

De clientes a sócios, amigos assumem pub no Menino Deus

Já imaginou frequentar um bar por anos e, de uma hora para outra, ter a oportunidade de assumir a gestão? Essa história é real, e aconteceu no bairro Menino Deus com os amigos Gabriel de Almeida e Carlos Mainá.

Os dois passaram a comandar, no fim de 2025, o **Regional**, pub que completa 10 anos de história na próxima terça-feira (21) e já virou ponto de encontro para os amantes de cervejas artesanais produzidas em solo gaúcho. Eles formam a terceira gestão do Regional, mas, por pouco, não foram a segunda.

Quando o negócio foi vendido pela primeira vez, os parceiros quase assumiram a marca. "A gente era colega de academia, chegou a falar sobre, mas naquela época optamos por não seguir em frente. Agora surgiu a oportunidade de novo e a gente abraçou", explica Gabriel.

"Resolvemos dar esse passo a mais, de adquirir aqui, tocar o negócio que a gente já conhece e frequentava e gostava, a gente já tinha a ideia mais ou menos daquilo que deveria ser melhorado", completa.

Ajustes e melhorias na nova gestão

Clientes fiéis e já conhecidos nos arredores, eles adquiriram a operação de forma saudável, pois

o dono já queria se desvencilhar do ponto. A situação que encontraram não carregava problemas financeiros, mas muitos contratempos em relação à infraestrutura.

"Na nossa visão de cliente, não enxergávamos que havia tantas demandas, a gente só começou a ver que tinha bastante coisa por fazer quando entramos para o lado de cá do balcão", diz Gabriel.

Foi então que colocaram em ação um pacote inicial de melhorias: a nova direção priorizou o conserto de equipamentos, como geladeira, ar-condicionado e o balcão de atendimento, ampliou o número de mesas e cadeiras — que agora acomodam 80 pessoas levando em consideração o espaço da rua — e melhorou a higiene geral do espaço.

O mais importante, porém, foi a adição de mais duas torneiras de chopp, totalizando sete opções. Também foi realizada a compra de mais uma TV, sendo possível assistir dois jogos simultaneamente. "Antes, se tivesse conflito de horário, sempre passava o time que iria jogar fora, hoje em dia conseguimos transmitir os dois", garante Gabriel.

Essência e cardápio

No entanto, como se trata de um bar que carrega muitas histórias, eles apontam que cuidam ao



Gabriel e Carlo comandam a Regional Cervejas Artesanais

máximo antes de realizar qualquer mudança para preservar a história e o norte da marca Regional: trabalhar com cervejas da região.

Falando de cerveja, a marca sempre busca manter o giro constante de opções nas torneiras. Só que, há muito tempo, a queridinha do público vem sendo a Cachorro Ovelheiro, IPA de 500ml produzida em Garibaldi pela Cervejaria Guarneri. Com graduação alcoólica de 6%, o diferencial se dá pelo aroma frutado, composto por lúpulos americanos, com maior evidência de maracujá.

Uma das comemorações mais usuais no pub é o famoso happy hour depois do expediente. Desse modo, eles perceberam que uma reclamação comum era

a pouca diversidade no que diz respeito às comidas.

"Antes, só tinha pizza. Hoje a gente já implementou o espetinho e está fazendo outros testes, porque todo mundo reclamava muito da comida e das cervejas que eram sempre as mesmas", revela Carlos, que garante os aperitivos de terça a domingo, quando o bar abre, e não somente nas quartas, quando o parceiro **Nitro Food Truck (@nitrofoodtruck)** estaciona em frente ao pub para oferecer hambúrgueres à clientela.

Nova fase e programação do bar

Preparando-se para o frio que se aproxima, os sócios montaram uma pequena adega para

introduzir vinhos locais, já que uma contestação frequente dos usuários era ter somente stouts para consumir em dias mais gelados. O movimento faz parte de uma nova fase da marca, que quer se tornar Empório Regional.

"A gente começou a movimentar mais o Instagram, e foi bem importante. Desde que a gente assumiu aqui, tivemos um acréscimo substancial no número de seguidores, que já estão beirando os 10 mil", comemora Carlos. "O pessoal vem elogiando bastante, porque era um ponto que não era muito utilizado", conclui.

