Quem escuta quem todos escutam?

ARTIGO

Em maio de 2024, com o Rio Grande do Sul debaixo d'água, a gente acompanhava o nível dos rios como quem mede febre de filho. Quando a água baixou, vi na lama de uma calçada um pano de prato ainda perfeitamente dobrado. Era a intimidade de um lar exposta cruelmente, de uma família que tinha perdido muito mais do que objetos.

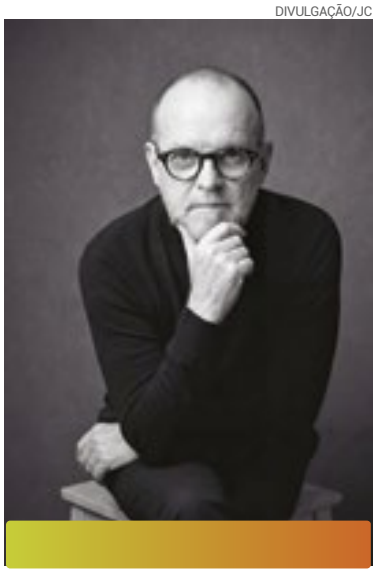
Desde então, todo gaúcho entende de outro jeito a palavra voltar. Talvez por isso o recente filme A Odisseia, do Christopher Nolan, tenha me pegado tanto. Ulisses passa vinte anos longe de casa. Enquanto isso, em Ítaca, o filho Telêmaco cresce sem pai, sem saber direito de quem é filho, nem quem ele mesmo é.

No filme há um detalhe que pouca gente guarda. Quando a deusa Atena decide ajudar o rapaz, ela escolhe aparecer com o rosto de um velho amigo da família, chamado Mentor. É daí que vem a palavra e o ofício da mentoria. O papel segue o mesmo há três mil anos: ajudar alguém a se ver com mais clareza do que consegue sozinho, e depois a agir a partir do que viu.

Nos últimos dez anos somei mais de dez mil horas de conversa individual com cerca de 2.500 pessoas: donos de empresa, executivos, empreendedores, fundadores de startups. Gente que todo mundo escuta. Funcionário, sócio, banco, cliente, família, todos esperam a palavra deles. E quase sempre, depois de uns quinze minutos de sessão, aparece a mesma figura: alguém sozinho dentro da própria casa, cercado de gente que tem algo a ganhar (ou perder) com cada decisão que ele toma.

Aprendi nessas horas que negócios são autobiografias. A gente faz o negócio, e o negócio faz a gente. Quem passa dez anos espremendo fornecedor vira alguém que espreme os outros. O narciso centralizador transforma a empresa em

DIVULGAÇÃO/JC



EDGAR ZUK
Escritor, mentor de lideranças e Fundador do Instituto Eu Negócio. Mestre em Administração, jornalista, é autor dos livros Eu-Negócio e Eu Mentor.

palco. Um belo dia, o sujeito se olha e percebe que virou algo que jamais escolheria ser. Essa perplexidade costuma ser o começo das melhores mudanças, desde que alguém esteja ali para acompanhar. O seu trabalho não é só o que você faz. É o que você se torna ao fazê-lo.

Um conselheiro responde à pergunta "o que tu farias no meu lugar?" e a resposta vem carregada dos desejos de quem aconselha. O conselheiro olha para a decisão. O mentor faz diferente. Ele olha para quem está decidindo e para o caminho que trouxe essa pessoa até ali. Ele não tem nada a ganhar ou a perder com a escolha. A mentoria devolve a pergunta de um jeito que a resposta acaba sendo tua: "ok, o que você vai fazer com isso agora?"

Meu pai, Valentim, filho de agricultor, estudou até o terceiro primário e construiu uma empresa com as próprias mãos. Aos 48 anos, faliu. O desgosto veio rápido, e o coração parou mais rápido ainda. Enfarte fulminante. Levei anos pra entender que ele quebrou por solidão. Estava sozinho dentro da empresa, sem ninguém que o ajudasse a ver o que ele não conseguia ver.

