

UNDER 30 | INDÚSTRIA

Eduardo Vanzak, 27, e Lohran Schmidt, 26

Amigos da época da faculdade de administração em Belo Horizonte, Eduardo e Lohran tinham negócios separados, em áreas diferentes, mas compartilhavam certa insatisfação com o que faziam. Depois de muitas conversas, decidiram correr atrás de algo que contemplasse ambos. Em 2015, pausaram tudo e partiram para o Vale do Silício, na Califórnia, para pesquisar o que havia de mais moderno no mercado de bem-estar.

“Descobrimos que o chá é a segunda bebida mais consumida no mundo, mas o Brasil não tinha esse hábito. Vimos a oportunidade”, conta Lohran. Ao voltar, passaram dois anos testando fórmulas. “Focamos em construir um produto que fosse saudável e gostoso o suficiente para que as pessoas menos acostumadas começassem a consumir”, lembra. Depois de mais de 50 tentativas, chegaram ao Desinchá, lançado em dezembro de 2017.

O produto caiu rápido nas graças de famosos e musas fit do Instagram e, em dois anos, tornou-se a segunda marca de chá mais vendida no país, com 20 mil pontos de venda e duas lojas físicas em São Paulo. Em 2019, a empresa expandiu para a Desinchá Company, que oferece café, cursos sobre vida saudável (gratuitos e pagos) e uma linha de cosméticos naturais e orgânicos. “Adotar um lifestyle mais saudável nem sempre é fácil. Nós queremos criar produtos que ajudem a formar esse hábito”, afirma Eduardo. Eles contam que a companhia cresceu 400% em 2019, com presença em todos os estados e um escritório em Nova York, que vende para os EUA e o resto do mundo. Para 2020, o plano é consolidar a operação americana e expandir o número de lojas físicas.