

Quati volta às origens e foca em sabores afetivos

MINUTO VAREJO » *Gelateria aposta em cardápio de memórias e produção artesanal*

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Sorvete de abóbora, de laranja, de bolo de cenoura. Quem não fica com vontade de provar todos e ainda, “de brinde”, sentir aquele gostinho do passado das receitas da vó, da mãe e da tia? Em Porto Alegre, tem uma gelateria que entrega essa experiência que ganhou força, após uma “parada” estratégica definida pelos donos. O “tempo” foi suficiente para a Quati Gelateria também fazer um reencontro com a proposta original do negócio. “Não tirava férias há nove anos. Aproveitei para reduzir o mix e concentrar a produção em sorvetes”, conta o proprietário, o publicitário Fernando Campello, que é de Santa Maria, no interior do Estado, outro nativo da cidade mais central do Rio Grande do Sul que veio empreender na Capital. O Minuto Varejo já mostrou que um santa-mariense abriu o Empório Boca do Monte no ex-ponto do bar Caverna do Ratão, na avenida Protásio Alves, no bairro Petrópolis.

A loja de gelatos na rua Garibaldi, 1.333, no bairro Bom Fim, ficou fechada entre junho e começo de dezembro do ano passado. Na revisão de cardápio, os bagnetes saíram de cena. Por isso, a Quati Gelato & Baguete agora é Quati Gelateria Artesanal. “Abrimos mão



TÂNIA MEINERZ/JC

Campello mostra sabor de manga com frutas do bosque, uma das combinações exclusivas da casa no Bom Fim

do item que mais vendia, que nos caracterizou e que foi um acidente de percurso”, recorda o empreendedor. Campello lembra que a ideia dos lanches entrou no negócio porque a entrega das máquinas para fazer os sorvetes atrasou quatro meses, e a casa teve de buscar uma alternativa para sustentar a operação. Na época, em 2017, a Quati ficava no bairro Moinhos de Vento: “Era na rua Marquês do

Herval. As bagnetes se transformaram no negócio principal”.

Em 2019, a casa se mudou da Marquês para a Garibaldi, ocupando um sobrado charmoso, com fachada na cor azul. A sorveteria, com aporta para rua e que aposta na relação com a vizinhança, voltou dando mais fôlego à diversidade de sabores. O que também reforçou a flexibilidade e inventividade dos empreendedores. “A gen-

te tem todos os dias sabores novos. Somos uma gelateria artesanal, e o gelato é um produto com possibilidade de produção infinita. Dá para fazer de praticamente tudo”, avisa Campello. “A gente só não tem sabor salgado”, comenta, sobre a opção pelo repertório doce.

Na lista, tem frutas exóticas e chocolates diferentes, cita ele. “A gente só depende das nossas panelas e fornecedores”, explica. No

retorno, ganhou força a inserção de receitas familiares. “Do tipo afetivas”, traduz Campello. “Entre os gelatos que mais vendemos estão os de doce de abóbora e de laranja, que é uma receita da minha mãe”, conta o dono. “Reproduzimos o que faz parte das lembranças das pessoas. Temos o gelato de bolo de cenoura”, acrescenta ele. Imagina como deve ser! Tem sabor de doce de pêssego, comprado de fornecedor de Pelotas, terra da fruta, ou de doce de leite, matéria-prima obtida de uma pequena cooperativa. Os clientes também são fontes das criações artesanais. Campello comenta que frequentadores dão sugestões, como o de ambrosia (doce à base de ovo) mais queimada.

No retorno à cena do negócio com natureza artesanal, o empreendedor comenta que o desafio é competir com marcas com mais estrutura e rede, que vêm abrindo unidades na Capital. “As gelaterias artesanais são praticamente invisíveis nos catálogos, mas elas têm um produto gastronômico e turístico. No mundo todo, isso gera movimentação de turistas, que viajam para provar sabores e para conhecer as melhores gelaterias”, valoriza. “Essa cultura começa a chegar ao Brasil”, anima-se o proprietário, que promete surpreender os visitantes. A Quati abre de segunda a domingo, das 13h30min às 21h.

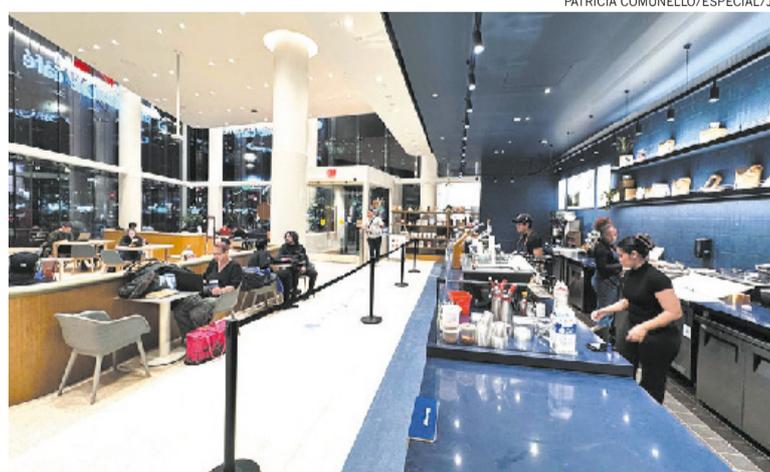
Banco tem cafeteria, coworking e internet de graça, mas em Nova York

Já pensou em entrar em uma agência bancária e pedir um cappuccino ou um café gelado, acomodar-se em mesas e sofás confortáveis para trabalhar e usar internet de graça? A coluna conheceu em Manhattan, em Nova York, pertinho do Central Park e Columbus Circle, a agência que em nada lembra banco. “Parte café, parte banco, totalmente seu” (em inglês, Part cafe, part bank, all yours) está adesivado na fachada do Capital One, que abriu no ponto no fim de 2024. Para clientes, tem outro atrativo. O café tem desconto de 50% e é de qualidade, em parceria com a Verve Coffee, criada na Califórnia, nos anos 2000.

O Capital One tem mais três unidades como a da rua 60 no ponto onde tinha uma Starbucks.

Os atendentes recebem o público na porta, indicando que pode aproveitar o local. Não oferecem produtos. Um deles explicou ao Minuto Varejo que a ideia não é vender produtos, abrir conta ou convencer sobre investimentos. Caso alguém pergunte ou queira mais informações de produtos bancários, ele sugere.

Além de cafeteria e mobiliário, há cabines para reuniões e conversas reservadas mais ao fundo. A estudante de Engenharia de Software Christie Valentin reservou uma sala. “Nunca tinha imaginado isso em um banco. A sala é ótima, silenciosa confortável”, descreveu Christie. “O espaço é muito legal”, aprovou a jovem, que mora no Queens, um dos distritos nova-iorquinos, fora da ilha. A



PATRICIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

Operação em parceria com a marca Verve atrai público para o ambiente

estudante contou que migrou do Bank of America ao Capital One justamente pela possibilidade de utilizar o ambiente e ter descontos. Em Nova York, são quatro pon-

tos. Um quinto abrirá e no Queens. O Capital One estreou o formato em 2016. Depois concorrentes seguiram a ideia, disse o atendente. “Copiaram o que é bom”.



PATRICIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

Christie migrou para o Capital One para aproveitar o espaço