

**VEÍCULO:**  
O Dia

**DATA:**  
07/12/16

## Negócios & Carreiras

FOTOS: DIVULGAÇÃO

# CERVEJA DO ALEMÃO



Segredo do sucesso: Marcelo, à direita, construiu bistrô na garagem do sogro. Botilhões são receita da sogra e da mãe. Mulher é o braço direito nos negócios

**HERCULANO BARRETO FILHO**  
herculano.filho@oia.com.br

**E**ram 3h da madrugada de domingo quando Marcelo Ramos foi acordado pelo toque da campainha de casa, na favela Nova Brasília, no Complexo do Alemão. Era um taxista, que queria comprar uma garrafa de cerveja artesanal para oferecer a um gringo. O episódio ilustra o sucesso alcançado pela primeira bebida do tipo produzida numa comunidade no Brasil. Entre 22 e 25 de outubro, Marcelo representou o país num encontro sul-americano de empreendedorismo, em Bogotá, Colômbia, levando a história da iniciativa para toda a América Latina.

Lá, Marcelo relembrou seus primeiros passos. A ideia surgiu quando ele experimentou uma cerveja especial pela primeira vez, quando ainda trabalhava como técnico de telecomunicações, no Centro do Rio. Há cinco anos, a chegada do teleférico ao Complexo do Alemão em meio ao inédito processo de pacificação traçava um cenário favorável a novos empreendimentos voltados ao turismo, estimulados pela presença de turistas na comunidade.

Foi quando Marcelo decidiu usar uma garagem de 40 metros quadrados, no primeiro piso do sobrado onde o sogro mora, para abrir um bistrô especializado em cervejas artesanais. Para isso, criou uma identidade visual no entorno, com jardim e boa iluminação na rua, que costumava ficar escura quando anoitecia. Assim surgiu o bistrô Estação R&R. "Meus amigos diziam que eu era louco e que pobre só bebia litrão", lembra.

Com financiamentos de R\$ 23 mil firmados pela Agência estadual de Fomento (AgeRio), do governo estadual, passou a vender mais de 200 rótulos de cerveja numa rua paralela à Avenida Itaipua, na Nova Brasília. Como o negócio era pequeno, colocou a própria família para trabalhar, acrescentando um tempero caseiro às receitas. A mãe e a sogra de Marcelo bolaram um cardápio que incluía bol-

**Cerveja artesanal do Complexo do Alemão é a primeira produzida numa comunidade do país. Franquia no Bangu Shopping vai abrir no sábado**



Mais barato na favela: chope Weiss custa R\$ 10 e Pilsen sai por R\$ 7. No Alemão, cliente paga R\$ 7 por Weiss e R\$ 5 por Pilsen

inhos de feijoada, berinjela com queijo, costela e camarão com queijo e abóbora. O bistrô também vende camisetas com o desenho da favela, copos e lembranças. Mas a principal atração da casa, que tem até música ao vivo, é a cerveja artesanal do Alemão. "Pra crescer, é preciso fazer parcerias com outros empreendedores. Mas se não fosse a família, nada disso seria possível," argumenta Marcelo.

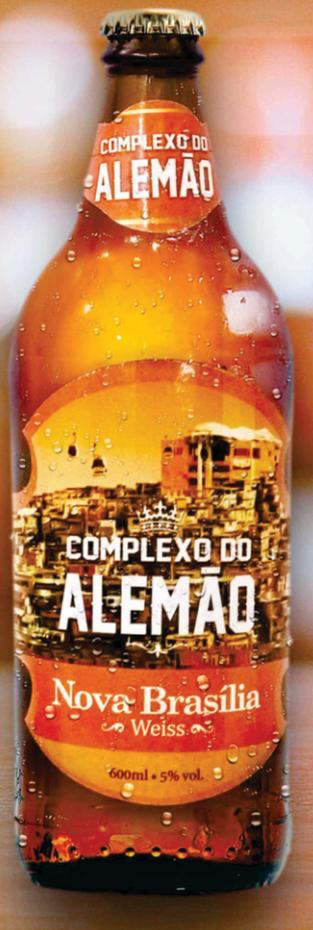
A marca é do tipo cigana, já que não possui fábrica própria. Uma microcervejaria de Curitiba, em Jacarepaguá, produz até 2 mil litros por mês com o rótulo do Complexo do Alemão da Lager, tipo de cerveja fermentada e armazenada em baixas temperaturas. Neste ano, passou a fabricar a 'Complexo do Alemão-Nova Brasília Weiss', uma cerveja de trigo mais gourmetizada, com aroma de canela e banana. Até 2018, a ideia é criar cervejas do tipo IPA, APA, Black e Pilsen, com nomes de outras comunidades do Complexo do Alemão. Em meio ao aumento da criminalidade no Rio, o processo de pacificação nas favelas não teve o efeito esperado. Mas isso não foi o suficiente para impedir o sucesso da cerveja artesanal do Alemão. Mesmo com a crise econômica no país e sem os gringos. Hoje, quem consome a cerveja é o próprio morador do Alemão.

