

Em um mercado pulverizado e com tantos competidores como o de ingredientes e produtos alimentícios, a mar-

ca Alibra é praticamente desconhecida do consumidor. “A população não sabe quem são os fabricantes de ingredientes. Mas temos 900 clientes pelo Brasil e apostamos na inovação para nos diferenciar. Essa é a nossa fortaleza”, diz. Segundo Afonso, o que diferencia a empresa é a busca constante pela inovação e pelo desenvolvimento de produtos com alto valor tecnológico.



**1** Preparação e testes de novos ingredientes

**2** Produtos da empresa preparados para análise de proteínas

**3** Experimento com destilador de nitrogênio para preparo de amostras



A empresa tem dois centros de pesquisa e desenvolvimento (P&D), um em Campinas e outro em sua unidade fabril de Marechal Cândido Rondon, no interior do Paraná. Ao todo, 10 pessoas trabalham neles. Cerca de 1% do faturamento, que em 2015 deve atingir R\$ 150 milhões, é investido por ano em atividades de P&D, seja no desenvolvimento de produtos, na compra de equipamentos ou na montagem de laboratórios. “Planejamos instalar em Campinas um equipamento UHT [Ultra High Temperature], que faz a esterilização de vários produtos. É uma tecnologia importante e que

vai tornar mais eficaz a criação de novos produtos”, acredita o diretor executivo Roberto Stefanini, sócio-fundador da Alibra, responsável pela área de P&D.

Ele explica que, para responder à demanda de seus clientes por novos produtos, a empresa recorre sempre à inovação. “Não fazemos pesquisa pura em nossos laboratórios, mas desenvolvemos soluções sob medida. Realizamos projetos especiais com foco em formulações personalizadas para atender às necessidades de aplicação de cada cliente. Nosso objetivo final é que o produto adquira as características desejadas”, diz Stefanini.

Essas soluções customizadas podem se materializar, por exemplo, em um novo aditivo que torne um alimento mais estável ou em um ingrediente que altere a formulação original do produto do cliente, deixando-o mais viscoso.

#### INSTITUIÇÕES QUE FORMARAM OS PESQUISADORES DA EMPRESA

Humberto Salvador Afonso, engenheiro de alimentos, diretor-presidente da empresa	Universidade Estadual de Campinas (Unicamp): graduação Fundação Getulio Vargas: mestrado
Roberto Stefanini, engenheiro de alimentos e diretor executivo	Unicamp: graduação Fundação Armando Álvares Penteado (Faap): mestrado
Gisela Alvarado, engenheira de alimentos e gerente de Qualidade	Unicamp: graduação e mestrado
Dolores Lustoza, engenheira química e gerente técnica da área de Laticínios	Faculdades Oswaldo Cruz: graduação
Mariane de Oliveira Balles, engenheira de alimentos e coordenadora da área de P&D em Campinas (SP)	Unicamp: graduação
Débora Laschi, tecnóloga de alimentos e assistente técnica da área de Gelados	Faculdade de Tecnologia Termomecânica: graduação Universidade São Judas Tadeu: pós-graduação em Gestão da Qualidade na Indústria de Alimentos

#### SORO DO LEITE

Os produtos principais da Alibra são os compostos e as misturas lácteas fabricadas com soro de leite e gorduras vegetais ou lácteas. O soro é um coproduto da fabricação do queijo e, até 10 anos atrás, era descartado pelas queijarias ou usado para alimentar porcos. O produto tem 6,5% de material sólido, principalmente lactose, sais minerais e proteínas não coaguladas na formação do queijo, como as lacto-albúminas e as lacto-globulinas. A Alibra recebe das queijarias o soro pré-tratado e concentrado, com um teor de sólidos em torno de 65%. Com amplo domínio da técnica de secagem, a empresa transforma esse soro em um concentrado à base de pó. Nesse processo, o produto, em sua forma líquida,



## Nanoencapsular partículas de ferro e vitamina C previne sabores ruins e torna o sorvete mais saboroso e nutritivo, além de preservar melhor o aroma

é colocado em torres de secagem para eliminar a água existente no concentrado (35% do total).

O soro em pó resultante é usado para a fabricação de compostos e misturas lácteas. As diferenças entre esses dois ingredientes estão no teor de proteínas, que está abaixo de 9% nas misturas, e na presença de leite em pó na formulação exclusiva dos compostos. “Os dois, compostos e misturas lácteas, são matéria-prima para a fabricação de sorvetes, pães, biscoitos e massas. Também comercializamos diretamente para os clientes o concentrado do soro em pó”, diz Stefanini. A Alibra vende como produto final os compostos lácteos adoçados em pó Merilú e Nutrisim, marcas próprias, que contêm em sua fórmula proteínas de leite associadas a carboidratos, vitaminas e gordura. Para ser consumido, basta que sejam misturados com água, como ocorre com os leites em pó tradicionais. A Nestlé possui um composto lácteo similar, vendido na região Nordeste com a marca Ideal.

Outro produto da empresa que tem um processo de fabricação similar ao concentrado de soro é o óleo em pó, lançado em 2015, que utiliza a tecnologia de produção *spray dryer*. Trata-se de um processo usado em torres de secagem que transforma ingredientes líquidos em pó. Além de ter alto valor nutritivo e energético, o óleo em pó apresenta vantagens como facilidade de armazenamento, manuseio e transporte. Ele é comercializado para a indústria de alimentação enteral, indicada para pacientes com dificuldades de ingestão de alimentos na forma líquida ou em pó pela boca, e para empresas de nutrição animal e fabricantes de suplementos para atletas e produtos naturais.

### AQUISIÇÃO ESTRATÉGICA

Em 2015, a fim de fortalecer sua presença no mercado, a Alibra adquiriu o controle da Genkor, especializada na fabricação de microingredientes (corantes, estabilizantes, espessantes, emulsificantes). A compra fez parte de um investimento

de R\$ 23 milhões feito pela Alibra nos dois últimos anos para diversificar sua atuação. Com a aquisição, a Genkor virou uma unidade de negócios da Alibra. “As duas empresas tinham produtos complementares e algumas parcerias em atividades das áreas técnicas e comerciais. Sempre existiu o desejo de realizar a fusão e havia boas perspectivas com a incorporação”, afirma Afonso. Genkor e Alibra integram o mesmo conglomerado, o Grupo Káiros, formado por 10 empresas do setor alimentício e controlado por Afonso.

E foi outra empresa do Káiros, que, em certa medida, inspirou a Alibra a lançar seu picolé fortificado em setembro do ano passado. Especializada na elaboração de ingredientes em escala nanométrica, a divisão Funcional Mikron da Ultrapan repassou à Alibra o conhecimento necessário para que ela criasse os picolés com nanopartículas de ferro e vitamina C. “O nanoencapsulamento dos elementos fortificantes previne sabores negativos, deixando o produto nutritivo e saboroso. Outras características sensoriais, como aroma, cor e sensação na boca, também são preservadas”, explica a tecnóloga de alimentos Debora Laschi, assistente técnica da área de Gelados. “Com essa inovação, a intenção da Alibra não é criar uma linha de picolés fortificados, mas vender o sistema nutricional encapsulado para fabricantes de sorvetes.” ■