



Un caffè
Una storia

Percurso celebra café especial em Porto Alegre

A Rota das Cafeterias soma mais de 30 negócios com o objetivo de estimular que os consumidores circulem por diferentes operações. Maristela e Antônia França são sócias no La Stella Caffè, estreante na rota de 2026

Página Central

➔ EDITORIAL

Copa do Mundo é oportunidade para negócios

Não tem jeito, o período de Copa do Mundo impacta a rotina dos negócios. Se antes da competição começar pensava-se que, pelo horário dos jogos, o mundial não mexeria com a rotina das pessoas, com uma semana de Copa do Mundo podemos dizer que, sim, o clima é de busca pelo hexa.

Bolões, trocas de figurinhas, reunião para ver os jogos: tudo isso causa um frisson que pode impactar os negócios – de forma positiva. Nesta edição, mostramos alguns dos diversos negócios que pensaram ações especiais para o período, surfando na onda de um dos momentos que mais movimenta a rotina de bares e restaurantes.

Aqui no Rio Grande do Sul, os meses de junho e julho são marcados pelas baixas temperaturas e, consequentemente, por uma aderência maior aos serviços de delivery, com o público priorizando ficar em casa. Com a Copa do Mundo, reuniões entre amigos para assistir aos jogos leva grupos para as ruas, criando uma oportunidade de tornar um mês de baixa em alta temporada.

Ainda há bola para rolar dentro e fora de campo. Quem não preparou uma ação especial ainda pode pensar de que forma o período pode ser promissor para o seu negócio, seja com algo que estimule vendas, capte novos clientes, ou até com ações internas, de endomarketing, engajando o time em iniciativas que, por meio da temática da Copa do Mundo, fortaleçam o espírito de equipe e o clima positivo da empresa. Fato é que não dá para ficar alheio. Os próximos dias serão tomados pelo futebol e pelo clima de festa.

ISADORA JACOBY
@isajacoby

➔ EXPLORAR

Cinco movimentos de consumo que marcaram a Natural Tech



ARQUIVO PESSOAL/JC

Giovana Freitas, head de relacionamentos da Matriz

Reconhecida como a maior feira de produtos naturais e de bem-estar da América Latina, a Naturaltech reúne mais de 1,7 mil marcas e cerca de 61 mil visitantes de 42 países. A edição de 2026 aconteceu entre os dias 10 e 13 de junho em São Paulo. Giovana Freitas, head de relacionamentos e inovação da agência Matriz, compartilha cinco insights da feira.

1. União de categorias

Em vez de comunicar apenas um diferencial, as marcas estão buscando entregar múltiplos benefícios de forma integrada, como fibra mais proteína, prebióticos mais leveza ou energia mais bem-estar. O foco deixa de ser um único atributo e passa a ser uma proposta de valor mais completa.

2. Fracionamento e novas porções

Chamou atenção o aumento de produtos com embalagens menores e formatos fracionados. Esse movimento parece refletir uma mudança no comportamento de consumo, marcada pela busca por porções mais adequadas às necessidades individuais e por um consumo mais consciente. Também pode estar relacionado aos impactos dos medicamentos à base de GLP-1 e aos novos hábitos alimentares que vêm ganhando espaço.

3. Simplificação das formulações

O conceito de clean label segue forte, mas agora com uma preocupação ainda maior em tornar os rótulos mais simples, transparentes e fáceis de compreender. O objetivo é aproximar o consumidor da composição do produto, gerando mais confiança e percepção de qualidade.

4. Saúde como protagonista

O benefício vem primeiro; o prazer de consumo acompanha essa entrega. Um exemplo claro desse movimento são as bebidas prebióticas. Diferentemente dos refrigerantes tradicionais, as bebidas prebióticas se posicionam a partir de um benefício funcional: a saúde intestinal. O sabor continua sendo importante, mas assume um papel secundário, atuando como um facilitador para a recorrência do consumo.

5. Experiências alinhadas ao propósito da marca

Os estandes deixaram de ser apenas espaços de exposição e passaram a atuar como extensões do posicionamento das marcas, criando momentos de conexão genuína com o público. É mais um reflexo da evolução do ponto de venda, que passa a ser entendido como um espaço de relacionamento, experimentação e construção de vínculo emocional.

Geração-e

Hamburgueria reúne marcas em campanha de Copa

O De Rua Burger, hamburgueria do Grupo Manda Brasa, lançou uma campanha que reúne marcas da cena gastronômica de Porto Alegre em torno da Copa do Mundo de 2026. Batizada de Seleções De Rua, a ação traz uma série de hambúrgueres de edição limitada inspirados em países participantes do torneio e desenvolvidos em parceria com operações locais. Ao longo de junho e julho, William & Sons Coffee Co.,

Oak's Burritos y Bowls, Roister Food and Beer Culture, Sabor de Luna e Sfogliá assinam receitas exclusivas que serão oferecidas na unidade do Parque Pontal e também pelo delivery. A cada semana, um novo sanduíche entra em cartaz, combinando a identidade dos smash burgers da casa com ingredientes e referências gastronômicas dos países homenageados. Aponte a câmera para o QR Code ao lado e saiba mais.



