

economia

CEO da Fruki quer levar marca a novos estados

Depois de consolidação no RS e em SC, empresária diz já ter iniciado prospecção de mercado em São Paulo e Paraná

/INDÚSTRIA

Ana Stobbe

ana.stobbe@jcrs.com.br

Consolidada entre as principais marcas gaúchas, a Fruki tem expandido sua atuação nos últimos anos. Além de lançar novos produtos, como sucos, energéticos e sabores diferenciados dos tradicionais refrigerantes, a empresa investe em prospectar novos mercados. Hoje, seus rótulos podem ser encontrados no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, mas a perspectiva futura é de que eles sejam levados a outros estados, como o Paraná e São Paulo.

É o que afirma Aline Eggers, CEO da Fruki, que concedeu entrevista exclusiva ao **Jornal do Comércio** antes de palestrar no evento Lideranças e Perspectivas, promovido pela Escola de Negócios da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Pucrs) na noite de quarta-feira.

Para a executiva, a indústria do Vale do Taquari tem crescido a partir da cooperação entre empresas. E a marca gerida pela empresária também apresenta expansão própria.

Jornal do Comércio – Em entrevista ao podcast Mapa Econômico do RS, você comentou sobre o desejo de levar a Fruki a outros estados. Isso avançou?

Aline Eggers – Sim, é um dos nossos planos e já está sendo executado. Contratamos um executivo para trabalhar prospectando clientes em São Paulo e no Paraná. Mas isso não acontece de um dia para o outro. É uma longa jornada, sabemos disso. Mas já demos os primeiros passos.

JC – Aqui no Rio Grande do Sul, foi inaugurada uma fábrica na cidade de Paverama em dezembro de 2023, e a Fruki já tinha uma planta industrial em Lajeado. Tem espaço para expansão?

Aline – Sim, já instalamos duas linhas de produção em Paverama. Depois da inauguração, instalamos a segunda. E, em 2026, colocamos uma terceira linha de produção em Lajeado. Tem muita oportunidade ainda no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina. Então, não é só olhar para novos mercados, é melhorar onde já estamos. Porque a Fruki deveria estar em todos os lugares. Só vou estar feliz quando chegar em qualquer lugar e encontrar a Fruki.

JC – O guaraná da Fruki já é uma marca consolidada, mas

você têm investido em lançamentos e expansão das linhas de produtos. Como acontece isso na prática?

Aline – Há alguns anos, a Fruki despertou para um novo momento e compreendeu que precisava estar mais próxima do consumidor, ouvindo seus desejos, necessidades e anseios. Nesse momento, lançamos o Fruki Berga (refrigerante de bergamota). E, a partir dele, lançamos muitas coisas muito rapidamente. No ano passado e no anterior, tivemos o Fruki Lab, que foi um laboratório itinerante e uma forma de estarmos mais próximos dos consumidores com eles opinando sobre formulação de produto.

JC – Como foi essa experiência?

Aline – Mais de 35 mil pessoas passaram pelo projeto e opinaram. Percebemos que a inovação que entrega valor, de fato, no caso de lançamento de produto, precisa estar próxima do consumidor. Porque a gente já teve aquela época em que olhávamos para a nossa capacidade produtiva e refletíamos o que conseguíamos e o que não conseguíamos lançar. Ou o que tínhamos capacidade, conhecimento e habilidade para fazer ou não. Agora, estamos nesse novo momento, de se aproximar do consumidor, ouvi-lo e internalizar isso para ver como atender a essa necessidade. Às vezes, até terceirizando a produção, não só dentro da nossa fábrica.

JC – Quanto os lançamentos representam em termos de faturamento?

Aline – No ano passado, o lançamento dos últimos dois anos chegou a representar 25% do nosso faturamento. Esse ano, deve chegar a 30%. Então, é muito representativo.

JC – Como avalia o ecossistema industrial do Vale do Taquari?

Aline – Vou contar uma pequena historinha de algo que me orgulho muito. Coordeno um arranjo produtivo local de alimentos e be-



Aline Eggers concedeu entrevista exclusiva ao JC antes de palestrar no evento Lideranças e Perspectivas, na Pucrs

vidas no Vale do Taquari (APL Alimentos e Bebidas Vale do Taquari) que reúne mais de 60 empresas com a universidade, os governos municipais e as escolas. Não reúne só empresas, mas, também, fornecedores, incluindo de embalagens e transporte, e clientes. Esse grupo troca muitas experiências em conjunto e as empresas maiores conseguem auxiliar as menores. As dores e os problemas são comuns para todas. É a retenção de talentos, a contratação de bons profissionais, a logística, os custos com os juros muito altos. São desafios que tanto o empresário maior quanto o menor têm. E quando criamos esse ambiente de troca é algo muito bacana, porque dá para contribuir com quem tem menos acesso à informação. Isso cria um ambiente virtuoso. Já ouvi empresários dizerem que é no grupo que encontram coragem para tomar decisões, continuar a investir ou continuar nessa jornada. Grande maioria das empresas que estão no APL hoje estão crescendo, porque umas vão motivando as outras.

JC – Enxerga um crescimento das indústrias da região?

Aline – Existe um crescimento, sim. E não só o crescimento como a atração de empresas. O Vale do Taquari é uma das poucas regiões do Estado que atraiu habitantes após as enchentes. Esse otimismo e, ao mesmo tempo, o fato de conseguir enxergar oportunidades reais estão fazendo com que o empresário continue investindo apesar das inúmeras dificuldades que estão postas. Existe um ambiente propício para que as pessoas continuem olhando com um olhar positivo, tentando encontrar oportunidades e apoiando

uns aos outros.

JC – Inclusive, com produtos sendo lançados em conjunto...

Aline – Sim. Já aparecem colabs (colaborações entre duas ou mais empresas) como a que fizemos com a Sorvebom, que lançou o picolé Fruki Guaraná. A Neugebauer também já fez parceria com a Sorvebom. São várias empresas trabalhando esse olhar para possibilidades em conjunto. Existe uma preocupação com o trabalho em equipe, de senso comum. O Vale se destaca muito por isso e pelo associativismo. Acho que é algo que vem da história da colonização da região.

JC – O Rio Grande do Sul eleger em primeiro turno o próximo governador, Luciano Zucco. O que espera, enquanto empresária do ramo industrial, da nova gestão?

Aline – Em primeiro lugar, uma segurança maior para tomar nossas decisões, isso é muito importante. Estamos esperando que essa agenda (governamental) de fato



Estamos esperando que essa agenda (governamental) de fato contemple assuntos voltados ao desenvolvimento

contemple assuntos voltados ao desenvolvimento à competitividade e um ambiente sadio para que as empresas possam continuar crescendo. Vamos ver se as reformas necessárias vão entrar na agenda. Se vamos ter, de fato, (no nível federal) uma redução dos juros que estão muito altos e são impeditivos hoje para fazermos novos investimentos. Tem muita coisa para ser feita e esperamos que venham boas notícias.



Em 2025, companhia alcançou R\$ 1 bilhão em faturamento