

# Sustentabilidade: a Natureza agradece

JACARA COLLAÇO  
FUNDADORA DO IBD

Buscando um espaço no disputado mercado de cosméticos, a Reserva Folio aposta em produtos naturais e orgânicos – estes certificados pela USDA e IBD – para se sobressair.

A orientação ecológica da empresária Simone Valladares, presente desde a adolescência, acabou influenciando sua vida profissional. Ao decidir investir em um projeto que utiliza espécies brasileiras como cupuaçu, castanha-do-Pará e andiroba e outros de modo sustentável, a Reserva Folio produz cosméticos dentro dos parâmetros de responsabilidade social e ambiental.

**A Lavoura** - Por que decidiram apostar no mercado orgânico?

Simone foi ligada à questão naturalista, desde a alimentação até à preservação do meio ambiente. Aos 14 anos eu já estava envolvida em movimentos ecológicos e também já seguia uma alimentação natural. Praticamente possuí toda minha infância, adolescência e juventude dentro de uma fábrica de cosméticos naturais que pertencia à minha família e onde trabalhei há 12 anos.

Por volta de quatro anos atrás comecei a observar o movimento orgânico e verifiquei sua forma rigorosa de tratar as questões do meio ambiente como também da própria qualidade dos produtos oferecidos sob este conceito. A partir daí comecei a pensar na possibilidade de criar um cosmético de qualidade orgânica. Após várias pesquisas, verifiquei que o

mercado orgânico já era bastante desenvolvido na Europa e nos EUA. A partir daí decidi iniciar o desenvolvimento do projeto.

**A Lavoura** - Em termos de negócios: é opção? Eu diria que sim, é um nicho de mercado a ser trabalhado e que se mostra em franco desenvolvimento.

**A Lavoura** - As instalações e os instrumentos tiveram que ser adaptadas à produção orgânica?

As instalações não tiveram que ser alteradas nem os maquinários. Na realidade, alguns ajustes tiveram que ser feitos em termos de estocagem de insumos, material acabado, como também adequação de alguns processos de produção.

**A Lavoura** - Dê um panorama do mercado em que o seu produto está inserido.

Os cosméticos de qualidade orgânica no Brasil ainda são pouco conhecidos, e por isso as pessoas não sabem valorizá-los. Por este mesmo motivo sua conscientização é pequena. Em relação à Europa, EUA e Japão, os cosméticos orgânicos es-



Linha Aromaterápica

tão bastante desenvolvidos e este conceito de produto já é reconhecido.

**A Lavoura** - Tem-se observado opiniões contrárias à certificação; como a Reserva Folio vê esta questão?

A certificação é fundamental para o rigor dentro mercado, principalmente no que diz respeito aos cosméticos. Algumas empresas deste setor já falam que fazem produtos orgânicos sem nem ao menos ter procurado uma certificadora para saber como é tratada a questão. Então vendo o termo Orgânico como se fosse uma "modinha", leio é um verdadeiro suicídio para o segmento. Inclusive, alguns profissionais da área de dermatologia vêm questionando a veracidade de um cosmético deste tipo.

**A Lavoura** - Como é feito o controle de qualidade? O nosso cosmético recebe todos os cuidados de um cosmético tradicional. Temos um químico responsável pelo desenvolvimento das formulações, como também pelo acompanhamento de todo o processo de produção. Eu diria que, pelo próprio fato de ser certificado, ele recebe um rigor ainda maior que o cosmético tradicional, pois para ter um selo deste tipo, é como se tivesse recebendo um selo ISO.

**A Lavoura** - Quais maquinários são permitidos no processo orgânico?

No nosso caso os maquinários são muito semelhantes aos de uma empresa de cosméticos convencional, a grande diferença está nos tipos de matérias-primas. Neste aspecto é que temos um grande desafio, pois hoje no mercado existe uma grande variedade de matérias-primas destinadas aos cosméticos que tenham estas características.

**A Lavoura** - Como superar problemas de logística?

Até hoje não enfrentamos problemas de logística significativos.

**A Lavoura** - Em sua opinião, ainda há pouco informação disponível para o consumidor/consumidor sobre produtos orgânicos? Sim, e por este motivo a introdução dos produtos tem sido difícil, pois além do consumidor não conhecer os diferen-

cias destes produtos, estes apresentam um valor mais alto que o tradicional. Outro aspecto é que o consumidor confunde natural (convencional) com orgânico ou mesmo natural certificado. Assim os consumidores fazem comparações descabidas, principalmente no que diz respeito aos preços. Muitas vezes "alho com legião".

**A Lavoura** - Quais são os principais locais de venda? Pretendem diversificar?

Nosso principal local de vendas são os empórios orgânicos, pois lá estão as pessoas interessadas neste tipo de produto, mas estamos também em farmácias de manipulação e perfumarias finas. Temos interesse, a médio prazo, em abrirmos algumas lojas Reserva Folio. Isto faz parte de um projeto de expansão.

**A Lavoura** - A exportação é a saída para produtos de maior valor agregado?

Hoje, a melhor saída para a expansão da Reserva Folio, ou mesmo para os produtos orgânicos brasileiros, seria através da exportação para Europa, EUA ou Japão. São nestes lugares onde este tipo de mercado já se encontra amadurecido, contudo são lugares onde se encontra uma forte concorrência. É uma briga muito mais acirrada contra estruturas já bastante desenvolvidas.

**A Lavoura** - Como lidar com sazonalidade do produto?

Através de programações de compras que começamos a fazer, observando os períodos de safra e estresse.

**A Lavoura** - Quais os maiores obstáculos no comércio dentro do Brasil?

O maior obstáculo que encontramos hoje é a distribuição dos produtos, pois existem poucos pontos de venda adequados a cosméticos com o diferencial de orgânico.

**A Lavoura** - Como costumamos perguntar aos empreendedores entrevistados: gostaria de comentar algum desafio?

Ser um empresário de produtos orgânicos é um grande desafio, mas costumo dizer que fazemos parte de um grupo de gente que, em um futuro a médio prazo, terá o seu retorno – após muito trabalho, é claro. Estas são as características do pioneirismo.

“A certificação é fundamental para o rigor do mercado. Ver o orgânico como “modinha” é um suicídio para o segmento.”



Linha Amazônica