

Empresária larga TI e lança marca de cosméticos com frutas raras de coleção da família



Muita gente acaba trocando a carreira em alguma empresa para empreender, porém, geralmente os negócios seguem a mesma linha de seu know-how. No entanto, a analista de Tecnologia da Informação (TI), Sabrina Sartori, decidiu largar os sistemas de computadores por algo ao ar livre, com a produção de cosméticos com frutas raras. Mas, por que ela decidiria por isso?

Embora ela tivesse seguido a carreira na área da tecnologia, sua família possui há mais de 20 anos uma fazenda com 2.500 tipos diferentes de frutas exóticas, entre elas a pitaia, sapoti e uvaia. Inclusive, seu pai, que é médico, dedicava-se

ao cultivo e na realização de palestras sobre o estudo de suas plantas, que consistem na maior coleção de frutas raras do mundo.

Então, Sabrina se especializou no ramo e lançou em 2013 a Empório Sartori, que fabrica hidratantes e sabonetes líquidos à base da plantação familiar, já com mais de 20 pontos de venda pelo Brasil. Mas o plano é ir além e implantar o Instituto Sartori, um centro de pesquisa dentro do pomar para o desenvolvimento de novos produtos e medicamentos. **Confira a entrevista de A Magia do Mundo dos Negócios com Sabrina Sartori, CEO da Empório Sartori:**

Quais são os números atuais?

Atualmente já recuperamos o valor do investimento inicial e vendemos cerca de 1.500 unidades mensais. Trabalhamos com revendedores e mais de 20 pontos de vendas, com lojas multimarcas nos estados de São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

Quando e como surgiu a ideia do empreendimento?

Por possuir descendência italiana, meus pais sempre valorizaram muito a união familiar e o amor pelo trabalho à terra. E por crescer neste ambiente sempre estive presente desde minha infância, no trabalho de preservação frutífera que meu pai deu início há 20 anos, na propriedade chamada Estância das Frutas, onde ajudei ativamente no plantio dessas árvores das quais constituem a maior coleção de frutas raras do mundo. Hoje nosso pomar possui mais de 2.500 espécies diferentes de frutas, todas comestíveis. Ao entrar na fase adulta eu ingressei no curso de Ciência da Computação, por ter afinidades para controle, sistemas e eficiência, e ao me graduar aos 20 anos já era consultora de tecnologia na IBM. Embora minha carreira estivesse indo muito bem, o interesse em empreender começou a crescer dentro de mim depois de uma reunião familiar da qual havia sido cogitado a interrupção do crescimento do nosso pomar por conta dos custos elevados de manutenção. Esse foi o gatilho para minha decisão. Eu senti a responsabilidade de perder oportunidades futuras de estudar as frutas raras e seus efeitos em cosméticos, remédios e alimentação e a partir deste dia uma semente germinou dentro de mim, e quando me dei conta tinha tomado minha decisão. Iria criar o Empório Sartori, uma empresa de cosméticos à base de frutas raras e dentro de alguns anos criaria o Instituto Sartori, um centro de pesquisa dentro do nosso pomar. Foi a maneira que encontrei de financiar a preservação, dar continuidade no trabalho dos meus

pais e manter a pesquisa científica sempre levando o conhecimento dessas frutas raras para as pessoas.

Quais frutas são essas? Qual é a principal característica de cada uma nos produtos?

Atualmente trabalhamos com três frutas no portfólio:

Pitáia: fruta oriunda do México, muito rica em vitamina A, que ajuda na regeneração da pele, combate os sinais comuns do envelhecimento e normaliza o ressecamento, deixando a pele mais lisa e macia. Também é uma fruta rica em licopeno e antocianina, substâncias que agem como poderosos antioxidantes, além de uma beleza encantadora, sabor refrescante e fragrância delicada.

Sapoti: de origem Antilhana - as ilhas paradisíacas da América Central, é repleta de vitaminas do complexo B e E. A vitamina E age como hidratante e regeneradora da pele. É estimulante de colágeno, aumenta a firmeza e elasticidade, possui propriedades anti-inflamatórias, calmantes e cicatrizantes. É um ingrediente altamente desejável em formulações para rejuvenescer e proteger a pele. Uma fruta de sabor e perfume adocicados que podem ser identificados facilmente.

Uvaia: fruta brasileira e de imensa quantidade de vitamina C, o antioxidante mais conhecido e bem conceituado no meio científico por sua eficácia. Sua ação previne o envelhecimento precoce, estimula a síntese de colágeno, melhora a distribuição da melanina, além de iluminar a pele e promover uma hidratação imediata e contínua. Possui aroma único e marcante.

Quais foram os primeiros passos para implantá-lo? Qual foi o investimento inicial?

O meu primeiro passo foi entrar em um ecossistema empreendedor e me rodear de pessoas com experiências variadas. Em seguida procurei o SEBRAE para me orientar em todas as competências que um empreendedor deve possuir e aplicar para gerenciar seus riscos e aumentar suas chances de sucesso. Participei de palestras, recebi consultorias e realizei vários cursos. Procurei especialização e fiz um MBA em Cosmetologia no qual pude aprender desde conceitos práticos e teóricos sobre a fabricação, química, comercialização e legislação de cosméticos assim como aprendi sobre demonstrações financeiras (balanço, fluxo de caixa, capital de giro, KPI's de eficiência, etc.) e gestão de uma empresa do ramo cosmetólogo em geral. O investimento inicial foi de R\$ 90 mil.

