

Marcas & Negócios

MANÉ MERCADO

Complexo de experiências gastronômicas

No coração de Brasília, o Mané Mercado nasceu para ser mais do que um ponto de encontro gastronômico. Desde a inauguração, em 2022, o espaço se tornou um destino onde sabores, experiências e pessoas se misturam. Com uma proposta que vai além do simples ato de "ir ao restaurante", o complexo convida o visitante a explorar diferentes cozinhas, além de viver momentos que unem lazer, cultura e boa comida.

Em pouco tempo, o projeto se expandiu e, hoje, conta com duas unidades em funcionamento — uma no Eixo Monumental, ao lado da Arena BRB Mané Garrincha; e outra em Águas Claras, inaugurada neste ano. A expectativa é de que, em breve, a marca amplie sua atuação para o Shopping Partage, que será inaugurado ao lado do Aeroporto de Brasília, e, também, em solo paulista.

A história desse negócio, no entanto, começa muito antes de suas portas se abrem. Em 2019, os sócios observaram, na capital, a ausência de um ambiente que combinasse gastronomia com curadoria diversa, experiência de lazer em família e um local que atendesse a qualquer tipo de público.

"A concepção se deu a partir da missão de criar um hub gastronômico que fosse além de 'ir ao restaurante': um lugar em que as pessoas pudessem passear, escolher entre estilos diferentes, interagir e se sentir à vontade", lembra Saulo Sarmento, sócio-fundador do Mané Mercado. Para tornar o sonho realidade, Saulo recorda que o caminho foi percorrido com diferentes desafios.

A definição de uma curadoria gastronômica que traduzisse a proposta de qualidade e diversidade do projeto, reunindo chefs e parceiros alinhados à essência da marca, era uma questão que exigia atenção. Também foi preciso equilibrar o mix de restaurantes, bares e opções de lazer para garantir uma experiência completa em diferentes momentos do dia, desde o almoço ao jantar, passando pelo happy hour e pelos fins de semana em família.

Outro ponto crucial foi a implantação do modelo de atendimento em mesa, integrando tecnologia e logística de forma inédita em mercados gastronômicos, o que demandou ajustes e testes constantes. Além disso, houve o desafio de educar o público local para essa nova proposta, rompendo com

modelos tradicionais e exigindo uma comunicação clara e envolvente para conquistar os visitantes.

A dedicação e o otimismo para tirar o projeto do papel trouxe resultados positivos. Desde a inauguração, foram atendidos mais de 3,5 milhões de visitantes. Nesse cenário, Saulo informa que, ao ser desenhado, a expectativa era de que o Mané Mercado teria um faturamento de R\$ 20 milhões por ano. "Em 2022, ele faturou R\$ 45 milhões, muito além do esperado", celebra. O executivo conta que isso os fez adaptar toda a operação em curso. "Gracias a Deus, fecharemos 2025 com mais de R\$ 60 milhões em faturamento", complementa.

Sustentabilidade

Saulo afirma que o Mané Mercado é o complexo mais sustentável do Brasil, com ações alinhadas aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) para orientar políticas públicas e práticas responsáveis. Entre os exemplos, o sócio-fundador destaca que o empreendimento desvia mais de 97% do lixo produzido dos aterros sanitários, por meio de parcerias com

Três perguntas para

SAULO SARMENTO,
SÓCIO-FUNDADOR DO
MANÉ MERCADO

Desde a inauguração em 2022, o que mudou na operação ou no público?

O Mané Mercado passou por diversas evoluções, desde a adaptação de operações gastronômicas que não se ajustaram ao modelo até a maturação do próprio negócio. Como a operação do Mané Brasília foi implementada em um local onde não havia comércio ou área residencial, tivemos literalmente que construir o ponto. Hoje, com o aumento progressivo de público ano a ano, entendemos que criamos um negócio extremamente atrativo. Os brasilienses têm um orgulho danado de dizer que possuem um mercado gastronômico na sua cidade. Nos shoppings, alteramos a dinâmica da alimentação: antes, os clientes iam ao shopping para comprar algo e, por acaso, comiam na praça de alimentação, sem conforto ou experiência. Hoje, com o Mané, acontece o contrário — os clientes vão ao shopping para ter a experiência do Mané e, por acaso, fazem compras.

Quais referências internacionais inspiraram o projeto?

Buscamos inspiração em modelos internacionais de food halls, mercados gastronômicos e espaços de uso misto, como o Mercado de San Miguel (Madri), El Nacional (Barcelona), Chelsea

Divulgação



Market (Nova York) e Time Out Market (Lisboa). O que nos motivou foi observar como esses espaços criam ambientes vibrantes, com mix de restaurantes, bares, convivência e experiências culturais.

Como o senhor enxerga o papel desse tipo de espaço no futuro da gastronomia urbana?

Acredito que espaços como o Mané Mercado representam uma

tendência forte: ambientes híbridos que combinam gastronomia, lazer, convivência, cultura e tecnologia. No futuro da gastronomia urbana, veremos cada vez mais curadoria de oferta, variedade de experiências, personalização, omnicanalidade (on-site + digital), sustentabilidade e engajamento social. Esse tipo de espaço funciona como polo de atração e circulação, transformando a forma como as cidades consomem gastronomia.

cooperativas que realizam a triagem e o destino correto dos resíduos. O espaço também está inserido no programa de Mercado Livre de Energia Limpa e oferece acessibilidade total, reforçando o compromisso com a inclusão.

O Mané Mercado também preza pela diversidade em seu time e na rede de fornecedores e desenvolve ações de impacto social local, como a doação de alimentos, por meio do projeto Fome de Música, em que o valor do couvert é revertido em 1kg

de alimento não perecível. A marca ainda se compromete a doar 700 cestas básicas por mês para mulheres com câncer. "Nosso compromisso vai além da gastronomia: queremos ser referência em ESG no segmento de lazer e gastronomia no Brasil", reforça.

DBN
DESFILE BELEZA NEGRA

24ª EDIÇÃO DBN

REALIZAÇÃO:

APOIO:

naco
NÚCLEO DE ARTE DO CENTRO-OESTE

JO

VERA CORRALERO
joalheria autoral
vídeo-fusão

VETUE PROJETO

3M
CASTING

Liberty
A arte de ser você

COMITÊ DE PROTEÇÃO À MULHER

CORREIO BRAZILIENSE
www.CORREIOBRAZILIENSE.com.br

PARCEIRIA:

Secretaria de Cultura e Economia Criativa

GDF

LRDN

Dr. Heron Nogueira
Psicóloga | CRP-01:1846

Bella Clín
Estética Avançada

DUARTE
corporate

sprint
PUBLICIDADE E MARKETING

GDF

SAVE THE DATE

20 DE NOVEMBRO

EM BREVE MAIS INFORMAÇÕES

SHOPPING LIBERTY MALL

SETOR COMERCIAL NORTE

Q 2 BLOCO D

ASA NORTE, BRASÍLIA - DF