

## LITORAL

### lanche, gastronomia



Quer sugerir outras operações gastronômicas para o GeraçãoE conhecer no Litoral? Envie suas sugestões pelo Instagram (@jcgeraçaoe)

# Cachorro-quente de Cachoeirinha conquista o Litoral Norte

O negócio, que surgiu há 11 anos, inaugurou a segunda unidade no Litoral, desta vez em Xangri-Lá

**ISADORA JACOBY**

isadora@jornaldocomercio.com.br

Há 11 anos, Anderson de Quadros Pereira comanda o Dog do Anão. A lancheria, tradicional em Cachoeirinha, conta com unidades em Porto Alegre, Capão da Canoa e Xangri-Lá - a última inaugurada neste verão. A operação é conhecida pelo seu funcionamento: três das seis unidades abrem as portas 24h.

Anderson começou a empreender em uma carrocinha de cachorro-quente que foi empreendida pelo proprietário da pizzaria

onde ele trabalhava em Gravataí. "Ele me emprestou para eu trabalhar um dia. Depois, ele não quis continuar com ela e acabei dando continuidade. Fiquei um ano na carrocinha; temos 10 anos de loja e um de carrocinha", conta Anderson.

Após a abertura da loja em Cachoeirinha, em frente ao local onde ficava a carrocinha, o desejo era fortalecer a presença no ponto. No entanto, uma oportunidade mudou a rota do negócio. "Nunca pensei em expandir. Mas surgiu uma oportunidade de comprar a loja do Cachorro-Quente do Bigode, em Cachoeirinha também", conta sobre o segundo ponto na cidade. O movimento fez com que Anderson expandisse horizontes. "Surgiu a oportunidade de abrir em Porto Alegre. Só no ano passado, abrimos três unidades,



A unidade de Capão da Canoa do Dog do Anão opera 24 horas por dia e fica na avenida Paraguassu, nº 2.081

totalizando seis", orgulha-se. A unidade de Capão da Canoa existe há três anos e é uma das que opera 24h. O empreendedor conta que o desejo de empreender por lá surgiu a partir de sua família, que mora na região. Nesta temporada, o Dog do Anão tem seu segundo ponto no Litoral, desta vez em Xangri-Lá, na avenida Central, nº 2.060, dentro do complexo Ramblas. "É uma unidade onde tem bastante festa na volta. É focado nesse público que vai antes e depois das festas. Trabalhamos das 18h às 6h", explica. De acordo com ele, hoje **as lojas do Litoral re-**

**presentam 50% do negócio.** "As lojas do Litoral vendem mais que as da Capital", garante. O segredo, conforme o empreendedor, é entender as adaptações necessárias. "Cada município muda o comportamento do consumidor. Não é o público que é diferente, é o comportamento. No Litoral, quando vem para tirar férias, o comportamento é diferente. Mas o produto é o mesmo, mudam alguns detalhes", pontua sobre as diferenças das lojas, como o preço e algumas opções do cardápio. "Neste ano, foi bem boa a arrancada de ano", complementa sobre o Litoral.

Com o negócio em expansão, Anderson acredita que o diferencial não está na inovação, mas na forma como é feito o produto. "Desenvolvi um negócio que tem há 200 anos. As pessoas perguntam o que fiz de novo. Nada! Vendo cachorro-quente: salsicha, molho e pão. O diferencial é o carinho", afirma. O cardápio do Dog do Anão conta com lanches clássicos, que variam apenas no tamanho do pão e no embutido, que pode ser salsicha, linguiça ou vegetariano. Os valores partem de R\$ 21,00 até R\$ 33,00, além dos combos e acompanhamentos.

## Operação de Capão aposta em bauru de avestruz e massa de jacaré

Comandado pelo casal Luciane de Souza Gonzaga e Régis Severo, o Xna10 aposta em novas versões dos tradicionais lanches - xis e bauru -, usando carnes e preparos diferentes. O carro-chefe do negócio é o xis ao prato, uma versão aberta do lanche que é servida com salada e batatas fritas. Além disso, o espaço usa carne exóticas, como avestruz e jacaré.

A história de empreendedorismo do casal no Litoral começou em 2018, quando a dupla abriu o La Campaña. Empreender e morar na praia era um sonho de vida de Régis, que sempre foi apaixonado por gastronomia. "Tinha um projeto de vida que, quando chegasse aos 45 anos, iríamos abandonar o que tínhamos como profissão em Porto Alegre e investir na



Régis e Luciane comandam o Xna10, na rua Tupinambá, nº 300

qualidade de vida abrindo um restaurante no Litoral. E assim foi feito", conta Régis. "Inauguramos o La Campaña em 2018 e nos tornamos especialistas em carnes exóticas, tinha escargot, rã, jacaré, avestruz, coelho, 18 variedades de peixes", enume-

ra. Ao longo do tempo, o casal desenvolveu uma segunda marca, desta vez focada em lanches: o Xna10. Em novembro do ano passado, a operação guinou exclusivamente para a marca de lanches. **"O Xna10 foi criado com a proposta de ser**

**um negócio realmente. O projeto prevê expansão,** inclusive tenho convites para abrir em São Paulo, Gramado e Porto Alegre", conta. A transição aconteceu, também, em virtude da dificuldade de conseguir mão de obra, como afirma Régis. "Tínhamos duas cozinhas, então resolvemos encerrar as atividades do La Campaña e expandir o Xna10. Incorporamos alguns pratos do La Campaña no cardápio: jacaré, peixes amazônicos, costelinha de javali, avestruz", explica. O negócio, que opera o ano todo, tem adaptações conforme as estações. "No verão, o pessoal procura mais lanches, mas no inverno mais massas." No entanto, para ele, essa sazonalidade mudou no pós-pandemia. "Algumas praias têm sazonalidade, mas Capão não. Tem muita vida no

inverno", conta.

No cardápio, o destaque é o xis no prato, feito com base de pão macio e coberto com molho de diferentes carnes, como uma costela preparada por 6 horas. O prato é acompanhado por salada e batata frita. O bauru de avestruz, que conta com opções com provolone ou gorgonzola, é uma das apostas, custando R\$ 69,00. Entre as massas, um dos destaques é a com jacaré cremoso, que sai por R\$ 119,00, além da clássica carbonara, por R\$ 49,00. Régis conta que a essência do negócio está referenciada no nome. "O desafio da nossa cozinha é elevar o sabor dos alimentos, extrair deles o melhor que eles podem dar. Então, Xna10 significa elevar na melhor potência o que o alimento pode te dar", afirma.