

Transcrição da Entrevista com Lucas Montanari

Continuando minha série de entrevistas sobre a indústria do Kombucha no Brasil, conversei com Lucas Montanari, da Fermenta Com Ciência, a quem havia entrevistado em dezembro de 2021. Lucas é um grande nome no cenário brasileiro, tendo treinado centenas de produtores comerciais e um grupo ainda maior de produtores caseiros. Ele organiza uma conferência anual de Kombucha, prevista para outubro em São Paulo, para a qual me convidou a apresentar.

Booch News (BN): Alô?

Lucas Montanari (LM): Oi, Ian.

BN: Oi, ei, que bom te ver. Você está bem.

LM: Você também. Que bom, que bom te ver, que bom conversar com você. Obrigado pelo convite. E você está falando do Conakom. Quero você aqui este ano.

BN: Ok, estou ansioso pela oportunidade. É em setembro, correto?

LM: É em outubro. Deixa eu confirmar a data. Acho que é 8 de outubro, não — 15 e 16 de outubro.

BN: Eu só estive no Brasil uma vez a trabalho, foi em São Paulo há uns 20 anos, apenas três dias — essa é toda a minha experiência. Então talvez eu chegue um pouco mais cedo e viaje um pouco pelo país.

Conversamos pela última vez alguns anos atrás, e parece que você realmente expandiu seu negócio, que em português é Fermenta Com Ciência. Olhei no Instagram — você tem 277.000 seguidores. Você é uma estrela.

LM: Sim, tenho 277 mil seguidores no Instagram, mais de 50 mil no Facebook e 155 mil no YouTube também. É um número enorme para um canal de Kombucha.

BN: E isso já não é apenas Kombucha — tem tepache, tem kefir, tem saúde também. Você orienta pessoas como coach de saúde.

LM: Sim. No passado eu estava mais focado no Kombucha, 90%, 95% era Kombucha e outras fermentações. Mas nos últimos anos expandi um pouco mais. Vou me tornar nutricionista e também sou coach de saúde. Mas a entidade de orientação nutricional aqui está me pedindo para me registrar. Então estou terminando a faculdade de nutrição. Também trabalho com clientes e os ajudo a ficarem mais saudáveis. Estou no negócio do Kombucha para deixar o mundo mais saudável. Esse é meu principal propósito.

Comecei a trabalhar com muitas fábricas que começaram a mudar a forma como se faz Kombucha. E vejo muitas pessoas bebendo Kombucha, mas sem um bom estilo de vida e sem saúde. Podem estar acima do peso, então obviamente, embora possam beber Kombucha, para mim isso sozinho não faz sentido.

Quero tentar ajudar, não apenas com o Kombucha. Mas também ajudando as pessoas a cuidarem da saúde: dormir bem, fazer exercício físico, escolher um bom esporte, tomar sol, caminhar descalço, e todas essas coisas mais integrais — nutrição

integrativa — mais do que apenas Kombucha. Mas o Kombucha é minha vida e meu foco principal.

BN: Parece que foi aí que você começou, mas você ampliou sua abordagem para fazer uma avaliação muito mais abrangente. O que é interessante porque eu mesmo passei de apenas beber Kombucha para agora fazer chucrute, kimchi e kefir. E acho que é verdade: quando você começa a beber Kombucha fermentado, é bom para o intestino, mas não é mágica. Você também precisa se exercitar. E é aqui que parece que no seu negócio hoje, comparado a alguns anos atrás quando era praticamente tudo Kombucha em consultorias — mas agora é como 50/50? Ou é mais que o Kombucha está em um caminho estável e agora você está crescendo em outras áreas?

LM: Com o Kombucha ainda tenho meu curso básico para quem quer começar a fazer Kombucha com segurança. E tenho meu grupo de estudos de Kombucha que existe há mais de 10 anos — um grupo com muitas fotos, vídeos e receitas. Acho que é a maior comunidade aqui. É mais do que Kombucha. Falo sobre kefir, tepache, kimchi também, mas o Kombucha é a coisa principal.

Aqui no nosso grupo, temos 1.459 membros, quase 1.500 membros, conversando todos os dias sobre Kombucha, trocando receitas e pedindo ajuda, e novas pessoas entram nesse curso todo dia.

E ainda tenho o curso avançado. Foi o primeiro aqui no Brasil. Depois que o curso profissional começou, havia alunos me pedindo para ter um curso avançado. Eles queriam produzir Kombucha comercialmente e ter uma fábrica. Estudei com pessoas de fora do Brasil, como Sébastien Bureau e outros que têm experiência em fábricas. E começamos a criar todo esse movimento aqui do Kombucha comercial no Brasil, que nunca parou de crescer.

