DÖHLER - FOCO EM PRODUTOS E SOLUÇÕES PARA O MERCADO DE BEBIDAS, LÁCTEOS E ALIMENTOS

"O Grupo Döhler trabalha em mais de 130 países no mundo e tem 19 centros de produção e 21 centros de aplicação. E com um foco significativo na área de P&D pode ser considerado líder mundial neste mercado".

Presente em mais de 130 países, a Döhler iniciou suas atividades no Brasil em 1995, e desde então, vêm oferecendo eficiência e agilidade em produtos e soluções para o mercado de bebidas, lácteos e alimentos. Para falar sobre a atuação da empresa no Brasil e sobre o mercado de alimentos e bebidas, a revista Food Ingredients Brasil entrevistou, com exclusividade, Martin Tolksdorf, diretor da Döhler América Latina.

Revista Food Ingredients Brasil (FiB) - *O senhor pode nos dar um breve relato sobre a história e objetivos da Döhler?*

Martin Tolksdorf - Desde 1995, a Döhler está trabalhando no mercado brasileiro com foco em produtos e soluções para o mercado de bebidas, lácteos e alimentos. Nosso portfólio inclui sucos, purês, sucos concentrados, aromas e emulsões, ingredientes funcionais, corantes naturais, edulcorantes, preparados de frutas, *blends*, extratos de malte e cereais.

Em 2008, inauguramos uma nova fábrica em Limeira, SP, que funciona como um centro de desenvolvimento e produção para o mercado. Além de uma equipe de profissionais altamente qualificados, a fábrica possui tecnologias modernas para produzir dentro das exigências do mercado e de nossos clientes.

A Döhler continua investindo nas capacidades das pessoas e em tecnologias para acompanhar os futuros projetos.

FiB - *Qual a atuação da Döhler a nível mundial e, especificamente, no Brasil?*

Martin Tolksdorf - O Grupo Döhler trabalha em mais de 130 países no mundo e tem 19 centros de produção e 21 centros de aplicação. E com um foco significativo na área de P&D pode ser considerado líder mundial neste mercado.

FiB - *Como a Döhler está estruturada atualmente? Quais unidades compõem a empresa?*

Martin Tolksdorf - Para atender nossos clientes de uma forma eficiente e ágil, organizamos nossos recursos próximos dos mercados e suas exigências. Nossos processos consideram o cliente como o centro de nossas atividades. As unidades organizacionais da empresa se orientam neste sentido. Dentro da área comercial trabalhamos com foco em nossos grupos de produtos (*Business Units*).

FiB - *Qual a proposta da Döhler para o mercado brasileiro?*

Martin Tolksdorf - Gerar ideias inteligentes, desenvolver produtos vencedores e fornecer ingredientes confiáveis, além de apresentar soluções integradas que auxiliam nossos clientes a reduzir custos e otimizar seu processo produtivo de uma maneira simples e conveniente.

FiB - *A Döhler possui forte atuação no mercado de bebidas. Como tem sido a evolução desse mercado? Qual o potencial de crescimento do mercado de bebidas no Brasil?*

Martin Tolksdorf - O mercado demonstrou uma grande agilidade durante os últimos anos. Novos segmentos apareceram como, por exemplo, Energy Drink, alguns segmentos tradicionais como sucos e néctares cresceram rápido, e novas empresas conseguiram se estabelecer no mercado.

Pesquisas demonstram que a forte movimentação no mercado nos últimos anos permanecerá no futuro. Por isso, nossos investimentos e planos estão desenhados para acompanhar estas expectativas.

FiB - *Como a Döhler tem contribuído para o desenvolvimento do setor de bebidas?*

Martin Tolksdorf - A alta qualidade de nossos produtos e a criatividade e capacidade para desenvolver e realizar novos conceitos nos permitiu participar com sucesso no crescimento do mercado nos últimos anos.

Nosso foco vai continuar em novos produtos com qualidade, matérias-primas naturais, como sucos, cores, ingredientes funcionais e aromas, são os pilares das futuras inovações.

FiB - *Qual é a importância do mercado brasileiro para as atividades globais da Döhler?*

Martin Tolksdorf - O Brasil provou durante os últimos anos que possui um mercado local promissor e nossos investimentos atuais e futuros demonstram nossa convicção que isso vai continuar. Além de nossas atividades para o mercado, o país oferece uma fonte de matérias-primas interessante para as atividades do Grupo, como por exemplo, sucos tropicais.

FiB - *Qual a visão da Döhler com relação ao desenvolvimento de novos produtos e, também, de novos mercados?*

Martin Tolksdorf - Como o consumidor sempre tem interesse em experimentar novos produtos com diferentes sabores e funcionalidade, por exemplo, nós continuaremos a trabalhar nas inovações. Próximo dos mercados e seus consumidores, nós trabalhamos junto com nossos clientes para realizar essas ideias e exigências. Porém, não podemos esquecer o trabalho nos segmentos e produtos tradicionais, os quais passam por mudanças econômicas e legislativas de vez em quando e pedem soluções técnicas e comerciais para continuar com sucesso no mercado.

"A alta qualidade de nossos produtos e a criatividade e capacidade para desenvolver e realizar novos conceitos nos permitiu participar com sucesso no crescimento do mercado nos últimos anos".

FiB - *Como a Döhler trabalha a questão do desenvolvimento e tecnologia?*

Martin Tolksdorf - Uma parte significativa de nossos investimentos é dedicada para P&D e tecnologias. Isso inclui a qualificação e treinamento de nossos profissionais e também com investimentos em ativos da empresa. Durante os últimos anos conseguimos instalar tecnologias de última geração aqui no Brasil que garantem alta qualidade e a competitividade de nossos produtos agora e no futuro.

FiB - *Qual o balanço da Döhler para o ano de 2012? Quais as expectativas para o próximo ano?*

Martin Tolksdorf - Em 2012, continuamos a aumentar nossa participação no mercado brasileiro através dos sucessos de nossos clientes e suas marcas e produtos. Nós estamos bem preparados para enfrentar os desafios que virão pela frente e acreditamos num crescimento saudável do mercado brasileiro que acontecerá em 2013.