

ARTIGO

Hey! Artigos podem ser enviados para geracaoe@jornalcomercio.com.br.
Os textos para este espaço devem ter no máximo 2200 caracteres e estarão sujeitos à edição.

Prato único - desafio ou oportunidade?

Um levantamento feito pelo Instituto Foodservice Brasil (IFB), em 2023, mostrou que o mercado brasileiro de foodservice era composto, já naquele ano, por aproximadamente 1,6 milhão de estabelecimentos em atividade, que juntos somavam um faturamento de R\$ 217,6 bilhões. Em 2024, o setor atingiu crescimento de 3,2% e, para 2025, é estimado um avanço de 6,9%, na comparação com o atingido no ano passado.

Tais dados colocam o País entre um dos cinco maiores mercados do mundo, com diversos pequenos e médios negócios em funcionamento. Isso significa que há um espaço imenso para consolidação do setor. O IFB também revelou, por meio de monitoramento

realizado mensalmente, que o estado de São Paulo abriga o maior mercado de foodservice do Brasil, com mais de 419 mil pontos de alimentação ativos.

Ou seja, de fato, ainda há muito espaço para crescimento e para a disseminação de diferentes conceitos e modelos de negócios. Uma das tendências apontadas pelo IFB tem relação com a personalização das experiências gastronômicas. Segundo o instituto, existe uma demanda crescente por ofertas adaptadas às preferências individuais e culturais dos consumidores.

Pensando neste contexto, destaco a possibilidade de imersão nas diferentes opções de culinária internacional não apenas pelos seus diferentes temperos e sabores, mas tam-

bém pelos desafios, oportunidades e pela curiosidade que podem despertar.

Um exemplo interessante tem relação com o conceito de restaurante com prato único, cujas raízes vêm da Europa. Trata-se de um modelo de operação que se consolidou ao longo do século XX especialmente em países como a França e a Suíça. O objetivo central de restaurantes com essa característica reside na garantia de qualidade excepcional, padronização no preparo e experiência inigualável a quem escolhe degustar o prato executado com exclusividade pela casa.

Acredito nesse modelo de operação, inspirado na originalidade e em um conceito inovador, por uma série de



GLAUCIA FERNANDES
Diretora de franquias
do L'Entrecôte de Paris

vantagens que o acompanham, tais como a possibilidade de otimização da operação do restaurante, permitindo a realização de um serviço muito rápido e extremamente

eficiente e a possibilidade de atrair clientes que buscam uma experiência realmente autêntica e sem complicações.

Um restaurante especializado em um único prato também traz em sua essência uma oportunidade especial, que é possibilidade de inovar e diversificar outros segmentos de cardápio, caso das entradas, das bebidas e das sobremesas. É claro que os clientes irão ao local com o objetivo principal de degustar a especialidade da casa, mas as oportunidades que são reveladas com a diversificação desses outros itens do menu podem transformar cada visita em uma experiência diferenciada.

As possibilidades são infinitas e as chances de encantar o cliente se renovam a cada transformação realizada. Vale a pena investir nesse nicho tão cheio de possibilidades.

BOM SABER

dicas, sugestões, informações



As pulseiras custam R\$ 39,00 e estão à venda na Magalu e no Mercado Livre. Para saber mais, acesse o site da iniciativa (pulsors.com.br) ou o Instagram ([@pulso.rs](https://www.instagram.com/pulso.rs)).

Venda de pulseiras gera renda para mulheres atingidas pela enchente

GABRIELI SILVA
gabrielis@jcrs.com.br

Em maio de 2024, as águas invadiram ruas e lares no Rio Grande do Sul. Para muitas mulheres, especialmente chefes de família, a catástrofe climática significou não apenas a perda de bens materiais, mas também da estabilidade emocional e da perspectiva de futuro. Foi nesse contexto que nasceu o Pulso RS, uma iniciativa que transformou linhas de crochê em pulseiras símbolo de reconstrução.

Idealizado pela Rede Asta em parceria com o Atados e a artista Mana Bernardes, o projeto propôs algo simples e poderoso: capacitar mulheres em situação de vulnerabilidade para a produção artesanal de pulseiras. O produto foi desenvolvido com

um modelo de crochê de fácil execução, combinado com plaquinhas de porcelana ilustradas com palavras como "fé", "amor", "coragem" e "regeneração".

A produção começou em julho de 2024 nos abrigos de Porto Alegre e Canoas. A primeira parceria foi firmada com a Casa Violeta, abrigo para mulheres vítimas das enchentes. De lá, a ideia se expandiu para outros centros de acolhimento, atingindo 66 mulheres. Destas, apenas 32 tinham experiência anterior com artesanato. "Era um momento de fragilidade enorme. Muitas mulheres duvidavam se conseguiriam dar conta de aprender algo novo. Mas se desafiaram - e conquistaram resultados incríveis", conta Alice Freitas, uma das idealizadoras do projeto. Entre julho de 2024

e fevereiro de 2025, foram produzidas 19 mil pulseiras, gerando uma renda líquida de R\$ 190 mil para as participantes.

Cada peça vendida significava não apenas ganho financeiro, mas também o resgate da autoestima. De acordo com um levantamento do projeto, 96% das mulheres afirmaram ter percebido melhora no bem-estar e na autoconfiança. "O artesanato foi uma oportunidade de recomeço: além de ocupar a mente e ajudar a superar dificuldades, gerou renda em um momento em que eu mais precisava. Pretendo continuar lutando com o que tenho em mãos para seguir em frente por mim e pela minha filha", relata Denize, moradora de Eldorado do Sul. Um ano após a enchente, ela ainda não conseguiu retornar ao lar e hoje



As pulseiras são vendidas por R\$ 39,00 em e-commerces

vive na Casa Violeta, onde tenta reconstruir sua vida.

A comercialização das pulseiras envolveu mais de 40 parceiros institucionais e empresariais, com destaque para os Institutos Renner, Helda Gerdau e Beja. Até agora, cerca de 9 mil pulseiras foram vendidas, entre lojas físicas e plataformas de

e-commerce como o Magalu e Mercado Livre.

Após o encerramento da produção, o Pulso RS deu mais um passo: 35 mulheres continuaram em formação empreendedora, aprendendo técnicas mais avançadas de crochê e noções de gestão de pequenos negócios, estimulando a autonomia.