

Freepik



CACHACEIRA COM ORGULHO E CERVEJEIRA POR ACASO

## PARTICIPAÇÃO DAS MULHERES NO RAMO DAS BEBIDAS AUMENTA

Tempos atrás, quando se falava em bebida alcoólica, as pessoas sempre associavam ao universo masculino, seja pelo comercial de cerveja estereotipado ou até mesmo pelos filmes em que homens poderosos sempre estavam segurando um copo de whisky. Os tempos mudaram, e, cada vez mais, elas estão apreciando diferentes tipos de bebidas.

De acordo com uma pesquisa feita pela revista médica Jama Open Network, em um comparativo feito com um grupo de mulheres entre 2019 e 2020, houve um aumento de 17% no consumo de bebidas alcoólicas. Mas engana-se quem pensa que elas querem apenas consumir, hoje em dia elas também querem se destacar como empresárias bem-sucedidas do ramo. Diversas cantoras sertanejas estão investindo nesse setor e criando e patenteando suas próprias bebidas.

Mas não são apenas as famosas que descobriram esse mercado lucrativo, hoje em dia é possível encontrar diferentes perfis de mulheres interessadas em empreender no universo da cachaça. “Nós ficamos surpresos com o número de mulheres interessadas no curso nos últimos tempos. A cada cem alunos, trinta são mulheres, um número bastante expressivo”, afirma Leandro Dias, um dos responsáveis pelo curso Lucrando com Bebidas, que ensina como ter sua própria marca de bebida destilada, sem ter um alambique, sem burocracia e com baixo investimento.

O curso, inclusive, foi criado após Dias conhecer histórias inspiradoras e ajudar pessoas que sonhavam em trabalhar nesse ramo, como é o caso da empreendedora Fran Santos, que percebeu que poderia ser sua chance de criar sua própria marca de bebida sem ter muito trabalho. A empreendedora, que trabalhava como editora de vídeo, decidiu abrir seu próprio bar em 2014, na região de Parelheiros (SP). “Nessa época eu comprava cachaça artesanal de alambiques e vendia no meu bar chamado Colônia”, explica a empreendedora.

Nesse período ela conseguiu conquistar diversos clientes nessa região humilde com seus drinks e coquetéis autorais à base de cachaça. Apesar do sucesso, muitos ainda torciam o nariz quando escutavam a palavra cachaça. “Quando querem falar sobre uma pessoa que bebeu demais ou está dando vexame, logo utilizam o termo cachaceiro, como se a cachaça fosse algo ruim e as demais bebidas fossem superiores”, diz Fran.

Para conseguir reverter essa situação, principalmente quando eram clientes mais jovens que apareciam no bar, ela lançou um



Freepik

desafio. “Oferecia uma bebida mista doce feita com cachaça e com baixo teor alcoólico, ninguém resistia e não acreditavam que aquilo era a base de cachaça, pois tinham um preconceito contra a bebida”, ressalta a empreendedora. Apesar de estar satisfeita com seu bar, a pedido de sua mãe, resolveu voltar à Piracicaba (onde reside toda sua família materna) e dar um passo além e conquistar sua própria cachaça.

Para isso, decidiu estudar tudo sobre o universo da bebida e fazer um curso online que ensina como ter sua própria marca sem muita burocracia. No final de 2018, então, ela resolveu abrir seu bar em Piracicaba: o Dezenove Horas. Além do novo espaço, a empreendedora criou sua própria cachaça batizada com o mesmo nome do bar. No rótulo, é possível ver uma homenagem ao monumento do peixe de Piracicaba, que na língua tupi significa o lugar onde o peixe para - uma referência às quedas do rio Piracicaba, que bloqueiam a migração (piracema) dos peixes. A produção da bebida é terceirizada.