RAFAEL BAUER/DE RUA/DIVULGAÇÃO/JC



ISADORA JACOBY
Editora-assistente
@isajacoby



JÚLIA FERNANDES
Repórter
@eujuliafernandes



MANUELA CASSANO
Estagiária
@manu.cassano



GUSTAVO MARCHANT
Estagiário
@marchxt

Editor-chefe:
Guilherme Kolling

Projeto gráfico:
Luís Gustavo
Van Ondheusden

Após incêndio, padaria prepara reabertura



PADARIA PETRÓPOLIS/DIVULGAÇÃO/JC

A futura Padaria Petrópolis vai operar na rua Barão do Amazonas, n° 238, em cerca de 90 dias

Com espaço ainda maior que o anterior, o negócio continua a operar na rua Barão do Amazonas, mas em novo número

➔ NEGÓCIOS

MANUELA CASSANO
manuelac@jcrs.com.br

Após um incêndio de grandes proporções ocorrido no mês de maio, a **Padaria Petrópolis (@padaria_petropolis)** está em processo de reestruturação. Os empreendedores à frente do negócio, o casal Josiane e Flávio Zaniratti, preparam-se para a reabertura do empreendimento em novo endereço ainda maior, localizado na rua Barão do Amazonas, n° 238, na Zona Leste, que deve ser inaugurado em 90 dias.

O incêndio na madrugada do dia 5 de maio de 2026 causou um prejuízo avaliado inicialmente em torno de R\$ 1,5 milhão, contando com equipamentos e danos à estrutura e produtos.

Para a empreendedora, em meio às dificuldades e novas perspectivas para o negócio, as lembranças do incêndio ainda representam um marco difícil em sua trajetória. "Toda vez que passo na elevada da Igreja Santo Antônio e olho para frente, lembro de ver fogo ali. É uma dor, aquilo ali vai ficar na nossa

cabeça por anos", conta Josiane.

Segundo ela, a reserva emergencial que o casal possuía foi utilizada para arcar com a folha de pagamento dos funcionários da padaria, que já chegou a contar com uma equipe de 32 pessoas para manter as operações. "Depois que a gente fez a demissão, a grande maioria tinha fundo para receber, seguro desemprego, então, graças a Deus, eles ficaram amparados com essa situação", explica

Antes de idealizar uma nova localização, o casal contava com a recuperação do antigo ponto, movimento que não foi possível devido ao arrendamento do local, realizado pelo proprietário após o incêndio. O seguro, originalmente apontado como instrumento para reerguer o negócio, segundo Josiane, foi destinado em grande parte para a reconstrução do imóvel, sendo aplicado para os detentores da propriedade. Nesse contexto, para a empreendedora, a nova localização da padaria representa uma oportunidade nova. **"São 500 metros para cima e é bem maior, então nos encheu de esperança para realizar mais opções. Os dois proprietários do imóvel são superflexíveis, o que agora é importante. Então, quanta coisa boa surgiu nesse meio tempo. Estamos com muitas expectativas"**, conta.

Um marco importante nesse processo foi a criação de duas vaquinhas on-line que, como aponta Josiane, foram impor-

tantes para amparar a recuperação do negócio. A soma das arrecadações chegou a uma quantia em torno de R\$ 30 mil, valor que para a família foi fundamental realizar o pagamento de fornecedores. "A folha de pagamento a gente tinha que bancar. Tínhamos que arcar o mais rápido possível, mas os fornecedores, os pequenos, a gente conseguiu prazo e parcelamento." Ela ainda explica que, em alguns casos, a padaria representava o principal cliente de alguns desses fornecedores, salientando ainda mais a necessidade das arrecadações.

Atualmente, os investimentos necessários para a volta das atividades na nova sede partem de financiamentos, negociações de parcelas e pagamentos via boleto. "As refrigerações são muito caras, em torno de R\$ 400 mil. Vamos pagar os boletos parcelados. Quando a padaria abrir, vamos começar a faturar e ir pagando", detalha.

Entre as dificuldades no processo de reestruturação e um investimento previsto entre R\$ 800 a R\$ 900 mil, a expectativa da família é abrir a nova localização em até 90 dias. Entre os planos para o futuro está a recontração da equipe, vista a alta expectativa de produção. "Estamos querendo fazer coisas diferentes. Estávamos pensando em um brunch ou um café colonial, e muitas coisas que as pessoas vão dizendo e nos passando", conta a empreendedora.

MURAL

➔ O **Grupo Sinosserra** está com vaga aberta para Analista de Comunicação Interna e Endomarketing. Entre as atribuições e detalhes solicitados para a vaga, estão planejamento e execução de campanhas e eventos de endomarketing proposição de ações de comunicação mais eficazes. Já os requisitos incluem Ensino Superior Completo em comunicação, publicidade e propaganda, marketing, relações públicas ou áreas semelhantes. A oportunidade conta com plano de saúde, plano odontológico, vale-alimentação ou vale-refeição e vale transporte. Mais informações

em tinyurl.com/bdhykh5y
➔ Termina, na próxima segunda-feira (22), o período de inscrições para participar do **Matchmaking de Inovação Aberta**. O programa promovido pelo Instituto Caldeira, propõe rodadas de conversas com startups selecionadas para as empresas participantes. O momento inclui encontros curtos e direcionados com aprofundamento de soluções, alinhamentos e potencial de valor. As inscrições passarão por curadoria, com a participação sendo confirmada posteriormente. Mais informações sobre como participar em tinyurl.com/2ef78je8.

EVENTOS

➔ No próximo sábado (20), o **Instituto Caldeira** recebe a terceira edição do Navega, feira de carreiras voltada a estudantes que procuram estágio, trainee ou desejam se conectar com empresas e profissionais do mercado. Diversas organizações estarão presentes com stands, ativações e oportunidades para os participantes. Ao longo do dia, o público poderá participar de palestras, rodas de conversa e momentos de networking. As inscrições são gratuitas. Mais informações em bit.ly/navegapoa.