Algumas pessoas pararam de vender Kombucha, talvez fechando as portas da fábrica. Mas muitas pessoas estão iniciando seus próprios negócios com Kombucha aqui no Brasil.

BN: Sim, vi no seu site que você tem o grupo avançado com 400 produtores comerciais. Então seus 1.500 podem ser produtores caseiros — pessoas que só querem fazer para si mesmas. Você mesmo já fez consultoria para 400 empresas que agora produzem Kombucha em fábricas?

LM: Como consultor, mais de cem. Foram 120. E não só do Brasil, mas também da Argentina, Angola, Itália e Portugal. Pessoas da América Latina e de outros países também. Mas o principal aqui no Brasil, meu foco agora é o Conakom — o maior encontro de Kombucha do mundo.

Quando te encontrei pessoalmente em Los Angeles, foi um momento muito, muito especial para mim — um dos maiores momentos da minha vida profissional foi naquela conferência de Kombucha em Long Beach. Estávamos apresentando juntos, lado a lado. E o cara do The Good Guys, da Finlândia. Eu falei sobre redes sociais e tentei ajudar os produtores a desenvolverem sua própria mídia. Mas também trabalhei como voluntário no bar de Kombucha da conferência e vi como o evento funcionava. E quando voltei ao Brasil como presidente da ABKOM, a Associação Brasileira de

Produtores de Kombucha, realizei o primeiro grande encontro para os produtores aqui no Brasil.

Desculpe meu inglês. Faz muito tempo que não falo inglês.

BN: Não, você está muito bem. Te entendo perfeitamente. Bem, deixa eu te perguntar: quantas conferências foram? Este ano é o quarto ou o quinto?

LM: Fizemos quatro; este ano será o quinto.

BN: E quantas pessoas você teve na conferência do ano passado?

LM: No ano passado havia cerca de 1.230 pessoas no evento e 180 participantes inscritos no Conakom. Tivemos 12 palestrantes de 20 estados diferentes do Brasil e cinco países diferentes.

Tivemos a Copa Latino Americana de Kombuchas. Foi uma copa da América Latina. Tivemos pessoas do México, Peru, Chile, Argentina. Foi a primeira edição mais internacional. E é como dois eventos em um. Temos o Conakom, a Conferência Brasileira de Produtores de Kombucha. E o Softdrinks Tech — um encontro de produtores de bebidas não alcoólicas: energéticos, chás mate, chás. Tivemos expositores que vendem equipamentos, garrafas, saborizantes e tudo o que serve tanto ao Conakom quanto ao Softdrinks. Então são dois eventos em um. É por isso que temos muitas pessoas visitando. Mais de mil pessoas.

BN: É incrível o que você fez no seu país e atraindo visitantes de outras partes da América do Sul — como você mencionou, Peru e México. Você construiu uma conferência muito grande. E como você deve saber, Hannah Crum começou conferências em Los Angeles e infelizmente o KBI, Kombucha Brewers International, ficou sem fôlego. Eles não realizam mais nos EUA. Mudou para a Espanha, onde Kendra Sepulveda é agora a presidente. Estive lá no outubro passado em Barcelona. Eles também tiveram uma Copa de Kombucha. Isso foi organizado separadamente, mas ambos os eventos. Mesmo assim, havia no máximo 200 pessoas, e você já tem milhares. Então você realmente se tornou, como você diz, o maior encontro de Kombucha do mundo em apenas quatro anos, agora indo para o quinto. É ótimo.

LM: Sim, o Conakom era um sonho para mim — estar lá e beber todos os Kombuchas que eu sempre quis beber. Kombucha de todo o mundo. Tivemos Kombucha da Bélgica, da Finlândia, de toda a Europa e América do Sul. No Brasil, no primeiro Conakom, tínhamos mais de 70 marcas no bar de Kombucha. Acho que foi o maior, talvez maior do que o outro, mas era só o Brasil. Agora não posso simplesmente dizer que somos o maior ou o melhor. Porque o KKON era muito mais profissional e focado. Mas ainda estamos investindo e crescendo, e cada edição fica melhor. E temos pessoas de mais estados e mais países e mais palestrantes. E estamos ficando mais profissionais também.

E esse é nosso foco: nunca deixar o movimento do Kombucha cair ou ser esquecido. Muitas pessoas acham que o Kombucha é algo passageiro, como o sorvete mexicano. Como dizemos aqui, a Paleta Mexicana — algo que chegou aqui, criou muitas fábricas e lojas que vendiam. Mas em um ano, você não vê mais. Então o Kombucha não é isso. O Kombucha é parte da cultura brasileira. E está aqui e ainda crescendo, apesar dos altos e baixos.

O Conakom é um lugar onde podemos unir todos os produtores e mostrar para todos os brasileiros que o movimento está crescendo, que não estamos voltando atrás e que o Kombucha está aqui e vai ficar para sempre.

