EDITORIAL

Transparência para criar confiança

Para quem convive com doença celíaca ou alergia à proteína do leite, comer fora sempre foi um exercício de desconfiança: perguntar, insistir, explicar ao garçom que "só um pouquinho" pode significar dias de mal-estar — ou uma ida à emergência. E essa dor tem nome técnico: contaminação cruzada. Não basta tirar o glúten da receita. É preciso garantir que a farinha comum não divida a mesma bancada, a mesma peneira, o mesmo óleo de fritura ou a mesma prateleira.

Essa dinâmica de virar quase um detetive de cardápio também faz parte da rotina de quem não consome produtos com insumos de origem animal.

É aqui que o nicho vira modelo de negócio, já que muitas operações mais tradicionais não estão preparadas para atender esse tipo de demanda. Ou seja, quem atende esse público não vende só pão ou bolo. Vende processo, rastreabilidade e transparência. E esse é o tema da Página Central desta edição, onde contamos histórias de negócios que surgem a partir da garantia de que o consumidor não terá contato com aquilo que não quer ou não pode comer, como receitas que levam glúten ou insumos de origem animal em seu preparo.

Essas iniciativas mostram que há muita potência em empreender no nicho, desde que seja feito com rigor e com identificação genuína. Não basta surfas na onda. É preciso entender o que um cliente já viveu para, assim, atender com empatia àquelas necessidades. Seguir essa premissa pode ser a chave para criar uma relação duradoura e de confiança com quem encontra em um negócio uma alternativa de vida.

ISADORA JACOBY
@isajacoby

PITCH STOP

Desafios e oportunidades de rodízios virais: confira a nova parada do Pitch Stop

SARAH OLIVEIRA/ESPECIAL/JC



Brigadeiro, pastel, pão de queijo, cachorro-quente. Os rodízios de gastronomia de nicho, que vão muito além da clássica pizza, têm ganhado as redes sociais e se tornado aposta de novos negócios. O modelo de negócio é o tema do novo episódio do Pitch Stop, videocast do JCast apresentado por Isadora Jacoby, que recebeu as empreendedoras Li Winck, à frente do Brigadeiros da Li, operação da Cidade Baixa que oferece rodízio com mais de 20 sabores de brigadeiro, e Andresa Terrano, nome à frente da Terrano Cafeteria, de Viamão, que opera com rodízio de pão de queijo recheado. Durante a conversa, as convidadas detalharam os bastidores de suas operações e apontaram os caminhos para transformar o apelo viral da internet em negócios sustentáveis na Região Metropolitana.

Confira os principais insights do negócio:

1. Gestão da explosão de demanda e adaptação operacional: a viralização nas redes sociais traz uma demanda imediata que exige rápida adequação física, de processos e de pessoal. Para sustentar o fluxo — que chegou a gerar filas de 100 pessoas para apenas quatro mesas —, a Brigadeiros da Li precisou expandir sua equipe de três para cerca de 30 colaboradores e migrar para um casarão capaz de atender até 160 clientes simultaneamente, além de enfrentar gargalos estruturais como a limitação da rede elétrica do prédio histórico. Já na Terrano Cafeteria, o desafio envolveu a escassez de mão de obra comprometida e a adaptação de um espaço físico reduzido, exigindo meses de ajustes na equipe para absorver o impacto operacional sem perder a qualidade do serviço.

2. Engenharia de estoque e combate ao desperdício: trabalhar com ofertas ilimitadas de produtos perecíveis exige equilíbrio rigoroso entre suprir a mesa do cliente e evitar perdas financeiras, já que fatores como chuva ou eventos alteram bruscamente o fluxo. As empresárias destacaram estratégias de reaproveitamento, como o ajuste no tamanho das porções — reduzindo o peso dos pães de queijo de 90 gramas para evitar que o cliente dê apenas uma mordida e deixe sobras —, a rotação unificada de insumos entre o estoque do delivery, o balcão da cafeteria e o rodízio, e a destinação dos excedentes para brindes para clientes.

3. Estratégias para sustentar a recorrência e fidelização: passado o efeito da novidade, o maior desafio dos negócios virais é garantir que o público retorne. Entre as táticas adotadas para gerar engajamento contínuo estão a renovação constante do cardápio — como a alteração semanal dos 25 sabores de brigadeiro oferecidos e o lançamento de novos recheios de pão de queijo —, a ampliação do mix com acompanhamentos salgados para agradar grupos variados e a aposta no fator afetivo, transformando a refeição em uma experiência nostálgica.



O rodízio foi como uma válvula de escape. Hoje, contribui com mais de 60% da nossa receita

Andresa Terrano



Não tinha onde colocar, não tinha estrutura, não tinha dinheiro, não tinha nada. Tinha um sonho, o brigadeiro e uma fila imensa

Li Winck

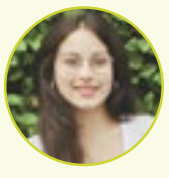
Ge



ISADORA JACOBY
Editora-assistente
@isajacoby



JÚLIA FERNANDES
Repórter
@eujuliafernandes



MANUELA CASSANO
Estagiária
@manu.cassano



GUSTAVO MARCHANT
Estagiário
@marchxnt

Editor-chefe: Guilherme Kolling

Projeto gráfico: Luís Gustavo Van Ondheusden