➔ No dia 26 de junho, às 10h30min, o **Núcleo de Economia Criativa da Associação Comercial de Porto Alegre**

(NEC-ACPA) promove um encontro com Heloísa Herve, publicitária e especialista em comportamento humano, para discutir os desafios emocionais enfrentados por empreendedores do setor criativo. Durante a atividade, serão abordados temas como autoestima, posicionamento profissional, reconhecimento e tomada de decisões. A proposta é refletir sobre como crenças, inseguranças e a busca por validação podem influenciar a trajetória de quem atua na economia criativa. Os ingressos custam R\$ 15,00 para associados e R\$ 20,00 para o público geral. Mais informações sobre o evento em bit.ly/necpoa26.

Confira estas e outras oportunidades no QR Code ao lado



No dia 6 de julho, a UniSenac promove a masterclass gratuita Sua Primeira Inteligência Artificial do Zero. Voltado para estudantes e profissionais em busca de atualização, o evento acontece às 19h30min e será comandado por Vitor Hugo, docente e coordenador da Graduação em Inteligência Artificial e Ciência de Dados da instituição. O evento é online e gratuito. As inscrições podem ser feitas em tinyurl.com/285zzfxh.

Rota das Cafeterias reúne mais de 30 negócios para fortalecer o café especial

Na última edição, a iniciativa movimentou aproximadamente R\$ 300 mil nas cafeterias de Porto Alegre, levando um público de 1,5 mil pessoas aos estabelecimentos participantes

➔ NEGÓCIOS

JÚLIA FERNANDES

juliaf@jcrs.com.br

Há pouco mais de uma semana, aconteceu a quarta edição do Cafés Festival, um dos maiores eventos de cafés especiais no Sul do Brasil. Ao longo de três dias, o evento reuniu cerca de 20 mil pessoas e um total de 40 marcas expositoras no BarShoppingSul.

O período pós-festival é marcado pela Rota das Cafeterias, que, em 2026, chega a um recorde ao reunir 39 negócios. Só no último ano, em quatro meses de ação, foram movimentados R\$ 300 mil nos cafés locais, com um público aproximado de 1,5 mil pessoas.

A proposta da iniciativa é explorar locais dedicados exclusivamente aos cafés de especialidade.

Este ano, há negócios que participam da ação pela primeira vez, entre eles o La Cookiearacha, especializado em cookies e brownies, e o La Stella, cafeteria e microtorrefação.

A história do **La Stella Cafés Especiais e Criações Artesanais** já tem alguns anos. O sonho do negócio iniciou há pelo menos 10 anos, quando, em 2015, Maristella Tamborindeguy França, o marido e seus três filhos passaram um ano na Espanha. "Trabalhei 30 anos na área da saúde, como fonoaudióloga. Quando fiz meu doutorado, fomos morar na Espanha e lá aprendemos a ter o hábito dos cafés", conta Maristella, uma das sócias do La Stella.

Além dela, suas filhas, Antônia e Laura Tamborindeguy França também comandam o negócio. Laura, a filha mais velha, é psicóloga e hoje atua na parte administrativa do café. Já Antônia, estudante de nutrição, faz parte da operação ao lado da mãe, além de toda a produção.

"Na Espanha, percebemos que o pessoal tinha essa cultura dos encontros em cafés. Na cidade onde estávamos, era uma galera mais velha que realizava esses momentos de troca e gostávamos muito de presenciar", lembra Antônia. Após um ano no país estrangeiro, a família retornou para o Brasil, mas a

semente do negócio próprio já havia sido plantada. "Voltamos para a cidade outras vezes para matar a saudade e encontrar nossos amigos de lá nos cafés", comenta Maristella, afirmando que sempre teve o desejo de investir no segmento.

Em 2019, a família passou a estudar sobre cafés especiais e entender de que forma poderiam dar o primeiro passo do negócio. "Nós fomos muito inspiradas por marcas como a Willians and Sons, entre outras torrefações de Porto Alegre", destaca Maristella, que teve que adiar o sonho com a chegada da pandemia de Covid-19. "Sempre gostamos de cozinhar em casa e tínhamos o costume de consumir produtos artesanais. Na pandemia, isso aumentou muito, tudo que podíamos produzir em casa e não comprar a gente fazia", explica Antônia, assumindo que o primeiro produto da marca La Stella surgiu de forma não proposital e quase como uma consequência da época.

O negócio surgiu com a produção de granolas e, em 2020, antes das granolas salgadas se popularizarem nos supermercados, a família passou a vender o produto por WhatsApp e Instagram. "Foi um sucesso, e a gente sempre priorizou por insumos de qualidade", destaca Maristella,

afirmando que o momento deu às sócias uma bagagem de empreendedorismo familiar.

Com as vendas online crescendo, as empreendedoras passaram a ter alguns desafios relacionados ao volume de produção e foi necessário pisar no freio, antes de dar um passo maior e não planejado. Após dois anos de marca, em 2024, Maristella decidiu se afastar de forma definitiva da área da saúde e se dedicar totalmente à marca da família.

"Nesse mesmo ano, compramos o torrefador e começamos a torrar café. A partir daí, passamos a comercializar além das granolas, os cafés especiais", conta Maristella. Segundo Antônia, desde o início do negócio, a marca tinha um propósito bem estabelecido. "Decidimos trabalhar só com produtos que realmente fizessem sentido para a gente e com pequenos produtores de cafés especiais. Inclusive, um dos nossos produtores atuais está com a gente desde o início, o Ivan Santana", comenta a empreendedora, sobre o produtor premiado da cidade de Cabo Verde, no sul de Minas Gerais.

A virada de chave

Em 2025, mesmo ainda sem ponto físico, o La Stella participou pela primeira vez do Cafés Festival.