BN: Sim. Então você ainda está treinando pessoas com seu grupo de estudos avançados. Você diria que são 10 novas empresas por mês ou uma nova empresa por mês? Está crescendo muito rapidamente ou o grande crescimento já aconteceu e agora está mais estável?

LM: Acho que antes havia mais pessoas chegando. Eu tinha turmas com 40, 50, 60 novas marcas indo para o curso profissional em três meses. Mas agora menos — umas 10, 15. Cerca de 30% a menos.

Mas também há mais pessoas ensinando, mais consultores. Antes era só eu e poucos outros ensinando sobre Kombucha. Então mais pessoas vinham até mim. Mas agora há muitos outros profissionais — bons profissionais que gosto, que respeito. Sei que sabem muito, mais do que eu. Agora temos a Stela, temos a Kim, temos o Thiago, temos a Nara — temos muitas pessoas boas, pessoas profissionais ensinando. Assim como bons consultores fazendo um ótimo trabalho. Portanto, não podemos medir isso pelas inscrições no meu curso. Mas podemos medir pelo número de visitantes crescendo no Conakom. Vejo que o mercado está crescendo e o marketing de Kombucha aqui está ficando mais amplo. Estamos em outra fase agora.

BN: O que você diria são alguns dos desafios mais comuns que você vê? Os obstáculos para alguém que quer fazer Kombucha comercialmente? Obviamente, eles precisam aprender a escalar, como produzi-lo, mas e as outras partes do negócio? Que tipo de desafios você vê? É financeiro? É a química? É o marketing?

LM: Sim. Acho que o principal desafio é a lei do álcool. O limite de meio por cento de álcool. Fazemos Kombucha em casa e queremos vender o mesmo Kombucha que fazemos na nossa cozinha, com gaseificação natural e frutas para saborizar, e tudo isso como sempre fizemos. Mas é difícil manter menos de meio por cento de álcool.

Então precisamos começar a usar tecnologias, práticas e equipamentos para estabilizar o Kombucha e produzi-lo com menos álcool, dentro das normas e regulamentações. Acho que essa é a parte mais difícil, porque para atingir um Kombucha que atenda aos padrões adequados, precisamos mudar a forma como produzimos o Kombucha, a forma como o saborizamos, e começar a pensar em gaseificação forçada. Todo mundo começa com gaseificação natural, mas o CO₂ é produzido naturalmente pela fermentação alcoólica, o que dificulta produzir Kombucha dentro da lei atual com uma boa vida útil. Com esse limite de álcool estabelecido, é necessário considerar a gaseificação forçada, infelizmente — o que não é algo que os produtores querem; é uma das coisas mais especiais do Kombucha, a gaseificação natural. Mas comercialmente, a estratégia precisa ser repensada.

Para vender Kombucha, você precisa ter um propósito. Precisa ter uma missão, porque não é fácil. Não é um produto fácil de vender. Não é estabilizado. Precisa de refrigeração. Todo dia pode haver uma mudança na quantidade de açúcar, na quantidade de álcool. Então como você estabiliza isso e continua natural? Acho que esse é o desafio mais difícil.

Mas também há o registro, e muitas pessoas que querem vender comercialmente não querem ter uma fábrica em um lugar longe da cidade. Querem produzir em casa ou em uma casa nas proximidades. Então acho que o segundo desafio mais difícil aqui é encontrar um local exclusivo onde a prefeitura permita que você tenha uma fábrica. Pode ser longe da cidade. E você tem o registro para vender legalmente?

BN: E as outras partes do negócio, como marketing e financiamento? Quero dizer, as pessoas precisam ter alguma poupança para iniciar uma empresa de Kombucha? Ou você vê pessoas usando o que chamamos de bootstrapping — com seus próprios recursos. Há desafios aí que você vê as pessoas tendo que enfrentar?

LM: Acho que as pessoas que produzem Kombucha têm o desafio do empreendedorismo. Como ganhar dinheiro, como construir uma marca, como expandir o marketing nas redes sociais, ou como financiar? Acho que a maioria das pessoas sabe fazer Kombucha e compartilha com pessoas no trabalho, no prédio, no lugar onde moram. Mas quando você quer ser profissional, ter sua marca, você precisa ter pessoas trabalhando com você especializadas em outras áreas, como finanças e marketing de marca.

Você precisa investir em tudo isso. E muitas pessoas não poupam dinheiro para investir, não poupam dinheiro para gerenciar recalls de emergência. E temos muitos Kombuchas sendo recolhidos porque alguns explodiram, alguns excederam a carbonatação ou o álcool. Então você precisa guardar dinheiro. Você precisa pagar impostos.

