

**VERÃO***refresco, expansão*

# Com receita italiana, gelateria amplia operação em Xangri-Lá

**JÚLIA FERNANDES**

juliaf@jcrs.com.br

Recentemente, a Dolcelatto, gelateria localizada em Xangri-Lá, no Litoral Norte, mudou de endereço para expandir a operação. Há 18 anos no mercado, a marca foi adquirida em 2018 pelos atuais proprietários Diego Arend Garcia e Diane Queti Fernandes da Silva.

A ideia da troca de endereço veio com a expansão do cardápio da gelateria, que passou a comercializar cafés, tortas, salgados e doces, açaí, além dos gelatos. O menu é composto por cerca de 20 sabores de gelatos e milkshakes. Entre os mais pedidos, estão o de doce de leite, o de pistache, com a pasta artesanal própria da marca, e o sabor ganache.

Os gelatos podem ser servidos na casquinha ou em pote, custando entre R\$ 15,00 e R\$ 24,00, dependendo do número de bolas escolhidas.

“Comparamos a marca, a fábrica e o laboratório. Desde então, viemos fazendo melhorias, treinamentos, aperfeiçoando sabores e criando conceitos de gelato”, conta Diego. O antigo proprietário, Carlos Brandão, segue no negócio, mas agora à frente da produção.

Após adquirirem a Dolcelatto, os proprietários resolveram fazer uma imersão no mundo dos gelatos e foram para a Itália conhecer mais sobre o produto típico do país.

“Visitamos 42 cidades e provamos gelatos em cada lugar que passamos. Percebemos que a Dolcelatto tinha um grande potencial, porque é uma obra-prima italiana, não é um sorvete industrializado”, afirma Diego, destacando que toda a produção é artesanal, com receitas próprias.

Ambos sócios não tinham experiência com o produto e nem com o empreendedorismo. A operação, gerenciada por Diane, foi o primeiro negó-



Diane Queti Fernandes da Silva e Diego Arend Garcia estão à frente da Dolcelatto há seis anos

cio do casal. Apesar de serem empreendedores de primeira viagem, de acordo com os proprietários, o negócio disparou. “A clientela da Dolcelatto é praticamente o público de Porto Alegre e interior do Estado; 80% do público não é local, é veranista”, diz Diego, comentando que a marca chegou a ter loja na Vila Roubadinhas, em Atlântida.

“Em 2021, abrimos em Capão e ficamos até 2023. Depois viemos para Xangri-Lá, mas para um ponto menor, do outro lado da rua. Em 2024, tivemos a oportunidade de nos

mudarmos para esse espaço bem maior”, explica.

Segundo Diego, com a mudança de endereço veio do aumento da demanda e da necessidade de aprimorar o cardápio. Com a receptividade do público com o novo formato, veio a decisão de franquear a marca. “A ideia é abrir a primeira franquia ainda em 2025. Já estamos no desenvolvimento”, comenta Diego, afirmando que já estão buscando cidades que sejam interessantes para abrir o negócio. “Acredito muito que Porto Alegre, Gramado, Novo Hamburgo têm o nosso público”, destaca.

Apesar dos pontos positivos, Diego reconhece que existem alguns desafios de apostar em um empreendimento no Litoral. “A sazonalidade do nosso negócio é a nossa maior dificuldade. A gente sai do movimento ‘X’, na baixa temporada, de março a novembro, e entra para um movimento muito maior de dezembro para frente”, relata o empreendedor. De acordo com ele, durante o inverno, passam 200 clientes diariamente pela loja. No período de alta temporada, a Dolcelatto atende de 1 mil a 1,2 mil pessoas por dia.

O empreendedor aponta, que o último inverno teve um movimento atípico, maior do o esperado, consequência das enchentes que atingiram boa

parte do Estado.

“O Litoral sempre foi um refúgio de qualquer problema. Foi assim na pandemia também. Nas enchentes, foi a mesma situação. Então, fomos impactados positivamente no nosso faturamento”, observa, destacando que as cidades litorâneas estão cada vez mais preparadas para receber o público em outros períodos além do verão.

Sobre o processo de fabricação dos gelatos, o empreendedor detalha que a iguaria italiana é produzida diariamente em pouca quantidade, para ser consumida no mesmo dia de produção.

“Nossa base é totalmente artesanal e temos aprimorado muito os sabores. Criamos algumas edições especiais, como o gelato de caipirinha, que é alcoólico, e vendemos no Carnaval. No Natal, por exemplo, a gente fez o de panetone, que foi um sucesso”, afirma.

Outro destaque da Dolcelatto é o Limoncello artesanal, que é produzido pelos proprietários e virou sucesso no cardápio. O licor fino de limão siciliano é feito a partir de uma receita que o casal aprendeu, quando viajou para Itália. A garrafa de 500 ml da bebida artesanal custa R\$ 60,00. “É a febre do verão e não damos conta de produzir”, admite o empreendedor.



Na alta temporada, o negócio de Xangri-Lá chega a atender cerca de 1,2 mil pessoas por dia