"Foi a primeira participação e vendemos todo o café que levamos. Este ano fomos mais preparados e sentimos que, a cada edição, o nosso trabalho é mais validado", observa Maristella. "Foi muito importante para nós, porque tivemos esse reconhecimento e percebemos que estávamos no caminho certo", complementa Antônia.

Meses após a participação do evento, em novembro, a família alugou o ponto onde o café opera hoje, no bairro Auxiliadora. Além da cafeteria, o espaço abriga a microtorrefação, que funciona no segundo andar do espaço. O cardápio conta com opções de doces e salgadas, todas produzidas de forma artesanal por Antônia e Maristella. Na parte dos salgados, pães de queijo, muffin de espinafre e o carro-chefe, a Torta de Redinha, estão entre as opções que variam entre R\$ 10,00 e R\$ 22,00. Nos doces, o brigadeiro de parmesão, receita da mãe de Maristella que leva chocolate branco e parmesão é o destaque. "É a primeira vez que participamos da Rota das Cafeterias e estamos muito animadas com o público, que já estamos recebendo. Um dos nossos pontos fortes aqui, além dos cafés, é a hospitalidade e esperamos que o público se sinta em casa", conclui Maristella.



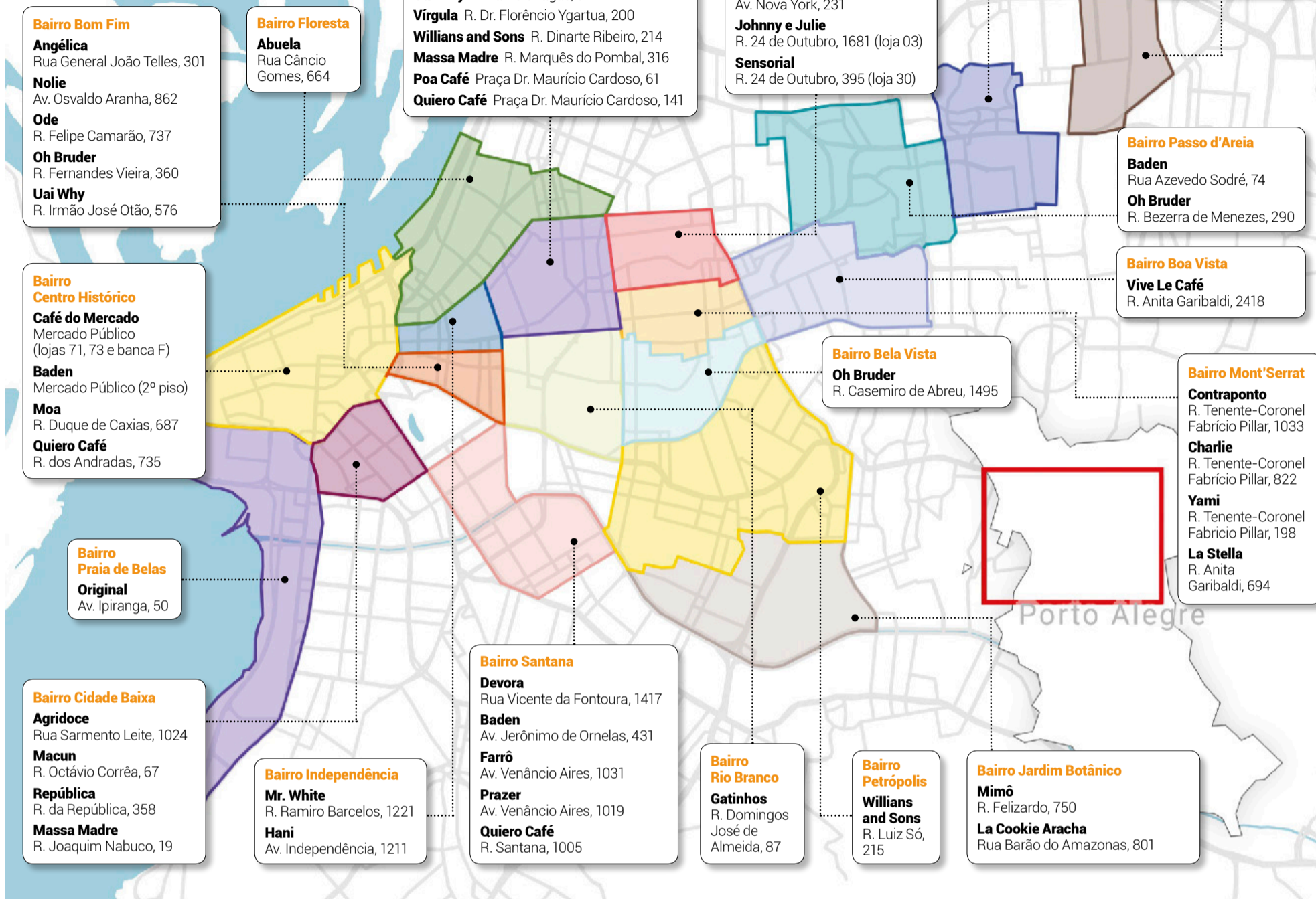
Maristella e Antônia Tamborindeguy França são sócias na La Stella, negócio que participa pela primeira vez da Rota das Cafeterias

Com investime

"O café é especial, porque o nosso cookie é especial também", resume Paulo Patta, empreendedor à frente do **La Cookiearacha – Cookies & Brownies (@cookiearacha)**, que, pela primeira vez, está entre os estabelecimentos participantes da Rota das Cafeterias. O negócio, fundado ainda na pandemia de Covid-19, ocupa um ponto físico na rua Barão do Amazonas, no bairro Jardim Botânico, há quase quatro anos. Inicialmente, o local comercializava somente os cookies e brownies, porém, a partir de uma demanda dos clientes, o cardápio passou a ser mais explorado, com destaque para os cafés especiais.

