

## GIVAUDAN: LIDERANÇA EM INOVAÇÃO SENSORIAL

**“Do ponto de vista dos últimos anos, em um contexto mais amplo, o mercado de ingredientes passou por um processo significativo de mudanças que considero uma verdadeira revolução. Especificamente o mercado de ingredientes e aromas passa por uma clara evolução em todos os sistemas de gestão, não só de pessoas, mas também de oportunidades e sistemas.”**



Com mais de dois séculos de história na indústria de aromas e fragrâncias, a Givaudan é a empresa líder de aromas e fragrâncias no mundo. Presente no Brasil desde 1927, a Givaudan guia-se pela sua Plataforma de Inovação Sensorial, que reflete como deseja ser percebida no mercado, por clientes do mundo todo. Para falar mais sobre a empresa e sua atuação no Brasil e no mundo, a revista Food Ingredients Brasil entrevistou, com exclusividade, Mauro Patrus, diretor comercial da Givaudan do Brasil.

**Revista Food Ingredients Brasil (FiB) -** *Fale-nos sobre sua trajetória e relação com a Givaudan.*

**Mauro Patrus** - Iniciei minha trajetória profissional na Givaudan em Setembro de 2006, portanto há incompletos 04 anos, e hoje sou responsável pela liderança da organização comercial no Brasil. Minha carreira profissional antes desta etapa foi construída em grandes empresas de produtos de consumo, portanto, operações voltadas para o consumidor final. Há quatro anos, quando

me juntei ao time Givaudan, isto representou um grande desafio, tendo em vista a significativa transição de um negócio *Business to Consumer* para o “trabalho de bastidores” do mercado *Business to Business*. Neste contexto, tivemos ainda a compra e integração total da operação Quest, consolidando nossa liderança e efetiva participação no mercado brasileiro. Com tudo isso, a minha experiência e conhecimento do varejo brasileiro associado ao foco em produtos e consumidores finais foram fundamentais para garantir uma rápida adaptação ao negócio de ingredientes. Hoje, como diretor comercial da Givaudan do Brasil, utilizo meus conhecimentos de varejo e gestão de pessoas para liderar a operação comercial, que inclui não somente a área de vendas, mas também marketing, sensorial e grupo técnico.

**FiB** - *Poderia tecer um breve histórico da Givaudan no Brasil e na América do Sul?*

**Mauro Patrus** - A Givaudan possui mais de dois séculos de história na indústria de aromas e fragrâncias, tendo começado como uma empresa de perfumaria quando Leon

Givaudan se estabeleceu em Vernier, nos arredores de Genebra.

A empresa como a conhecemos hoje é resultado de 25 aquisições bem sucedidas que ampliaram e aprofundaram o conhecimento do negócio. Muitas das empresas que compõe a atual Givaudan tinham especificidades diversas, de óleos essenciais a sistemas de entrega e habilidades culinárias. O fruto deste vasto conhecimento é o que faz da Givaudan o que ela é hoje.

Em 2007, a Givaudan adquiriu a Quest e tornou-se a maior empresa de aromas & fragrâncias do mundo, sendo responsável por 25% do *market share* global da indústria.

Hoje, a divisão de aromas da Givaudan está presente em 46 países, o que permite que a empresa ofereça o melhor serviço e conte com milhares de especialistas locais ao redor do mundo. O conhecimento dos gostos e dos aromas locais é fundamental para assegurar que o desenvolvimento do produto seja feito de acordo com o desejo e preferência do consumidor.

No Brasil, a Givaudan tem uma longa tradição no mercado e foi fundada em 1927 sob o nome de Givaudan Brazilian Company. Em 1949, a empresa abriu o primeiro escritório e 30 anos mais tarde iniciou as operações no complexo industrial no bairro do Jaguaré, onde permanece até hoje.

**FiB** - Qual é a sua visão do comportamento do mercado de ingredientes nos últimos anos?

**Mauro Patrus** - Durante 2009 o mercado de ingredientes esteve bastante aquecido devido a recuperação consistente da economia global e pela forma como o Brasil e seu consumo interno se comportaram neste período turbulento.