Mas o empreendimento não ficou apenas na comunidade. Há um ano, foi aberta uma filial no Shopping Carioca. E, no próximo sábado, vai ser inaugurada a primeira franquia, no Bangu Shopping. A cerveja também é presença constante em feiras de gastronomia artesanal. No último domingo, por exemplo, chopes foram vendidos numa kombi, num evento em frente ao Museu do Amanhã, na Praça Mauá. O próximo passo é fazer com que a cerveja chegue às colônias brasileiras espalhadas pelo mundo. A ideia é levar a bebida para Orlando, nos Estados Unidos, onde moram mais de 30 mil brasileiros.

A cerveja, criada para atrair turistas, já chegou ao asfalto e agora quer conquistar o mundo.



Uma fábrica em Curitiba produz até 2 mil litros por mês com o rótulo do Complexo do Alemão



Caso de sucesso representou o país em encontro sul-americano de empreendedores na Colômbia



## Negócios & Carreiras

# Conexão com a clientela na Maré

Empreendedores da comunidade aderiram à plataforma que divulga serviços na internet

**O** Elefante Verde, plataforma de divulgação de serviços online por aplicativos de celular e site em atuação em todo o país, já chegou em uma das maiores comunidades do Rio de Janeiro. A microfranquia de marketing digital coloca à disposição dos moradores e clientes todo tipo de serviço, como restaurantes, cursos, academias, escolas e lojas de roupas no Complexo da Maré desde abril deste ano. Em apenas oito meses de atuação, 55 empreendedores aderiram à iniciativa e passaram a divulgar seus serviços pela internet.

A plataforma funciona como um guia colaborativo para auxiliar os moradores e visitantes para encontrar estabelecimentos e serviços na região. A iniciativa foi idealizada por Higor Antônio da Silva, de 32 anos. Formado em História pela UERJ, ele decidiu que precisava de uma renda complementar e começou a buscar iniciativas voltadas ao empreendedorismo desde o ano passado, quando passou a vender roupas importadas da China. Ele divulgava as peças em uma rede social e revendia na comunidade. Mas a iniciativa não resistiu ao aumento do dólar. Em seguida, ele decidiu apostar na venda de produtos de uma rede de maquiagem na Maré. Mesmo com o crescimen-



Microfranquia de marketing digital coloca à disposição de moradores e clientes todo tipo de serviço desde abril, no Complexo da Maré

to das vendas, decidiu investir em outro segmento, após participar de uma feira de empreendedorismo na comunidade. Lá conheceu o Programa Franquia para Todos, iniciativa da Agência Estadual de Fomento (AgeRio), da Associação Brasileira de Franchising (ABF) e do

Sebrae para viabilizar a abertura de microfranquias em comunidades.

O objetivo é deixar o site do estabelecimento visível na rede, para que muitas pessoas encontrem ao acessar. Dentro da plataforma, é possível conseguir cupons com descontos para os estabeleci-

mentos. “É uma forma de atrativo para que eles utilizem o guia”, afirmou o empreendedor.

Higor disse que pretende ajudar o maior número possível de empreendedores com a iniciativa. “Ainda está engatinhando e entendemos que, neste momento de

crise, é um pouco mais complicado. Mas quero que o Elefante Verde se torne uma manada aqui na Maré. Que seja um veículo de troca para ajudar a população e os estabelecimentos da comunidade”, projeta.

Pela estagiária **Marina Cardoso**

### O NEGÓCIO

#### MARKETING DIGITAL

■ Startup é a primeira microfranquia de marketing digital online do país. O modelo de negócios, operado por plataforma online, conecta clientes em potenciais a serviços oferecidos cadastrados. A iniciativa possui aplicativo para celular e página na internet.

#### INVESTIMENTO

■ A partir de R\$ 21 mil, é possível empreender através da franquia Elefante Verde em território com até 75 mil pessoas. É importante comprovar recursos para o investimento inicial total, além de reserva financeira de capital para sustentar o início da operação.

#### NA MARÉ

■ A página no Facebook do Elefante Verde no Complexo da Maré possui mais de 1,2 mil curtidas em apenas oito meses de funcionamento da iniciativa.

### NÚMERO

## 55

Número de comerciantes da Maré e região que estão divulgando seus serviços pelo site e aplicativo do Elefante Verde