"Não tinha café aqui, eram só os cookies e as pessoas pediam café. Em um primeiro momento, servíamos os cafés tradicionais, mas a galera que frequentava achava horrível", conta Paulo. Pouco tempo depois, a negativa dos clientes virou motivo para o empreendedor realizar um curso

Negócios participantes da Rota de Cafeterias 2026



Investimento inicial de R\$ 40,00, negócio produz mais de 400 cookies por dia

de barista na Baden Torrefação.

"Foi incrível, sensacional o curso. Tive muito apoio e suporte da parte deles depois do curso também. Por enquanto, trabalhamos só com café passado, mas queremos colocar uma máquina de espresso", conta.

Atualmente, o La Cookiearacha conta com cerca de 20 sabores de cookies, além das opções de brownies. Entre os preparos estão os de sucrilhos, oreo, kinder, brigadeiro e doce de leite, com destaque para o de red-velvet e o de nutella, que são carros-chefes da operação. Os cookies custam a partir de R\$ 15,00.

Segundo Paulo, a receita base dos cookies mudou e melhorou com o passar dos anos. Atualmente, o empreendedor dá preferência a produtos mais selecionados. "Hoje, usamos a baunilha em fava, manteiga, o que a maioria das receitas de cookies substitui por um tipo de gordura inferior, chocolate nobre e cacau belga.

Optei por produtos mais caros para melhorar a receita final", explica o empreendedor. De acordo com ele, o interesse pelo curso de barista, segue nessa mesma linha de entregar qualidade e informar o consumidor.

"Preciso explicar para as pessoas sobre o meu produto e por que ele é mais caro do que um cookie de supermercado. Da mesma forma, acontece com o café especial, que custa mais caro por ser um produto de maior qualidade, com origem."

Na parte de cafés quentes, o local oferece o tradicional passado, o V60, affogato e cappuccino. Entre os gelados, estão o iced mocha, iced caramel, orange coffee e iced latte. Os cafés variam entre R\$ 8,00 e R\$ 24,00.

Atualmente, a produção chega a cerca de 400 cookies por dia e conta com equipamentos industriais e um sistema de organização que permite congelar e armazenar parte da produção sem compro-



Paulo Patta comanda o La Cookiearacha, que aderiu ao café especial devido à demanda da clientela

meter a qualidade. "Faz parte do processo o congelamento, porque isso ajuda na organização e na padronização", explica o empreendedor.

O próximo passo já está sen-

do pensado, mas sem pressa. Segundo o empreendedor, a ideia é estruturar o negócio para, futuramente, trabalhar com franquias ou fornecer produtos para outros estabelecimentos. "Já pensa-

mos em um modelo de franquia ou em vender os produtos para outros lugares, mas cheguei recentemente nessa receita que considero ideal. Então vamos devagar", afirma.

O custo invisível de sistemas ruins

➔ OPINIÃO

Sistemas digitais fazem parte da nossa rotina, dentro e fora do trabalho. O problema é que, quando são pensados a partir de uma lógica estritamente técnica, o resultado costuma ser previsível: interfaces difíceis, com navegação não intuitiva e que não dão ênfase ao ponto de vista do usuário.

Costumo comparar esses sistemas com as repartições públicas da década de 1950, com seus edifícios cheios de andares, salas, pastas e fichas. A informação está lá, mas encontrá-la não é simples. Esse paradigma é reproduzido em muitos sistemas, obrigando o usuário a memorizar a localização de um item de menu quando,

na realidade, o que ele precisa é fazer apenas uma simples ação, como emitir uma nota fiscal ou verificar o valor de uma compra. A dificuldade aumenta, porque a maior parte dos sistemas que visam atender o usuário na verdade não faz isso. Na prática, a visão técnica do desenvolvimento prevalece. Nos aplicativos e websites de saúde, por exemplo, vejo problemas de usabilidade muito evidentes. Marcar exames ou localizar um agendamento é um desafio. O aviso do agendamento muitas vezes chega no e-mail, mas não há um sistema de notificação na véspera que auxilie lembrando sobre o procedimento marcado. O exemplo é bem específico, mas ilustra uma situação recorrente, que é quando a tecnologia não orienta



RUBEM PECHANSKY
Mestre em Design e Tecnologia e Diretor da Hypervisual

as pessoas, e tarefas simples se tornam mais difíceis.

Uma das consequências mais frequentes é o abandono da tarefa por parte do usuário que não entendeu ou cansou de buscar respostas. O resultado aparece na forma de sistemas de atendimento sobrecarregados, filas e muito retrabalho. Esse é um custo altíssimo que as empresas raramente enxergam e, por isso mesmo, não percebem o quanto poderiam economizar se os sistemas fossem efetivamente projetados para pessoas. Ao longo dos anos, mesmo com o discurso crescente sobre "foco no usuário", esses erros, que são muitos, continuam sendo os mesmos de décadas atrás. O help desk segue ocupado explicando como usar o sistema,

quando deveria estar fundamentalmente atendendo questões relacionadas ao negócio.

No fundo, o problema é de perspectiva. Quem acaba tomando as decisões sobre um sistema não é treinado para se colocar no papel do usuário e pensar como ele. Para projetar melhor, precisaríamos ouvir as pessoas nas etapas críticas, investigar com mais imparcialidade e colocar em prática melhorias reais. É por isso que quem decide sobre sistemas deveria estar acompanhado de quem se dedica a compreender a jornada e a experiência dos usuários. Sistemas existem para facilitar a vida das pessoas. Quando eles não fazem isso, o custo é alto, mesmo que ninguém esteja notando.