Do ponto de vista dos últimos anos, em um contexto mais amplo, o mercado de ingredientes passou por um processo significativo de mudanças que considero uma verdadeira revo-

lução. Especificamente o mercado de ingredientes e aromas passa por uma clara evolução em todos os sistemas de gestão, não só de pessoas, mas também de oportunidades e sistemas. Além disso, é clara a mudança das empresas de consumo na busca constante de efetividade e assertividade. Neste contexto, o entendimento do consumidor, suas necessidades e características, o entendimento das tendências de consumo alinhado a uma consistente pesquisa sensorial tem revolucionado nosso segmento. Nesta área, a Givaudan tem importantes programas e plataformas

**“A Givaudan tem um dos maiores portfólios de aromas da indústria e essa grande variedade permite oferecer, ao consumidor, inovação e experiência com aromas únicos que trazem resultados relevantes para a indústria de alimentos e bebidas.”**

de trabalho para desenvolvimento de sabores únicos e com clara diferenciação. Em última instância o mercado de aromas tem revolucionado sua atuação com a criação de uma nova fronteira: as sensações.

**FiB** - Como a Givaudan participa neste mercado?

**Mauro Patrus** - A Givaudan é a empresa líder de aromas e fragrâncias no mundo, com uma participação de 25% do *market share* global. Os negócios da divisão de aromas representam 54% dos negócios globais e no Brasil esta participação é de 46% do total do negócio, atendendo um vasta gama de clientes em todos os segmentos de alimentos - salgados, doces, forneados, confeitos - e bebidas alcoólicas e não alcoólicas.

A Givaudan tem um dos maiores portfólios de aromas da indústria e essa grande variedade permite oferecer, ao consumidor, inovação e experiência com aromas únicos que trazem resultados relevantes para a indústria de alimentos e bebidas.

O portfólio atual da Givaudan consiste nas seguintes plataformas: **TasteEssentials™**: paletes de aromas com o que há de mais moderno em tecnologia para satisfazer o apelo do consumidor.

**TasteSolutions™**: mascaradores de sabor de ótimo desempenho desenvolvidos através do conhecimento abrangente dos especialistas técnicos, visando o futuro. Por exemplo: aumento da percepção do sal em produtos com baixo teor de sódio; ou melhoria na percepção do doce em produtos com pequeno teor de açúcar e eliminação do sabor residual nos adoçantes.

**ByNature™**: uma gama ampla de aromas naturais com o suporte da área de assuntos regulatórios.

**PureDelivery™**: sistemas de desenvolvimento de aromas e sabores que protegem as características dos aromas, controlando a liberação do sabor e promovendo experiências multi-sensoriais.

**Collections™**: coleção única de aromas com foco nas tendências culinárias e gosto dos consumidores.

**FiB** - Como o senhor vê o desenvolvimento desta área no Brasil e como a Givaudan pode dar sua contribuição?

**Mauro Patrus** - As expectativas para este ano são promissoras, uma vez que os analistas de mercado prevêem uma recuperação importante na área de alimentos, em comparação ao ano passado. Uma das áreas que impulsionou este crescimento é a de saúde e bem-estar, inspirada nas tendências do consumidor brasileiro que quer cuidar do corpo através da perda de peso ou simplesmente ao adotar um estilo de vida mais saudável.

De acordo com este cenário, po-

demos esperar um bom desempenho do negócio de aromas, em virtude da relação deste com o mercado de alimentos e bebidas. Como de costume, a Givaudan contribui para este crescimento, oferecendo inovação e traduzindo as necessidades do consumidor através de experiências sensoriais de aromas e sabores únicos.

**FiB** - *O tema saudabilidade está frequentemente presente nas propostas e projetos no mercado de alimentos. Quais as atividades da Givaudan nesta área?*

**Mauro Patrus** - O mercado de saúde e bem-estar traz uma grande oportunidade para as empresas de alimentos e bebidas, pois está crescendo rapidamente nos últimos anos, fruto da conscientização do consumidor no que diz respeito à sua saúde. Problemas de saúde relacionados aos alimentos que ingerimos geram preocupações crescentes, tanto locais como globalmente, uma vez que os consumidores tendem a desenvolvê-las em longo prazo, incluindo doenças coronárias, hipertensão, diabetes e obesidade.