A semana tem programação fixa e começa com a terça da IPA, com preço especial: o pint sai pelo preço do half. Na quarta, o food truck entra como opção de alimentação. De quinta em diante, a casa costuma receber atrações ao vivo - voz e violão, MPB, Rock, DJs, além de samba e pagode.

Endereço e horário de funcionamento

O Regional está localizado na rua Múcio Teixeira, nº 329, no Menino Deus. O pub abre de terça a sábado, das 16h à meia-noite; e aos domingos das 16h às 23h.

Know-how é ativo estratégico na transição de gestão

Começar do zero ou assumir um negócio existente. Esse é um dilema que permeia o pensamento de muitos futuros empreendedores e até empresários mais experientes. Lucas Bonacina Roldan, professor da Escola de Negócios e do Programa de Pós-Graduação em Administração da Pucrs, defende que a escolha depende, acima de tudo, do perfil do empreendedor. Para quem está começando no meio ou ainda pensando em largar a CLT, assumir um negócio já validado pode ser a estratégia mais segura, pois o início é o momento mais vulnerável.

"Começar com algo já validado no mercado é mais fácil: tu entras com uma marca que já tem história, know-how e até uma base de clientes. No fim, é uma estratégia mais segura para quem está começando, porque reduz a incerteza sobre produto, serviço e público", afirma Lucas.

O professor aponta, porém, que a percepção de quem tem mais casca no empreendedorismo pode ser diferente. Segundo

ele, esse grupo possui maior facilidade para lidar com riscos e identificar oportunidades ao começar do zero. "Se tu és um empreendedor mais experiente, a tendência é começar do zero, porque tu já tens uma melhor leitura de oportunidades. O brasileiro naturalmente se expõe um pouco mais ao risco, o que reforça esse perfil mais propenso a criar ou transformar negócios", garante.

Adquirir uma operação tende a ser o passo mais seguro. Entretanto, é crucial compreender a espinha dorsal do empreendimento: o que torna o negócio lucrativo, quem são os clientes, os fornecedores, a proposta de valor e a qualidade esperada. "Tu tens que entender a lógica do negócio para conseguir avançar. Que experiência tu tens com o negócio, quais são os contatos, qual conhecimento tu possui desse setor e de suas particularidades", contextualiza o professor ao defender que, antes de assumir, é necessário entender o que faz com que um negócio se sustente.

Não basta avaliar apenas



Lucas Bonacina Roldan é professor da Escola de Negócios da Pucrs

números como faturamento e custos, é preciso também analisar os ativos intangíveis. O especialista acredita que um deles é o conhecimento passado pela gestão anterior. "Muitos processos são informais e ficam apenas na cabeça do antigo dono ou da equipe. Se a transição for mal feita, esse saber vai embora, o que pode frustrar os clientes e penalizar a nova direção", defende.

Nessa linha, manter a equipe, num primeiro momento, pode ser válido, considerando que

os funcionários são a "cara" do negócio, o que preserva tanto a identidade e a história do local quanto traz conforto ao cliente já fidelizado. "Vícios vêm junto, mas manter a equipe é uma boa prática. Ajustes podem ser feitos paulatinamente, para imprimir a identidade do novo gestor sem descaracterizar o negócio", explica Lucas.

Ainda em relação às mudanças, o especialista argumenta que esse processo começa de dentro para fora. No

início, o ideal é dar prioridade para melhorias que não aparecem para o cliente final, como controle de custos, organização financeira e demais processos internos, como a gestão de equipe citada anteriormente.

De acordo com o professor, esse movimento é primordial, pois, além de blindar a tradição de um negócio, permite que haja mais tempo para pensar em testes no que se refere às inovações incrementais. Lucas diz que mexer em produtos ou reposicionar a marca são ações de risco, não podendo ser feitas de maneira brusca. "A ideia é aprender com o mercado, bem como com a equipe e os clientes", sustenta.

Apesar de estar de cara nova, cabe avaliar os efeitos do marketing em cima da nova gestão. Se o negócio ia bem, o professor recomenda que se faça de maneira discreta. Não há por que efetuar um alarde publicitário imediato, pois isso pode afastar a clientela saudosa.

Siga lendo a matéria em geracaoe.com