Cafeteria cristã aposta em café e produtos religiosos na Serra Gaúcha

A operação entrega mensagens reflexivas para os clientes junto aos pedidos

➔ GASTRONOMIA

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

Faz cinco meses que Mara Pereira e sua sobrinha Juliana Cavalheiro decidiram abrir o **Café Cristão (@cafecristaobg)** no bairro Maria Goretti, em Bento Gonçalves. O espaço surgiu de uma necessidade pessoal das duas, que fazem parte da Igreja Batista Nacional Ágape: elas sentiam falta de um local na cidade onde pudessem tomar um café e, ao mesmo tempo, encontrar itens como bíblias e devocionais para presentear.

"Quería unir o útil ao agradável: tomar um cafezinho e já ver alguma coisa para presentear", explica Mara, sobre o cantinho com artigos religiosos que o café possui. "É um jeito da gente pregar o evangelho, servindo", completa.

Apesar de reconhecerem que o estabelecimento carrega a fé no nome, as empreendedoras fazem questão de ressaltar que o local não tem restrições religiosas. O café abraça todos os públicos, recebendo moradores do bairro, pessoas de diferentes denominações e até

mesmo aqueles sem nenhuma ligação com a igreja. "Temos nos surpreendido com o número de pessoas, estamos gostando muito dessa experiência nova", conta Mara, que atribui parte do sucesso ao marketing do negócio, pensado por Mauricio Simões, CEO do Grupo Connectly, responsável por toda a comunicação da cafeteria e de outros estabelecimentos da região.

Próxima à BR-470, estrada que liga o Rio Grande do Sul a Santa Catarina, a cafeteria aproveitou a estrutura comercial do antigo ponto — que abrigava uma loja de produtos sem glúten e sem lactose —, sendo necessária apenas a instalação dos equipamentos. Perto da movimentada avenida São Roque, a loja conta com facilidade de estacionamento e vizinhos comerciais estratégicos de diferentes nichos. "É uma área bem boa, movimentada, próxima a uma avenida bem importante aqui de Bento", elucida Juliana.

O café tem sido, inclusive, um ponto de encontro para a comunidade cristã da cidade. Já foi palco de aconselhamentos, reuniões de mulheres, orações, louvores e até comemorações de aniversários. A agenda do negócio também passou a contar com eventos voltados à leitura. Recentemente, sediaram o lançamento de um livro com sessão de autógrafos.

Uma das missões do negócio é a escuta ativa. Para isso, Mara



Mara e Juliana estão à frente do Café Cristão, na rua Guilherme Fasolo, nº 1013, no bairro Maria Goretti

e Juliana trazem dinâmicas para o atendimento, como a entrega de mensagens reflexivas e de conforto nas mesas junto aos pedidos, iniciativa que tem gerado engajamento orgânico nas redes sociais, com clientes fotografando e marcando o perfil da cafeteria.

"Além de servir café e alimento físico, a gente quer e está aqui para alimentar o espiritual também. Fazer a nossa parte às vezes é falando ou só escutando, porque a gente sabe que muitas pessoas querem falar e a gente precisa ser ouvinte",

ênfata Juliana.

O menu da cafeteria cristã está em processo de consolidação. Como a inauguração ocorreu no verão, os açaís, sucos naturais e saladas de frutas dominaram os pedidos até então. Agora, com a mudança de estação, o foco já se volta para as baixas temperaturas, com a adição de chocolates quentes — acompanhados de chantilly e marshmallow — e novas opções de salgados, como pão de queijo e croissants.

As sócias também aguardam a chegada de uma máquina de

espresso para expandir a carta de bebidas quentes — que hoje é formada por café passado, preto e com leite —, adicionando preparos como cappuccinos e mocaccinos.

Enquanto as novidades de inverno não chegam, os grandes atrativos da vitrine são as fatias de tortas doces e baguetes, produzidos em vários sabores. Salgados assados e fritos, massas folhadas e as tortas vêm de fornecedores parceiros, enquanto os demais preparos são feitos diretamente na cozinha da cafeteria.

Lista: 10 lugares para assistir aos jogos da Copa do Mundo em Porto Alegre

De restaurantes a bares, negócios da Capital promovem ações especiais para os jogos do torneio esportivo

➔ LISTA

MANUELA CASSANO
manuelac@jcrs.com.br

A Copa do Mundo FIFA 2026 marca a 23ª edição do torneio, conhecido por movimentar, além do cenário esportivo, os setores comerciais e culturais do País. Em Porto Alegre, muitos negócios deixam de lado as atividades convencionais para focar em programações e eventos especiais para o momento. Por isso, o **GeraçãoE** listou 10 lugares e eventos de Porto Alegre para curtir a Copa do Mundo.