Além das 19 horas, por ter a receita da Gabriela e de outras bebidas alcoólicas mistas, Fran também ingressou no INPI com o pedido da patente da marca Gabriela (cuja marca é comercializada por diversas empresas no Brasil). A bebida é

conhecida por possuir sabor de cravo e canela (homenagem ao escritor baiano Jorge Amado), com um teor alcoólico menor, focando também na divulgação e comercialização do drink Jorge Amado, uma variação da caipirinha, feito com limão macerado, maracujá e Gabriela, drink criado por Camila Paiva.

Apesar de ser muito conhecido na região de Paraty, é pouco conhecido no estado de São Paulo, mas muito apreciado e requisitado por aqueles que degustam. “Meu objetivo é quebrar esse paradigma de que bebida boa é aquela produzida fora do Brasil. A cachaça é nossa, quando alguém de outro país vem visitar o Brasil, todos querem experimentar nossa caipirinha, então é importante abrir mão desse preconceito e saborear essa delícia tipicamente brasileira”, comenta Fran.

Outro ponto que tem contribuído para a democratização da cachaça são as redes sociais. “Hoje as mulheres postam fotos e assumem que bebem cachaça, se duvidar até mais que os homens, que costumam ter receio de assumirem que apreciam a aguardente por puro preconceito”, finaliza a empreendedora, ao ressaltar que uma outra forma de quebrar esse preconceito é disponibilizar a receita de drinks saborosos e de fácil execução no próprio contrarrótulo da garrafa.

Natural de Itajubá, sul de Minas Gerais, Camila Nassar tem 32 anos e seu interesse pela produção de cerveja foi por acaso. “Estava procurando estágio obrigatório e qualquer lugar que abria uma vaga para engenharia, eu mandava meu currículo. Foi aí que surgiu a vaga de estágio em uma empresa do ramo cervejeiro, sendo que no assunto de cerveja eu só sabia beber e fazer balanço de massa em grandes equipamentos, confesso que nem sabia que dava para fazer cerveja em casa”, diz ela. No mesmo ano começou a estudar sobre insumos (lúpulo, fermento, malte) e ler livros para cervejeiros caseiros.

