

Após primeiro ano de funcionamento, negócios miram na consolidação

Há quem diga que o primeiro ano de um negócio é o mais desafiador na jornada de empreender. Em Porto Alegre, alguns espaços celebram esse momento compartilhando aprendizados

➔ NEGÓCIOS

Entre os desafios e as novidades do primeiro ano de um negócio, um dos movimentos mais importantes para a consolidação da operação é a transição do trabalho operacional para a gestão estratégica do empreendimento. Pelo menos esse foi o destaque apontado por Rafael Gross, um dos sócios do restaurante **Amado**, que começou a operar em abril de 2025.

Ao lado de Rafael, Carol Moraes e Eduardo Smidt formam o quadro societário do negócio, localizado no Centro Histórico. Após 12 meses, a proposta do espaço se mantém: ser um refúgio afetivo, onde priorizam uma gastronomia simples, com técnica e preços acessíveis. Do período de abertura para o momento atual, uma das grandes mudanças foi a entrada de Carol na sociedade. Apesar de Rafael e Eduardo terem experiência em grandes restaurantes, os primeiros dias mostraram que, para dar conta da demanda, seria necessário um reforço. A estratégia para fortalecer a operação foi convidar Carol para somar ao quadro societário.

"Trabalhei em um restaurante com demanda industrial e depois em restaurantes com demanda de processo, com refino. Pensei 'a gente não vai apanhar aqui', porque eram 25, 30 clientes inicialmente. A realidade foi que no primeiro dia apanhamos, no segundo dia apanhamos e no terceiro também. A Carol já tinha trabalhado conosco em outros restaurantes, tem uma mão muito boa nos drinks, além de muito conhecimento de bar e hospitalidade", conta Rafael.

Segundo os sócios, o primeiro semestre foi um período de sobrevivência, enquanto o segundo serviu para entender o



O Amado Restaurante serve cerca de 1,5 mil pratos por mês, sendo o PF com frango empanado, purê de cabotiá e vinagrete o carro-chefe

fluxo do negócio. Entre agosto e dezembro, ocorreu o boom do empreendimento, quando o número de clientes passou de 45 para 100 em poucos dias. A equipe precisou se adaptar rapidamente. Agora, no segundo ano, os sócios começaram a planejar o futuro com base no crescimento e nas margens obtidas. "Tivemos que depositar muita energia, realizar alguns sacrifícios. Nesse primeiro ano, a prioridade era estar aqui, não estar em casa", desabafa Rafael. "Tinha dias que chegávamos às 6h30min e saíamos depois das 22h", lembra Carol.

Estratégia para crescer

Para consolidar a proposta do Amado foi necessário olhar para o estratégico. Os sócios entenderam a necessidade de fortalecer tecnicamente a cozinha para que ela ganhasse mais autonomia. Atualmente, Rafael e Eduardo fazem um rodízio: passam três dias na cozinha e três dias no salão, o que permite uma visão mais ampla da operação. Entre as ações do primeiro ano está o Rolê da Fila. Em períodos de grande movimento, a espera pode durar de 1h a 1h45min. Para gerenciar isso, criaram uma ação que disponibiliza bebidas e entradas exclusivas para quem aguarda, transformando um problema

em oportunidade. "Desenvolvemos um drink especial para os clientes tomarem na fila, você não consegue pedir ele aqui dentro", comenta Carol.

O pensamento estratégico também se reflete nas reuniões de final de mês, com avaliações de planos de venda. Um exemplo é a permanência do PF no cardápio. Embora exija mais trabalho operacional, a análise mostrou que ele é o principal motivo de retorno e fidelização. "É o prato que mais me dá trabalho na cozinha, mas não consigo tirar. É o prato que nos deu muita identidade", destaca Rafael.

Atualmente, o Amado entrega cerca de 1,5 mil pratos por mês, sendo o PF o carro-chefe, com cerca de 850 unidades. O prato consiste em peito de frango empanado na farinha de milho, purê de cabotiá, farofa da casa, vinagrete de feijão carioca e mix de folhas verdes. Outro destaque é a galinha-da, considerada o prato que melhor representa a proposta do negócio por ser simples, mas ainda assim técnico. O preparo leva arroz cateto, sobrecoxa de frango, base de soffrito — técnica espanhola, demi-glace para trazer colágeno, maionese, pickles, farofa e salada.

Na parte dos drinks, o destaque é o Amadinho, criado

para um menu de Dia das Mães e incorporado ao cardápio fixo. Carol utiliza técnicas como clarificação e infusões para criar coquetéis leves e autorais. Outra demanda percebida foram os vinhos, com parcerias com produtores locais da Serra Gaúcha. Entre os orgulhos da operação está o tempo de entrega.

A equipe trabalha com uma inteligência de cardápio que permite servir cada prato em média em 2 minutos e meio. Mesmo com a casa cheia, o tempo máximo de espera é de 20 minutos. "Precisamos saber o que a nossa cozinha consegue operar na 'dança' do serviço. Não pode ser algo muito complexo", explica Rafael.

Em um ano, o Amado ampliou o salão e a cozinha, após assumir o ponto vizinho. Hoje, o espaço comporta cerca de 35 pessoas, mas atende entre 95 e 100 clientes em dias de pico. Recentemente, o restaurante bateu o recorde de 103 atendimentos em um único dia. A equipe também foi ampliada, são cinco funcionários fixos e três freelancers aos fins de semana. Mesmo operando todos os dias, os sócios mantêm escala 5x2 para a equipe. "Conseguimos respeitar a escala para que a equipe descanse. A equipe, mas nós como sócios

ainda não", brinca Rafael.

Segundo ele, o sucesso do negócio se dá por muitos motivos, entre eles a sua formação no Senac, em 2019. Rafael afirma que tudo o que sabe e sua identidade como cozinheiro foram construídos na instituição e nos ensinamentos de seu mestre, Mamadu. "O Senac foi o lugar que me trouxe da forja", define, explicando que ali construiu sua base técnica, enquanto as experiências posteriores serviram para lapidar esse conhecimento. "Desde que eu estava no Senac, a ideia primordial foi ter um restaurante no Centro. Entendia que tinha espaço para algo entre o bufê e a à la minuta de grande quantidade."

Para quem está entrando na jornada empreendedora, os sócios deixam algumas dicas. "Tenha convicção e deposite energia. Não vai aparecer o momento certo. Desenha, escreva, entenda o que tu quer, avalia os riscos, mas se tem convicção, faz", afirma Rafael. Depois do negócio construído, a transparência com a equipe é essencial. "Seja claro com quem está trabalhando contigo. Jogar limpo, falar dos problemas e resolver rápido. Eles vão acontecer. É preciso ter controle emocional, porque todo dia é um The Bear diferente", conclui.