Como ocorre seu desenvolvimento desde a matéria prima?

A parte mais importante do desenvolvimento dos meus cosméticos ocorre bem longe da fábrica. O Empório Sartori faz uso das frutas raras cultivadas no maior pomar de frutas raras do mundo: a Estância das Frutas, o pomar da família Sartori. Estar em contato direto com a terra e com essas frutas raras de vários sabores, perfumes e cores é o que me inspira a criar os meus produtos. Desde minha infância eu já provei inúmeras delas, e com isso sei exatamente onde encontrar cada tipo de aroma neste pomar. Em épocas específicas do ano, nos preparamos para a colheita das frutas que será utilizada na safra de produtos do ano seguinte, assim como os vinhos. Temos que tomar muito cuidado na hora da colheita, pois as frutas precisam estar com o mesmo grau de maturidade para diminuir possíveis efeitos e alterações entre as safras de cada ano, inclusive as safras são colocadas no verso dos nossos cosméticos. A colheita é manual e familiar. Depois de colhidas as frutas, elas são encaminhadas para serem limpas, pesadas, catalogadas e armazenadas a frio. É um imenso trabalho de carinho, plantio, cultivo e colheita desde o pomar até a polpa. Os próximos passos envolvem a extração do aroma e a fabricação da polpa para os produtos nos laboratórios. E a última etapa é a união das matérias primas para o envase. Demais detalhes são segredos do Empório Sartori guardados à sete chaves.

Quais são os planos para o futuro?

Alguns planos podemos revelar, outros serão surpresa, mas o Empório Sartori a curto prazo irá ampliar o portfólio, com lançamentos de novos produtos. A médio prazo, pretendemos investir na formatação de franquias, para conseguir a abrangência nacional e estudar planos de exportação. E a longo prazo vamos criar o Instituto Sartori, um laboratório dentro da preservação, onde as frutas raras poderão ser colhidas e já levadas para análise. Não apenas para cosméticos, mas também para o desenvolvimento de novas fórmulas e descobertas de medicamentos, unindo nosso conhecimento em cosmetologia, fruticultura e medicina. Há um imenso potencial preventivo e curativo nas frutas, incluindo a polpa, casca e sementes.

De onde surgiu o interesse de seu pai, Sergio Sartori, nas frutas exóticas?

Meu pai é médico e sempre orientou seus pacientes a se alimentarem de maneira correta, principalmente no consumo diário de frutas. E com isso, ele

adquiriu uma propriedade no interior do estado de São Paulo e começou a estudar os benefícios das frutas para a saúde e seus poderes preventivos e curativos iniciando seu pequeno pomar de frutas raras. Hoje ele é um dos pesquisadores e colecionadores mais respeitados em nosso país e fora dele também. O sobrenome "Sartori" virou sinônimo de conhecimento em frutas e isso se deve ao meu pai. Meu ídolo está dentro de casa, privilégio de poucos.

Qual é o diferencial de seu negócio?

A escolha por usar as frutas exóticas como diferencial não foi apenas por conta da inovação empresarial. O grande diferencial da nossa empresa é cuidar da natureza e transmitir o conhecimento dessas frutas raras para as pessoas. O empreendedor tem esse dom de trazer seus próprios valores de vida para o negócio, e essa paixão dificilmente pode ser copiada.

O que mudou na sua vida como funcionária de empresa para carreira de empresária?

Absolutamente tudo, mas posso citar três grandes mudanças:

Carga horária: A principal mudança era que no passado eu era funcionária 8 horas por dia e sabia qual seria o meu faturamento no final do mês. Hoje eu sou empreendedora 24x7 e só sei quais serão os meus custos no fim do mês.

Disciplina: Ser empreendedor não é um estilo de vida, a luta é diária, os compromissos são muitos e falhar pode custar muito caro, em todos os aspectos. É importante disciplina principalmente nos horários e divisão de tarefas.

Conhecimento: Na minha jornada empreendedora eu adquiri conhecimentos nas mais variadas áreas nesses últimos anos e jamais pensei que fosse entender de assuntos tão diferentes (administração, cosmetologia, empreendedorismo, etc.). E vi que todo esse conhecimento precisa ser aprendido para aplicação imediata e em tempo real. Ter o controle de uma empresa nas mãos me tornou uma empresária mais preparada.

Qual sua dica para os empreendedores que estão iniciando carreira?

A primeira dica é procurar uma unidade do SEBRAE próxima. Conversar com eles, explicar seus projetos e estar aberto a ouvir suas opiniões. O SEBRAE possui uma rede de networking que é um ativo valioso para quem já tem um

negócio ou quem está começando. A segunda dica é estar à frente do seu produto e ouvir seu cliente. Não terceirize nunca a responsabilidade de entender como o mercado reage ao seu produto e ouvir os feedbacks. E a terceira dica é colocar sua alma no seu produto. O produto deve resumir o que você é, o que sente e quais são seus valores.