1. Janela Bar

Para o público que pensa em curtir a copa com drinks e hambúrguer, o **Janela Bar** (@janelabar.brasil) propõe um cardápio especial para a Copa do Mundo, com cinco hambúrgueres inspirados em diferentes países e cinco drinks especiais. Os bares vão transmitir os jogos do Brasil na Copa do Mundo, assim como outras partidas escolhidas.
📍 **Endereço:** Confira a localização de todas as unidades em tinyurl.com/mtvf7s9p

2. Restaurante Origens

O restaurante **Origens** (@origensrestaurantedoubletree), localizado no Shopping Pontal, pode ser a opção para quem deseja curtir a Copa e aproveitar a ambientação de um restaurante. As transmissões dos jogos do Brasil acontecerão no espaço interno do restaurante, que conta com vista para o Guaíba. O cardápio será especial, inspirado no inverno e nas festas juninas. As reservas podem ser feitas através do Sympla para os jogos da fase de grupos.
📍 **Endereço:** avenida Padre Cacicque, nº2893, Praia de Belas

3. Espartano Skatepark

O **Espartano Skatepark** (@espartanoskatepark), conhecido por sua tradicional pista de skate, transmitirá todos os jogos do Brasil. A iniciativa propõe conexão com correspondentes direto dos Estados Unidos e com a central do Espartano em Florianópolis. Para esta sexta-feira (19), a programação da transmissão de Brasil e Haiti, às 21h30min, inclui música ao vivo no pré-jogo.
📍 **Endereço:** avenida Protásio Alves, nº 3839, bairro Petrópolis.



4. Arena N°1

O evento **Arena N°1** (@arenan1br) chega a Porto Alegre para a Copa do Mundo e pode ser a opção para quem busca variedade, oferecendo para além da transmissão dos jogos do Brasil, atrações musicais. Há diferentes possibilidades de ingresso, sendo gratuita a entrada na Arena mediante retirada de ingresso e doação de 1kg de alimento não perecível. As atividades ocorrem no tradicional Parque Harmonia, no bairro Praia de Belas. O evento já tem datas marcadas para todos os jogos da fase de grupos.
📍 **Endereço:** avenida Edvaldo Pereira Paiva, nº 63, bairro Praia de Belas



5. Brita

O **Brita** (@britapoa), localizado no bairro Cidade Baixa, disponibiliza programação especial para a Copa, com transmissão de todos os jogos do Brasil acompanhada de cardápio especial para a ocasião. Junto a isso, a programação contará com lojinhas de camisa de futebol, DJsets e flash tattoo. A entrada nos eventos ocorrerá mediante compra de ingressos.
📍 **Endereço:** Rua General Lima e Silva, nº1037, bairro Cidade Baixa

6. Sofia Karaoke

No bairro Moinhos de Vento, o **Sofia Karaoke** (@sofiakaraoke) promove uma Copa de Mundo com transmissões dos jogos do Brasil e do Japão. Além das partidas, durante o evento esportivo, cada dia da semana conta com dose dupla de uma bebida diferente. Já nos dias de jogos, clientes que forem com camisetas do Brasil ou Japão irão ganhar uma caipirinha de cortesia.
📍 **Endereço:** rua Comendador Caminha, nº 348, bairro Moinhos de Vento

7. Giro Bar

Localizado na Rua João Telles, o **Giro Bar** (@girobarpoa), trabalha em conjunto com outros bares da rua para as programações da Copa do Mundo. Além da transmissão dos jogos do Brasil, terão drinks e cardápio com opções autorais e promoções para os dias de jogos.
📍 **Endereço:** rua João Telles, nº 541, bairro Bom Fim



8. The Soccer Point

Febre no Mundial de 2014, o **The Soccer Point** (@thesoccerpointoficial) está de volta. Desde o primeiro confronto entre México e África do Sul até a grande final, em 19 de julho, a Casa Vetro (@casavetro) promete um ambiente temático e com clima de estádio, regado de chope gelado e boa gastronomia. Os jogos serão exibidos em grandes telões. O The Soccer Point prepara uma programação com música ao vivo, no pré e pós jogo da seleção brasileira contra o Haiti. A entrada no evento está disponível mediante compra de ingressos. O ingresso para a abertura é R\$ 50,00, e para os jogos do Brasil, R\$ 80,00, com a possibilidade de adquirir o passaporte para toda a fase de grupos pelo valor de R\$ 180,00 – inclui taxas.
📍 **Endereço:** avenida Veríssimo de Amaral, nº 110, bairro Jardim Europa

9. Buteco do Leite

Samba, brasilidade e clima de boteco durante a Copa do Mundo. Assim foi idealizado o **Buteco do Leite** (@butecodoleite), empreendimento do Grupo Leiteria que vai transmitir os jogos do Brasil na Copa do Mundo. O diferencial que a casa promete é um chope extremamente gelado, servido em canecas a -40°C, com ultra-congeladoras e chopeiras de última geração.
📍 **Endereço:** avenida Nova York, nº 65, bairro Auxiliadora

10. Levedura Brewpub

No Menino Deus, o **Levedura Brewpub** (@levedurabrewpub) reúne ingredientes clássicos de um bom pré-jogo: cerveja produzida na própria casa, sinuca, Fla-Flu, hambúrgueres e pizzas artesanais. Para o próximo jogo da seleção brasileira, o Levedura Brewpub promove, além da transmissão, um open de chope pilsen, das 17h as 23h.
📍 **Endereço:** rua General Caldwell, nº 958, no bairro Menino Deus

Marca especializada em cookies abre nova loja com foco no take away

A Okidoki Nook oferta cookies, café e matcha em posto do bairro Bela Vista

➔ **NOVIDADE**

MANUELA CASSANO
manuelac@jcrs.com.br

Produtos artesanais com foco em ingredientes naturais formam a tônica que move os cookies da Okidoki. Recém-inaugurada no Posto Rede VIP, na rua Casemiro de Abreu, no bairro Bela Vista, a loja inclui os principais produtos da Okidoki Cookies, agora sob a nova marca **Okidoki Nook (@okidokinook)**. O negócio propõe um modelo mais simplificado e rápido de consumo atrelado a uma identidade diferenciada.

