

## Duas Rodas: competitividade e dinamismo

**Fundada em 1925, a Duas Rodas Industrial, chamada na época de sua fundação de Rudolph Hufenüssler Fábrica de Essências, foi a primeira produtora de óleos essenciais do Brasil. Hoje, a Duas Rodas é uma das maiores produtoras de matérias-primas para a indústria de alimentos da América Latina. Suas cinco divisões de atuação - Aromas, Condimentos e Aditivos, Produtos para Sorvetes, Agroindustrial e Soluções Integradas - trabalham com tecnologia de ponta e profissionais especializados para fabricar mais de 3.000 produtos, que atendem aos diversos segmentos alimentícios.**



Em entrevista exclusiva à revista Food Ingredients Brasil, o diretor superintendente da Duas Rodas Industrial, Leonardo Zipf, fala sobre a evolução da empresa nestes 83 anos de fundação, faz uma análise do mercado alimentício e das tendências deste setor, e fala sobre as próximas novidades da Duas Rodas para o futuro.

**Revista Food Ingredients Brasil - Como nasceu a Duas Rodas? Quais os seus objetivos dentro do mercado alimentício?**

**Leonardo Zipf** - A Duas Rodas nasceu do sonho de um casal de imigrantes alemães, Rudolph e

Hildegard Hufenüssler, que vieram para o Brasil com o objetivo de construir uma fábrica de extratos e essências e que, em 1925, iniciaram a fabricação de óleos essenciais. Uma das principais características destes dois imigrantes era o empreendedorismo. Fazemos questão de cultivar essa característica em todos os níveis de nossa empresa. Hoje, apesar de estar próxima de completar 83 anos, a Duas Rodas possui um perfil moderno e dinâmico; nos orgulhamos de possuir 13.000 clientes em mais de 25 países, conquistados durante estas oito décadas. Temos clientes que

há mais de 80 anos são nossos parceiros, outros há um ano. Nosso desafio é fidelizá-los para que sejamos a marca do coração e que em todo o momento em que a empresa pensar em uma casa de aromas, em um produto para sorvete ou em um bom condimento, que ele pense em apenas uma marca, a Duas Rodas.

**Revista Food Ingredients Brasil - O senhor poderia nos fornecer um breve relato sobre a evolução da Duas Rodas, desde a sua fundação até os dias atuais?**

**Leonardo Zipf** - Com qua-

se 83 anos de mercado, a Duas Rodas adequou-se rapidamente às necessidades de cada ciclo do mercado consumidor, ações que garantem solidez e longevidade à empresa.

Desde 1994, a empresa passa por um novo ciclo de crescimento, fruto de planos quadrienais bem estruturados, baseados em uma nova distribuição de produtos, um novo perfil da área comercial, lançamento de produtos, expansões fabris, aquisições e investimentos em tecnologia e capital intelectual.

**Revista Food Ingredients Brasil** - Como a Duas Rodas está estruturada atualmente? Quais unidades compõem a empresa?

**Leonardo Zipf** - A matriz da empresa está localizada em Jaraguá do Sul, SC. Temos unidades em Estância, SE, e vamos inaugurar nos próximos meses uma unidade em Manaus, AM.

Além disso, possuímos uma unidade produtiva na Argentina e outra no Chile, bem como escritórios de representação com laboratórios de aplicação no México e Peru.

Nossos produtos são exportados para mais de 25 países da América do Norte, Europa, África e Ásia.

**Revista Food Ingredients Brasil** - Quais são os mercados de atuação da Duas Rodas? Qual é o seu mercado-chave?

**Leonardo Zipf** - Como trabalhamos com cinco divisões de produtos, atendemos a praticamente todos os segmentos da indústria de alimentos. Temos uma excelente participação nas divisões de aromas, sorvetes e flocos de frutas. Mas, destacaria a divisão de Aromas, onde temos um percentual muito grande de ingredientes dentro das indústrias de doces, salgados e bebidas.

**Revista Food Ingredients**

**Brasil** - Quantos são e quais são os produtos disponibilizados pela empresa para o mercado de alimentos?

**Leonardo Zipf** - Atualmente, são cerca de 3.000 itens (considerando todas as divisões que são: Aromas, Produtos para Sorvetes, Condimentos e Aditivos, Agroin-

**Apesar de estar próxima de completar 83 anos, a Duas Rodas possui um perfil moderno e dinâmico; nos orgulhamos de possuir 13.000 clientes em mais de 25 países, conquistados durante estas oito décadas. Temos clientes que há mais de 80 anos são nossos parceiros.**

dustrial e Soluções Integradas). Além disso, cerca de 1.200 produtos são desenvolvidos anualmente visando a mercados futuros da indústria de alimentos.

**Revista Food Ingredients Brasil** - Como o senhor avalia o mercado alimentício do ponto de vista industrial? Como a Duas Rodas está inserida nesse mercado?

**Leonardo Zipf** - O mercado de alimentos é altamente competitivo e está em constante processo de desenvolvimento e atualização. As tendências de consumo refletem diretamente nas empresas e estas precisam estar preparadas para atender a esta demanda.

Para acompanhar a evolução da indústria alimentícia, é necessário que os fabricantes de ingredientes

estejam preparados para auxiliar os fabricantes dos diversos segmentos de alimentos e bebidas.

A Duas Rodas está atenta a esta necessidade e investe em tecnologia, capacita seus profissionais e antecipa as tendências para garantir que as expectativas de nossos clientes sejam superadas.

