

Cautela é a tendência no consumo fora de casa



TÂNIA MEINERZ/JC

Os clientes não deixarão de ir a bares e restaurantes, mas estarão mais criteriosos na hora de escolher

➔ GASTRONOMIA

ISADORA JACOBY

isadora@jornaldocomercio.com.br

O consumidor gaúcho seguirá fazendo refeições fora de casa em 2026, mas de forma criteriosa. É isso que aponta o Sebrae-RS através do levantamento sobre Alimentação Fora do Lar (AFL). Francine Danigno, analista de articulação e projetos do Sebrae-RS, garante que o ano exige cautela dos estabelecimentos gastronômicos, que deverão investir no atendimento como diferencial.

Isso porque, segundo a especialista, o consumidor gaúcho não deixará de frequentar restaurantes, mas deve desacelerar, de modo que essa escolha passará por mais pontos. "Os bares e restaurantes precisam estar antenados, com bastante cautela em relação aos custos e ao desperdício, porque as pessoas estão com limitação de recursos. Não quer dizer que elas não irão se alimentar fora, mas vão sair menos. É importante que o restaurante, quando ele se torna a opção desse cliente, tenha um foco e um cuidado para que ele tenha um bom atendimento e não tenha desperdício", indica Francine.

Os empreendedores também devem dar atenção para o calendário, marcado por feriados prolongados e por eventos como a Copa do Mundo. "Se o feriado tem uma relação com o que é servido ou se é possível fazer uma ação promocional, ele deve se planejar para aproveitar esse momento e vender mais. Mas se ele não tem essa condição pelo caráter do negócio não ser relacionado ao calendário, o melhor é que ele cuide bastante de seus estoques para que ele tenha sem-

pre o estoque mínimo", ressalta.

O custo não está no centro da decisão, garante a especialista. A essência do negócio será mais definidora na hora do cliente escolher onde ir. "As pessoas estão preocupadas com o preço, mas o preço não é o caráter principal. Estão cuidando se o que a empresa apresenta se conecta com elas. Se o propósito da marca é aderente ao propósito que o cliente tem", afirma.

Nessa esteira, o Sebrae-RS aponta como uma tendência para o mercado de gastronomia em 2026 a valorização da gastronomia afetiva. A clientela tende a buscar mais por aquilo que gera conexão, e não focar tanto em modismos. "As pessoas estão buscando se conectar com uma alimentação que relembre algo sobre elas", diz a especialista. Mesmo que o ano não vá ser marcado pelo destaque às novidades, é preciso entender que uma gastronomia mais inclusiva — com opções vegetarianas, veganas ou para restrições alimentares — já não é mais tendência, é realidade. "O restaurante precisa ter a opção, porque uma pessoa com restrição retira uma mesa inteira do restaurante", alerta.

Segurança alimentar

Em 2025, ações da Vigilância Sanitária que interditaram temporariamente operações conhecidas de Porto Alegre viraram pauta nas redes sociais. "É um assunto que temos trabalhado bastante, especialmente pelos acontecimentos do ano anterior. O cliente também olha isso, se tornou fator decisivo para ele também. É muito importante que as empresas mantenham a sua frequência de cuidados em relação a legislação, e também tenham uma forma de demonstrar isso para o cliente,

mas que não seja só com aquele objetivo comercial. Comunicar como ela procede, os treinamentos que a equipe faz é uma forma que a empresa tem de mostrar que está cuidando do cliente, e, ao mesmo tempo, cuidando da equipe", indica.

Se nos espaços físicos o atendimento e a experiência são os diferenciais, no delivery a competição por preço segue ditando a escolha dos clientes. "O delivery tem alguns aspectos diferentes, porque normalmente se escolhe pela praticidade, o cliente não quer ir a um estabelecimento. Tem outros elementos, como tempo de entrega, se está chegando numa padronização que é a esperada. Trabalha-se muito a competição pelo preço. Tem muitos mais fatores para administrar além do que o restaurante físico trabalha", compara.

Parceiros locais

Deve estar no radar dos empreendedores a aposta em parceiros locais para compra de insumos e produtos. Francine resalta que isso garante vantagens em diferentes frentes, como poder trabalhar com estoques mais frescos e usar as conexões com outros negócios como estratégia de marketing. "Do ponto de vista financeiro, quando tem esse elemento local pode ter sempre um estoque mínimo, já que se tem uma proximidade com aquela empresa. O estoque se mantém na indústria, e o empreendedor só busca quando precisa de fato", afirma, destacando as vantagens estratégicas. "Tu tens o teu parceiro local trabalhando junto, pode ser uma grande parceria. A conexão de marcas que se unem porque tem um propósito semelhante engradece muito a imagem dessas empresas", diz Francine.

MURAL

➔ O Mercado Brasco, operação que tem unidades no Bom Fim e no Moinhos de Vento em Porto Alegre, está com inscrições abertas para profissionais que buscam atuar em um ambiente de vizinhança e troca, com vagas para as funções de auxiliar de loja, auxiliar de cozinha, barista e caixa. A empresa reforça seu compromisso com a diversidade ao incentivar ativamente candidaturas de pessoas negras, indígenas, LGBTQIAPN+ e de baixa renda para integrarem a equipe. O link para acessar as vagas disponíveis do Mercado Brasco

é brasco.gupy.io/.

➔ O Agridoce Café está em processo seletivo aberto para o cargo de atendente de cafeteria. A vaga, com contratação em regime CLT, busca profissionais comunicativos, responsáveis e que tenham facilidade no atendimento ao público e no trabalho em equipe. O horário de atuação é das 15h20min às 21h45min. Os interessados devem encaminhar o currículo diretamente para o WhatsApp da empresa, pelo número (51) 98170-5338. A loja fica na rua Sarmento Leite, nº 1030, na Cidade Baixa, em Porto Alegre.

EVENTOS

➔ Hoje, às 17h, o Ciclo de Debates | ARI 90 anos promove seu primeiro encontro, intitulado Trajetórias & Atuação. O evento, realizado no Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa (MuseCom) em parceria com a ARI e patrocínio do Banrisul, discute a história da associação e sua interface com as tendências digitais. O painel contará com a presença do presidente da ARI, José Nunes, e da jornalista Cristiane Finger, abordando também a trajetória do Prêmio ARI. O encontro integra a programação da exposição ARI 90 anos, em circuito no museu até abril. O evento ocorre no MuseCom, na rua dos Andradas, nº 959, no

Centro Histórico de Porto Alegre. A entrada é gratuita, e os ingressos podem ser adquiridos pelo link bit.ly/90ARI.

➔ No dia 10 de março, a ExpoEcomm 2026, maior circuito de e-commerce do Brasil, realiza a sua edição em Porto Alegre. O evento apresentará dois palcos simultâneos com cases reais e estratégias avançadas, além de uma área de exposição que reúne marketplaces, plataformas, agências e soluções de logística e gestão. O encontro ocorre no Multipla Hall, no Barra Shopping Sul, na avenida Diário de Notícias, nº 300, no bairro Cristal, e as inscrições devem ser feitas pelo link bit.ly/expocom2026.



Na próxima terça-feira (3), acontece o Marcas de Quem Decide, premiação promovida pelo Jornal do Comércio que, há 28 anos, reconhece as marcas preferidas e as mais lembradas no Rio Grande do Sul. A edição de 2026 terá novidades. Além do momento de premiação, que ocorrerá pela manhã, o período da tarde será marcado por palestras sobre conteúdo de branding, com Geraldo Rufino, Marcus Rossi, Cesar Paz e Greta Paz e Elis Radmann. Inscrições e mais informações em tinyurl.com/mve622dn.