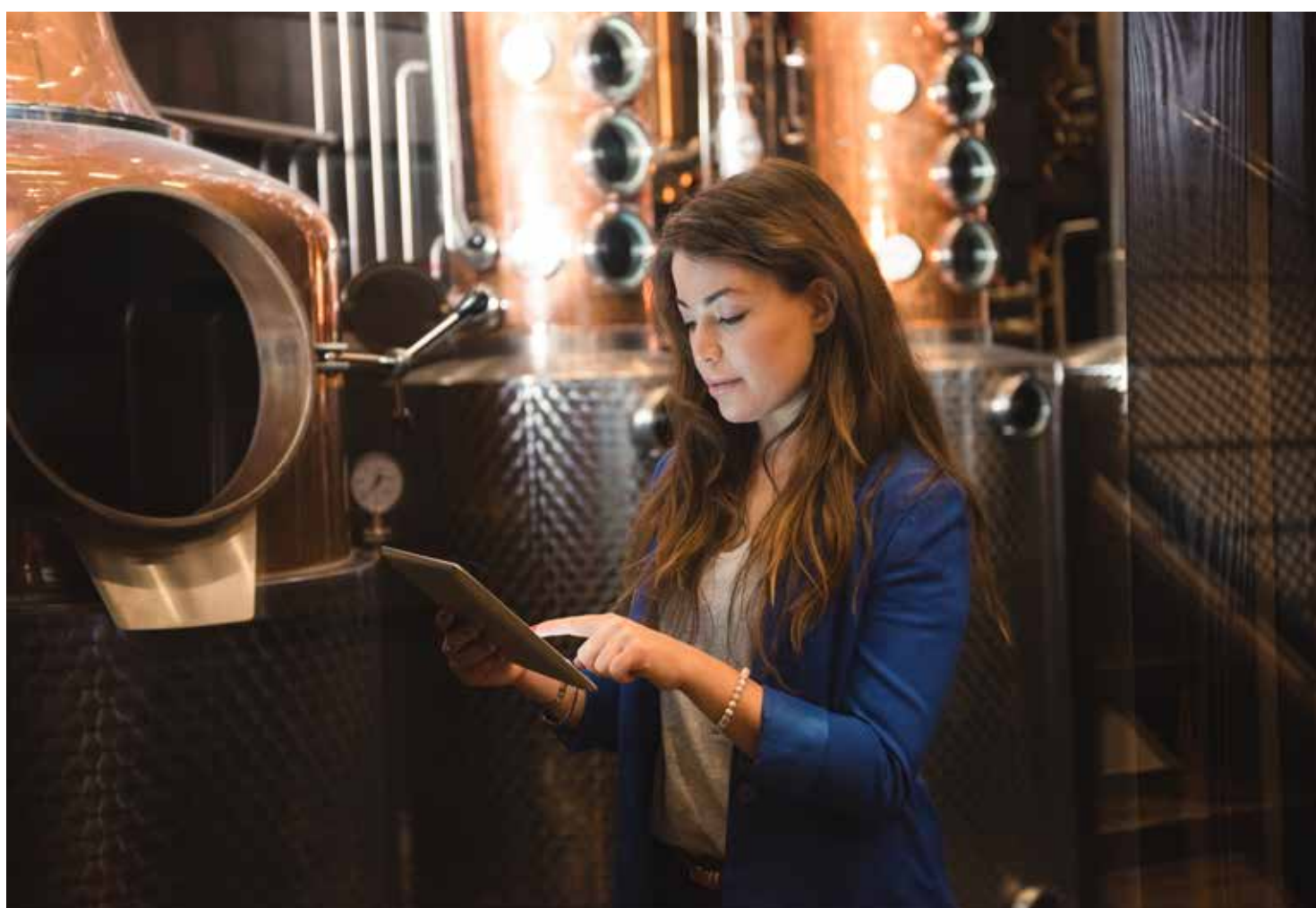
Em pouco tempo ela já comprou seus equipamentos para começar a fazer cerveja em casa e pôr em prática toda a teoria que acumulava. Apesar de ter aprendido muito com esse estágio, ela diz que vivenciou alguns episódios de preconceito. “Em 2016 eu já era gerente de uma loja de cervejas de Campinas e, apesar de entender bastante sobre o assunto, muitos clientes gostavam de tirar dúvidas com um dos atendentes homens, porém, esses últimos sempre acabavam recorrendo a mim, o que deixava os clientes sem graça quando presenciavam tal cena”, ressalta.

Já em 2018, ela começou a trabalhar em um pequeno brewpub em Sousas (Campinas), fazendo de tudo, desde a parte de entrega de Barril e montagem da chopeira para o cliente até a produção (brasagem). Em 2019, ela continuou sua trajetória na cervejaria Berggren, no laboratório, cuidando da qualidade de todo o processo. Posteriormente, ela foi para o setor de produção de cerveja. “Aqui foi onde menos sofri preconceito por ser mulher. Talvez pelo detalhe de não trabalhar diretamente com o público como nas outras empresas”, explica.

Hoje ela se diz realizada na profissão e que o trabalho se tornou um hobby, tanto que em alguns finais de semana ela fica em casa criando receitas e produzindo. “Trabalhar hoje com a marca é um sonho realizado, pois minha trajetória não foi fácil, tive sempre que provar que era capaz, estudar e mostrar meu potencial, mas creio que se eu fosse um homem tudo isso seria mais fácil”, finaliza Camila.

O Curso Lucrando com Bebidas é o primeiro do Brasil, de forma 100% online, que ensina o empreendedor a criar a própria marca de bebida destilada, sem ter um alambique, sem enfrentar a burocracia e com baixo investimento. As aulas são ministradas por Leandro Dias, o empresário que criou a Middas Cachaça, a única cachaça do planeta com flocos de ouro comestível.

Ele criou a marca sem ter um alambique e aplicando técnicas de marketing e vendas que agora serão reveladas, para que qualquer pessoa possa entrar em um dos mercados que mais crescem no Brasil e no mundo. Saiba mais no site: (<https://mes-tredosdestilados.com.br/>).



Freepik