

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 Caféstival, 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 especia-

lidade. 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 Maris-

tella, 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-

tival. "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

JÚLIA FERNANDES/ESPECIAL/JC