BN: Então é um desafio que as pessoas teriam se estivessem abrindo qualquer pequeno negócio.

LM: Sim. As pessoas sabem como fazer Kombucha, mas não sabem como ter um negócio.

BN: Você aconselha sobre isso? No seu curso, você fala sobre isso?

LM: Fazemos, claro. Temos módulos no curso sobre gestão de kombucharia com pessoas especializadas em áreas como legislação — o que você pode fazer, o que não pode fazer, o que você precisa ter no rótulo, o que não pode colocar no rótulo. Temos uma lei muito grande aqui no Brasil, a IN41. E as pessoas precisam ler isso. Temos uma aula de uma hora só sobre a IN41, sobre tudo o que você pode e não pode fazer. Rotulagem também. Temos um módulo sobre rotulagem. Tenho oito profissionais convidados no meu curso falando sobre especialidades diferentes.

E tenho um módulo sobre boas práticas na fábrica. Temos um sobre como fazer gaseificação, como fazer embalagem em lata, como usar os equipamentos. Então é um curso que envolve tudo. Não é só sobre como produzir Kombucha comercialmente.

BN: Posso te perguntar mais sobre o MAPA? Porque meu entendimento é que obviamente a lei diz que todos os produtores comerciais de Kombucha precisam se registrar após a Instrução Normativa 41, junto ao MAPA, e precisam colocar o número no rótulo. Mas parece haver cerca de 200 registrados, e ainda assim há muitos, muitos produtores menores. Eles estão apenas vivendo fora da lei, ou qual é a situação? Se você é um produtor pequeno, precisa se registrar imediatamente ou pode vender por um tempo sem registro?

LM: Se você vende Kombucha, precisa ter o registro. Mas acho que nenhum deles começou com o registro do MAPA. Todo mundo começou produzindo, vendendo, construindo uma marca, uma empresa, vendo se o negócio funciona e coletando feedback das pessoas. Eles começam com poucos clientes e reinvestem o dinheiro inicialmente. O custo do produto é baixo porque ainda não pagaram todos os impostos, não têm uma fábrica com funcionários, gerente técnico e tudo isso. Então o lucro é alto no começo.

Aí você tem duas opções: reinvestir na sua empresa e começar a construir sua fábrica e obter seu registro, ou continuar fora da lei e vender diretamente para clientes ou numa feira livre local. Tenho muitas pessoas aqui que só vendem em feiras livres locais ou têm um pequeno negócio que vende apenas para mercadinhos. Mas para estar num grande mercado, você precisa ter seu registro. E o único risco, se você não tem o registro, é se alguma outra marca fizer uma denúncia sobre você.

Se uma empresa está vendendo Kombucha por 15 reais aqui e outra que não paga todos esses impostos começa a vender no mesmo lugar por oito reais, sem registro, a outra empresa vai te denunciar. Com essa denúncia, o MAPA entra e aí você tem que se registrar ou fechar as portas.

BN: Então os fiscais do governo fechariam você?

LM: Primeiro eles dão um aviso e depois fecham. Mas muitas pessoas estão vendendo há mais de oito anos, dez anos, talvez. Conheço pessoas que vendem há mais de dez anos sem licença do MAPA, mas só vendem na feira livre local e para poucos clientes. E não estão atrapalhando as outras marcas, entende?

BN: Sim. Talvez a expressão em inglês fosse 'selling under the table' — vendendo de forma informal. Estão vendendo localmente.

LM: E o Kombucha deles é mais barato e acessível para as pessoas locais. É ilegal. Eu ensino como as pessoas devem vender Kombucha. Elas precisam ter o registro. Mas pessoas de uma cidade pequena vendem Kombucha natural a preço baixo para pessoas localmente. Eu acho que está tudo bem. Mas se uma grande marca com registro for afetada, aí a pequena marca precisa se mover, entende? Mas temos muitas pessoas assim, vendendo localmente, que não querem ter registro no MAPA nem precisam se mudar do lugar onde estão produzindo. Não querem ir a um lugar distante e montar uma fábrica.

BN: Bem, gostei muito de ouvir e aprender com você hoje, Lucas, e espero te ver em outubro pessoalmente em São Paulo no evento. É maravilhoso saber que o Kombucha no Brasil está prosperando e você continua sendo uma das pessoas que criou esse enorme número de empresas de sucesso. Parabéns.

LM: Que ótimo, obrigado, Ian. Sou um grande fã do seu trabalho com o Kombucha. Sou grato por todo o seu excelente trabalho pelo movimento do Kombucha em todo o mundo, incluindo aqui no Brasil. E quero te ver. E se você quiser ser palestrante no Conakom 2026, está convidado. É só encontrar uma forma de chegar aqui e você será tratado como VIP!

###