Atualmente, o mercado de saúde e bem-estar de alimentos e bebidas no Brasil é compreendido por produtos *diet*, *light*, orgânicos e naturais, com uma rentabilidade média de US\$ 3 bilhões e um crescimento anual previsto de 18%, de acordo com a Euromonitor. Isto representa um crescimento significativo, quando comparado aos números tradicionais de alimentos e bebidas, que gira em torno de 5% a 8% por ano.

Criar produtos saudáveis representa um grande desafio, já que o conhecimento que temos para desenvolver tais sabores requer não só um profundo entendimento da percepção fisiológica do aroma, como um conhecimento abrangente de como criar e aplicar um sabor vencedor em alimentos complexos e bebidas.

Gerenciar o ambiente multidimensional "Taste Space" é difícil. O desa-

fio central é a necessidade de redução de açúcar ou sal, adequando os perfis de adoçantes de alta densidade ou aumentando o sabor umami. Entretanto, encontrar um substituto ou fazer uma redução não é simplesmente uma mera substituição. A Givaudan entende e adota uma visão no futuro, focando nos elementos essenciais para o sucesso dos produtos dos clientes. A Givaudan busca oferecer todo o escopo do TasteSolutions™ para o desenvolvimento do aroma, desde a sensação na boca, adstringência, residual, até as interações dos ingre-

**“O mercado de saúde e bem-estar traz uma grande oportunidade para as empresas de alimentos e bebidas, pois está crescendo rapidamente nos últimos anos, fruto da conscientização do consumidor no que diz respeito à sua saúde.”**

dientes para maximizar a experiência sensorial dos consumidores.

A Givaudan trabalha para atender aos vários perfis de consumidores através de uma oferta variada de sabores visando apresentar soluções inovadoras e de alto desempenho.

**FiB** - *Quais foram as últimas inovações apresentadas pela Givaudan ao mercado brasileiro na área de ingredientes?*

**Mauro Patrus** - Uma das últimas inovações apresentadas no Brasil é resultado do nosso programa TasteTrek™ Citrus que corresponde a uma viagem exploratória para identificar aromas naturais que se transformarão em novas tendências e descobrir ingredientes novos, que nunca haviam

sido catalogados anteriormente na natureza. A nova coleção de laranja é resultado da exploração de uma das maiores coleções de frutas cítricas do mundo. Através de uma parceria estratégica com a Universidade da Califórnia, que possui uma excelente coleção de cítricos localizados em Riverside, a Givaudan avaliou e analisou mais de 50 novas variedades de frutas cítricas tanto no próprio "campo" onde são cultivadas, como nos laboratórios. Esta coleção inspiradora do TasteTrek™ Citrus demonstra a rica diversidade e a gama inigualável de aromas de laranja que pode ser disponibilizada às empresas de alimentos e bebidas bem como o investimento considerável da Givaudan na pesquisa de aromas cítricos.

**FiB** - *O senhor pode adiantar aos nossos leitores algo sobre os novos projetos da Givaudan?*

**Mauro Patrus** - A Givaudan está continuamente comprometida com a descoberta de novos ingredientes e tecnologias, fatores que sustentam a criação de novos sabores. Este ano, manteremos o foco nas iniciativas de Menta e Queijo e certamente continuaremos a inovar nos cítricos, um dos aromas que mais atraem os consumidores brasileiros.

**FiB** - *Há algo mais que o senhor gostaria de acrescentar?*

**Mauro Patrus** - A Givaudan mantém a parceria com as empresas líderes do setor de alimentos e bebidas no mundo todo, através da criação de produtos únicos que atendam à preferência dos consumidores e levem suas marcas a obterem sucesso no mercado. Com o aumento da concorrência a nível global, as empresas de alimentos e bebidas precisam inovar constantemente, lançando produtos novos que consigam surpreender os consumidores e ganhar *market share*. A Givaudan está aqui para ajudar nisso.