O psicanalista Contardo Calligaris dizia que o melhor cliente é o que não volta. O mercado inteiro trabalha para o cliente voltar. Na mentoria, a lógica é inversa: o bom trabalho deixa a pessoa pensando melhor por conta própria e precisando cada vez menos de quem a acompanhou.

O Rio Grande ainda está reconstruindo. Aprendemos na marra que isso tem duas fases: primeiro se restaura o que se perdeu, depois se inaugura o novo. Por muito tempo achei que fazia este trabalho para ser, aos outros, o que faltou ao meu pai. Hoje vejo de outro jeito. A ausência dele me tirou de casa e me botou no mundo, como fez com Telêmaco.

Foi escrevendo o Eu-Mentor que entendi essa passagem. Mas a pergunta que me interessa deixar aqui é outra, e é tua: quando tu precisas pensar em voz alta, quem é que te escuta?

Delivery de sushi investe mais de R$ 1 milhão em lounge no Trend Orla

Em 190 m², a nova empreitada do Drago Sushi tem capacidade para 100 pessoas

NOVIDADE

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

Criado em 2023 como operação de delivery, o **Drago Sushi**, do empresário Lucas Drago, abriu a primeira unidade presencial, o Drago Lounge & Bar (@drago-lounge.poa). O espaço tem 190 m² e fica no Trend Orla, mall da Dallasanta em frente ao Praia de Belas Shopping e próximo ao Guaíba. O empreendedor revela que o investimento passou de R$ 1 milhão, o dobro do orçamento previsto no início. A estrutura, que tem capacidade para 100 pessoas, começou a operar no dia 26 de outubro.

Ex-militar, ele abriu o negócio com um sócio sushiman, que deixou a sociedade ainda em 2023. Desde então, toca a operação sozinho. A cozinha do delivery fica na avenida Érico Veríssimo, no Menino Deus, e seguirá como operação distinta. Já o salão, segundo ele, estava vazio há anos quando o mall fez o convite neste ano.

"Um cliente antigo foi quem sugeriu: 'por que vocês não abrem algo presencial na região do Menino Deus?'. Na sequência, veio a proposta do Trend e a gente topou o desafio na hora. O orçamento começou em R$ 500 mil e passou de R$ 1 milhão", declara.

Ambiente de lounge

O projeto arquitetônico tem formato de lounge, almejando um público mais maduro. Nas mesas, a casa trabalha com poltronas em vez de cadeiras e aposta em um ambiente arborizado, com plantas naturais e artificiais. "A ideia é o cliente ter uma imersão", diz Lucas.

A louça é de cerâmica artesanal e as bebidas como o saquê são importadas do Oriente. Segundo Lucas, o bar é uma experiência separada, e opera de forma independente do restaurante.

"Às vezes, o cliente não é muito do sushi e tem essa opção de ficar apenas no bar", comenta.

Na fachada, um aquário mostra a quem passa pelo centro comercial o trabalho dos sushimen no preparo de peixes como atum, carapau, linguado, olhete e tilápia.

ARTUR KOCH/JC



Lucas Drago é o nome à frente do Drago Sushi

Hoje, a marca processa cerca de 400 kg de peixe por mês, somando quase cinco toneladas ao ano. O salmão é o principal insumo da casa, representando 80% desse volume.

Abertura em etapas

A passagem do delivery para o atendimento no salão foi o principal desafio. "Mudar do delivery para o presencial exige treinamento de equipe e atendimento totalmente diferentes", pondera.

A abertura aconteceu em etapas: primeiro foi a operação do almoço, considerado mais tranquilo para ajustar a operação, depois o jantar e o bar.

A transição para o modelo presencial carrega a bagagem de aprendizados acumulada no delivery, desde a adaptação das embalagens até o formato de entrega. "Todo projeto de gastronomia é baseado na opinião de quem consome. Estamos aqui para servir o cliente", afirma Lucas.

Os planos da marca incluem uma aproximação com a cadeia do pescado. A empresa esteve recentemente em Tijucas (SC) para visitar uma tradicional fornecedora do setor, e enviará colaboradores ao Chile para acompanhar a produção de salmão."Queremos aprofundar um pouco mais e trazer essa conexão para o cliente."