O santa-mariense Diego Pereira Neves e a taiwanesa Fifi Yen formam o casal de empreendedores à frente do negócio. A dupla se conheceu em Londres e criou a marca a partir do desejo de empreender em conjunto, após sua mudança para o Brasil. A ideiação do produto principal veio após a vivência de Diego no curso Empretec do Sebrae. "Nesse curso, a gente vendeu cookies, só que foi um sucesso e o pessoal seguiu pedindo. Não adianta a gente querer inventar a roda, tentar fazer vários negócios, várias ideias mirabolantes. Já estávamos com o produto pronto e validado", explica Diego.

A Okidoki Cookies foi uma das marcas a iniciar no meio especializado em cookies da Capital há cerca de 10 anos, fornecendo o produto para cafés de Porto Alegre e experienciando a abertura e fechamentos de outras unidades. Atualmente, o negócio conta com duas lojas nos bairros Auxiliadora e no Moinhos de Vento. Desde o fim de maio, uma nova unidade sob o nome de Okidoki Nook marca a terceira operação. Localizada no bairro Bela Vista, a loja propõe incluir os produtos mais vendidos, assim como opções de cafés e matcha.

Pequeno cantinho confortável

A Okidoki Nook chega no mercado como uma marca relacionada a Okidoki Cookies, mas com uma proposta que, segundo os empreendedores, concretiza outra ideiação. Nook, em inglês,

tem um significado que remete a "pequeno cantinho confortável", e, a partir disso, o empreendimento usa essa tradução como conceito. "É o cantinho da Okidoki, a nossa janelinha. Nós também quisemos trazer um elemento figurativo para fazer parte da marca e da logo", detalha Diego.

Diferente das outras lojas da Okidoki, a nova operação foca no modelo takeaway, pensado para o cliente retirar o produto na loja e realizar o consumo em outro ponto, sem implementação de mesas ou cadeiras na unidade.

"Por exemplo, vamos falar das nossas bebidas. É algo que leva tempo. Como eu preciso preparar um chá e depois fazer outras coisas, demoraria cinco ou sete minutos. Nós não temos isso aqui, porque a dinâmica é diferente", exemplifica Fifi.

Esse elemento pensado para a unidade é traduzido também na logo escolhida para representar o novo negócio, que conta com a representação de um beija-flor. "**O beija-flor veio como um animal que está sempre na correria, mas ele sabe exatamente onde parar e pegar o melhor néctar. Ele coleta e segue viagem. Então, é o conceito que a gente trouxe para cá também**", detalha Diego.

Os cookies possuem a mesma receita desde o início da marca em 2016. Fifi, chamada por Diego de "artista do sabor", sempre foi responsável pela concepção de receita e dos sabores da Okidoki. Ela aponta que alguns clientes conhecem a marca tão bem que percebem pequenas diferenças nos detalhes.

"Eles percebem e fazem ligações para nós. 'Fifi, fui na loja do Moinhos e percebi que esse detalhe está um pouco diferente'. Isso é o quanto eles são sensíveis a esses detalhes", explica a empreendedora. O casal aponta que, por seguirem a linha de produção artesanal, existem pequenas diferenças entre produtos com a mesma receita, considerando que os insumos de uma mesma marca podem evoluir ao longo dos anos.

Existe, também, o ritual de prezar por 24 horas de refrigeração antes de levar o produto ao forno, processo que, segundo Diego, permite reações químicas que enriquecem o sabor. "O nosso foco sempre foi produto natural, 100% manteiga, chocolate puro e nobre. Extrato natural de baunilha, não essência, nada



Diego Pereira Neves e Fifi Yen são os nomes à frente da Okidoki, marca de cookies da Capital

de químico, nada de conservantes", conta.

O fator artesanal da Okidoki Cookies também coloca alguns desafios à frente da produção. Em momentos de escassez de ingredientes, como aconteceu durante as enchentes de 2024, o casal enfrentou dificuldades na captação de sua matéria prima, como o chocolate, produto que não estava mais chegando à Capital. Nesses momentos, eles reinventaram alguns produtos, como é o caso dos Drop cookies. "É um cookie menor, é tipo uma mordidinha. Drop, em inglês, significa cair. Então, é uma massa que sai e vai sendo cortada e em seguida vão caindo as massinhas de cookies", explica Diego. O produto, atualmente, é comercializado em pacotes fechados nas unidades. A marca também trabalhou novos sabores neste momento, como o uso maior de brigadeiros nos recheios e criação do cookie de quindim.

Atualmente, entre as principais apostas para o futuro estão os sabores sazonais, assim como inovações que fogem do óbvio, como o Drop Cookie de Missô, uma iguaria asiática feita a partir da fermentação da soja, e o recém-lançado sabor de bergamota, focado na estação de inverno.

Cardápio da operação

O menu da Okidoki Nook é reduzido em comparação às outras lojas, trazendo apenas os bestsellers da marca. Segundo

os empreendedores, os cookies mais pedidos permanecem em foco, mesmo após anos de atividades, sendo o Chocolate Chip R\$ 20,00 e o Chocolate Duplo R\$ 22,00 as opções de destaque. No café, o espresso R\$ 15,00 segue sendo destaque.

Endereço e horário

A Okidoki Nook está localizada na rua Casemiro de Abreu, nº 1218, loja 4, Bela Vista, e opera de domingo a segunda, das 9h30min até 19h, e de terça-feira a sábado, das 8h30min até 20h30min.



O foco da nova operação são produtos para sair consumindo



A Okidoki Nook traz para a nova unidade os bestsellers

MANUELA CASSANO/ESPECIAL/JC

MANUELA CASSANO/ESPECIAL/JC

MANUELA CASSANO/ESPECIAL/JC