**Revista Food Ingredients Brasil** - Qual a posição da Duas Rodas com relação ao mercado externo?

**Leonardo Zipf** - A Duas Rodas optou pelo crescimento e vai continuar ampliando seu processo de internacionalização. Nossa meta é alcançar a liderança na América Latina, um desafio que requer um plano consistente de expansão nos principais clientes do Brasil, Argentina, Chile e um grande salto no México e Colômbia. Para alcançar essa liderança, fizemos um planejamento que envolve entre outras ações, a aquisição de fábricas, lançamento de novos produtos, estruturação de atendimento comercial, técnico e logístico.

**Revista Food Ingredients Brasil** - Como a Duas Rodas trabalha a questão do desenvolvimento e tecnologia?

**Leonardo Zipf** - Estudamos os movimentos e necessidades dos consumidores e das indústrias de alimentos, desenvolvendo soluções para as necessidades atuais e futuras. Estamos sempre avançados em relação ao mercado consumidor. Isto nos torna muito dinâmicos e atualizados. Nossa equipe de marketing trabalha em conjunto com as áreas de desenvolvimento e aplicações para visualizar o público-alvo e criar uma estratégia mercadológica. Já levamos para o cliente propostas completas, com degustação para o consumidor, possibilidades de aplicações, embalagem, rotu-

lação, sabor e conceito mercadológico.

**Revista Food Ingredients Brasil** - Qual a política de qualidade aplicada pela Duas Rodas em seus produtos?

**Leonardo Zipf** - Todos os produtos da Duas Rodas passam por um criterioso conjunto de pesquisas, testes e análises até serem aprovados para a comercialização. Possuímos a ISO 9001 e a ISO 14001, além de adotarmos uma série de medidas como as BPFs (Boas Práticas de Fabricação), APPCC (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle) e procedimentos rigorosos de higiene e limpeza.

O foco no cliente, a qualidade assegurada dos produtos e processos, o treinamento, a conscientização, o comprometimento dos colaboradores e a gestão dos processos por meio de medição e monitoramento de indicadores de performance para melhoria contínua são a base de êxito do sistema de gestão da qualidade da Duas Rodas.

**Revista Food Ingredients Brasil** - Atualmente, a indústria nacional tem voltado sua atenção para os alimentos funcionais. Qual a sua opinião sobre o potencial desse mercado?

**Leonardo Zipf** - Com a crescente consciência por parte dos consumidores em relação a sua alimentação, procurando ingerir alimentos que proporcionem mais saúde e bem-estar, os funcionais deixaram de ser um nicho de mercado e se tornaram um novo segmento dentro do mercado de alimentos, conquistando espaço dos produtos tradicionais e com amplas possibilidades de crescimento.

Estima-se que o mercado de alimentos funcionais cresça em todo o mundo 10% ao ano, o que faz com que esse segmento desperte cada vez mais o interesse das indústrias de alimentos, si-

nalizando um mercado de grande potencial tanto em nível mundial quanto Brasil.

O grande desafio das empresas será equacionar as funcionalidades adequadas a cada grupo consumidor, enquadrando-as dentro dos custos que os consumidores podem pagar, dos hábitos de consumo e

**O mercado de alimentos é altamente competitivo e está em constante processo de desenvolvimento e atualização. As tendências de consumo refletem diretamente nas empresas e estas precisam estar preparadas para atender a esta demanda.**

com sabores apreciados.

**Revista Food Ingredients Brasil** - A Duas Rodas possui algum produto na linha de funcionais? Quais os projetos da empresa com relação a esse mercado?

**Leonardo Zipf** - Nosso foco mantém-se nas tecnologias para obtenção de sabores, que são essenciais nos produtos funcionais; também é necessário equilibrar a adição de novos ingredientes em formulações estáveis, de texturas agradáveis e de sabores muito bem aceitos pelos consumidores.

Além disto, dentre as tecnologias que a Duas Rodas desenvolve, surgem alguns produtos funcionais específicos:

- Extratos naturais, aromáticos ou com princípios ativos standari-

zados, ricos em antioxidantes, por exemplo. Produzidos de acordo com normas internacionais de segurança, garantem a qualidade total dos ingredientes utilizados no produto final e a padronização em princípios ativos; açai, guaraná, mate e café verde fazem parte deste portfólio.

- Desidratados com alto teor de fibras e manutenção de princípios ativos da fruta, como vitamina C natural no desidratado de acerola.

**Revista Food Ingredients Brasil** - Quais as novidades da Duas Rodas para o ano de 2008? E para os próximos anos?

**Leonardo Zipf** - A Duas Rodas concentra seus esforços no desenvolvimento e aplicação de tecnologias para obtenção de aromas e ingredientes que possibilitem às indústrias de alimentos produtos finais balanceados em sabor e textura.

Dentre as novidades que seguem as tendências mundiais de alimentos e bebidas, podemos destacar uma nova geração de aromas focados na saudabilidade, a linha **LevSal**, que engloba aromas com redução de sódio para aplicação em *snacks*. Estes ingredientes reduzem significativamente o sódio nos salgadinhos, possibilitando o atendimento a um nicho de consumidores que buscam reduzir o consumo de sódio em suas dietas.

Já na linha de refrigerantes, estamos concentrados em soluções integradas que permitam às indústrias processadoras de carne agregar valor em produtos cada vez mais convenientes para o consumidor.

A Duas Rodas está preparando-se para saltos mais arrojados na América Latina. É uma empresa de oito décadas, que se reinventa, mantendo-se moderna, dinâmica e pronta para desafios, sem perder de vista os valores que a trouxeram até aqui. ■