

# Marca gaúcha quer transformar a farofa



André Ferrari e Cris Mendes, da El Capitan Farofas, acreditam que o produto pode ir além do churrasco

**El Capitan quer redefinir o papel da farofa no mercado brasileiro**

## ➔ NEGÓCIOS

JÚLIA FERNANDES  
juliaf@jornaldocomercio.com.br

A farofa costuma ocupar um lugar quase automático ao lado do churrasco, especialmente no Rio Grande do Sul. Para a **El Capitan**, marca de farofas e produtos para churrasco, o acompanhamento pode ir muito além da carne assada. Liderada pelo economista André Ferrari e por Cris Mendes, a marca quer ampliar os espaços ocupados pelo produto e levá-lo a diferentes pratos e ocasiões.

A aposta parte de um aliamento que os empreendedores enxergam como essencialmente brasileiro. "A farofa é considerada a rainha do Brasil. É o alimento mais brasileiro que existe, que é o único produto que literalmente une o Brasil de Norte a Sul. Todos os estados consomem farofa, cada um à sua maneira", afirma Cris. No Rio Grande do Sul, a combinação mais tradicional é com churrasco. É dessa associação que a El Capitan construiu sua identidade.

Hoje, a empresa trabalha com oito versões de farofa, considerando os produtos licenciados de Grêmio e Inter, além de quatro geleias — bacon, cebola, pimenta e pimenta defumada —, sais e fumaça líquida. Os campeões de venda são as farofas de cebola e a geleia de pimen-

ta defumada.

A farofa de panetone, por exemplo, virou ingrediente de uma sobremesa para eventos: banana na brasa, doce de leite e farofa. "Ninguém quer ser a confeitadora do churrasco. A gente quer fazer o cordeiro, a ovelha, o costelão, os cortes nobres, picanha, entrecot e a sobremesa", conta Cris.

### **Da cozinha de André à construção da marca**

A história da El Capitan começa antes do CNPJ. Formado em Economia pela Pucrs, André morou na Austrália, onde trabalhou em uma indústria de alimentos e se interessou pela produção em escala.

De volta a Porto Alegre, comandou operações gastronômicas premiadas, nas quais já servia suas próprias receitas de farofa e geleia. Durante a pandemia, em 2020, decidiu deixar uma dessas operações e retomar o projeto de construir uma indústria de alimentos. O que começou com a venda para amigos ganhou escala. "Comecei a vender para os amigos e aí começou a fluir também. Decidi vender a minha parte na operação e dedicar-me exclusivamente ao Capitan", comenta André.

Cris entrou na história em 2022, quando encontrou uma empresa pequena e diante do desafio de disputar espaço em um mercado dominado por grandes marcas. "Me questionava como entraríamos no mercado dominado pelas gigantes", lembra a empreendedora. A resposta foi explorar a relação com o churrasco.

André passou a atuar como

assador e os dois começaram a participar de eventos do setor, levando produtos e presentear outros profissionais.

Em 2023, a El Capitan passou a atuar também com eventos corporativos e sociais. A marca se tornou a farofa oficial de grandes eventos do segmento e passou a vender produtos como souvenir no Parque Harmonia. A farofa também recebeu o selo de produto da Capital Mundial do Churrasco.

Circulando por esse mercado, André e Cris identificaram outra oportunidade: falar sobre um ecossistema que envolve profissionais, indústria, turismo, eventos, educação e negócios. Em 2023, surgiu o projeto que começou como Capitan Entrevista e, em 2024, migrou para o podcast A Voz do Churrasco.

"A gente identificou por nossas andanças, por esse universo do churrasco, que existia um gap no mercado. Não tem capacitação para esse ecossistema. Não existia uma voz, uma representatividade que falasse pelo setor, que se posicionasse pelo setor, que contasse as histórias do setor", afirma Cris.

Um dos primeiros episódios abordou a remuneração de assadores em eventos e o uso do termo voluntariado quando há exploração comercial do trabalho.

Hoje, A Voz do Churrasco funciona em paralelo às atividades da El Capitan, mas as duas frentes se conectam. Enquanto o podcast amplia a presença dos empreendedores no setor, a El Capitan apresenta produtos e novas possibilidades de consumo.

## MURAL

➔ A **JBS** está com as inscrições para o Programa de Estágio 2027 abertas até 18 de outubro. Com trilhas de desenvolvimento estruturadas em diferentes áreas, o projeto inclui experiências práticas nas unidades, além de workshops, avaliações e acompanhamento das lideranças. Com atuação presencial de até seis horas diárias, as vagas se distribuem em cinco áreas, sendo elas, agropecuária, manutenção, sistema de gestão, garantia da qualidade e produção. No Rio Grande do Sul, as oportunidades estão presentes em operações da Seara, nas áreas de agropecuária, em Caxias do Sul,

Passo Fundo e Seberi, sistema de gestão, em Caxias do Sul e Passo Fundo e manutenção, em Passo Fundo e Montenegro. Mais informações em [tinyurl.com/2vampuk2](https://tinyurl.com/2vampuk2).

➔ Com mais de 5,8 mil vagas para 170 cursos, o **IFRS** está, até o dia 19 de outubro, com as inscrições para o processo seletivo 2027/01. Com oportunidades distribuídas em 19 campus, as vagas incluem diferentes níveis como, graduação, educação de jovens adultos (EJA) e técnico subsequente ao Ensino Médio. O cronograma prevê a realização de provas no dia 6 de dezembro. Mais informações em [tinyurl.com/54unhccf](https://tinyurl.com/54unhccf).

## EVENTOS

➔ A **Fecomércio-RS** promove, no dia 14 de outubro, em Porto Alegre, um debate sobre os impactos da Copa do Mundo Feminina da Fifa 2027 no turismo e no comércio gaúchos. A convidada é Débora Garcia, secretária extraordinária da Copa do Mundo Feminina 2027 em Porto Alegre, responsável pela articulação das ações preparatórias na Capital. Ela apresentará as perspectivas para o torneio, os preparativos da cidade e os possíveis efeitos na economia do Estado. A programação começa às 11h30min, com recepção e networking, seguida de palestra-almoço às 12h e encerramento às 14h. O encontro é na sede da institui-

ção, na rua Fecomércio, nº 101, no bairro Anchieta. Saiba mais em [tinyurl.com/3f6mh39m](https://tinyurl.com/3f6mh39m).

➔ O projeto **Hamburgueiros do Brasil** promove no dia 26 de outubro, em Porto Alegre, um encontro para donos de hamburguerias e futuros empreendedores do ramo. Serão quatro palestras com especialistas, em módulos sobre proposta e identidade da hamburgueria, cardápio e produto, gestão de pessoas e negócios, e marketing. O ingresso inclui café da manhã, almoço e café da tarde. O ingresso individual custa a partir de R\$ 197,00 e pode ser adquirido pelo Sympla. Saiba mais sobre o evento em [tinyurl.com/4vfpm9xm](https://tinyurl.com/4vfpm9xm).

Confira estas e outras oportunidades no QR Code ao lado



**De 20 a 22 de outubro, acontece o Tecnopuc Experience. Nos dois primeiros dias, a programação será para convidados, enquanto no dia 22 o evento será aberto ao público. O festival terá seis palcos simultâneos de experiências variadas – painéis, palestras, workshops, entrevistas, cases e cadeira aberta para participar da conversa – arena de pitch, feira de protótipos, conexões e networking. Mais em [tinyurl.com/yc23n457](https://tinyurl.com/yc23n457).**