

Marcas & Negócios

THE PLANT

Comida saudável, natural e sustentável

Em meio à correria da cidade, um restaurante se destaca por resgatar o essencial: o sabor autêntico dos ingredientes cultivados com respeito à terra e às pessoas. Unindo gastronomia saudável, sustentabilidade e criatividade no prato, o The Plant convida os clientes a uma experiência que vai muito além da refeição. Trata-se de uma celebração do alimento em sua forma mais pura. Utilizando ingredientes orgânicos e produtos locais, cada receita conta uma história de origem, cuidado e propósito.

Com duas unidades em Brasília — Asa Sul (CLS 103) e Asa Norte (CLN 109) —, o The Plant, busca expressar sabor, saúde e consciência em seus pratos. Sócio do empreendimento, Davi Guedes Neves conta que a primeira loja surgiu em 2019 a partir da vontade de oferecer uma alimentação saudável mais abrangente. Entre 2016 e 2018, a capital vivia um momento aquecido no que diz respeito à alimentação funcional. Aproveitando essa tendência, Davi e Ruy Souza deram vida ao negócio.

“Trouxemos um bistrô pensado e produzido por um chef, mantendo a linha natural. A gente sempre pensou em pratos muito bonitos, bem servidos e com as características pensadas por um chef”, destaca. Com um cardápio diverso, servindo almoço, lanche e jantar, o The Plant oferece opções com proteínas animais, vegetarianas, veganas e livres de glúten, açúcar e lactose. Buscando manter a transparência com o cliente, o empreendimento preza por uma comunicação clara. Por isso, todos os pratos oferecidos no cardápio são descritos na íntegra, sem asteriscos ou ingredientes omitidos.

Na cozinha, acredita-se que fazer comida saudável é usar ingredientes de qualidade, evitar insumos com componentes químicos artificiais e promover consciência do que está dentro de cada um dos

Três perguntas para Davi Guedes Neves, sócio do The Plant

Quais os desafios nesse negócio?

Gerir um restaurante já é, por si só, um desafio enorme. Atuamos em três frentes ao mesmo tempo: somos serviço, porque atendemos clientes; somos comércio, porque abrimos e fechamos a loja todos os dias; e somos indústria, porque produzimos tudo internamente, na cozinha. E ainda adicionamos a essa complexidade a responsabilidade de apoiar nossa rede de fornecedores para que eles mantenham a produção e não gere indisponibilidade nos nossos pratos. Apesar disso, é muito gratificante saber que estamos conseguindo fazer um bom trabalho para o consumidor e, por trás, estamos apoiando tantas famílias.

Quais ações sustentáveis são adotadas no The Plant?

Desde o início, sempre tivemos a preocupação com o lixo. No início, antes da pandemia, a gente era praticamente “lixo zero”. Todos os nossos guardanapos e até o pano de toalha do banheiro eram de algodão. Nada era de papel nem de plástico. Depois da pandemia, a gente mudou um pouco, mas produzimos pouquíssimo lixo. Com a pandemia, algumas coisas mudaram, mas, ainda assim, produzimos pouco

lixo e nenhum resíduo não reciclável. Cerca de 20% do nosso lixo é reciclável — papel e plástico limpos, prontos para a reciclagem — e todo o restante é lixo orgânico, como restos e cascas de frutas. Esse material é 100% transformado em adubo. Temos um parceiro que faz a coleta, o processo de compostagem e nos devolve o composto, que usamos com produtores parceiros. Assim, conseguimos fechar bem o ciclo dos resíduos.

Como é o processo criativo para os pratos?

Primeiro, verificamos a disponibilidade dos insumos, conversamos com nossos parceiros locais e só depois pensamos no menu. Ao contrário da lógica tradicional, em que se cria um cardápio e depois se vai atrás dos ingredientes, muitas vezes, no supermercado, aqui o que está disponível, localmente e de forma sustentável, é o que guia nossas criações. Com a chef Júlia, ampliamos ainda mais esse repertório, incluindo ingredientes pouco convencionais, como o ora-pro-nóbis e outras Pancs (plantas alimentícias não convencionais). Isso traz uma identidade ainda mais específica e local aos nossos pratos.

pratos servidos nas casas das duas unidades. Atualmente, o The Plant tem Júlia Almeida como chef criativa, responsável pelos novos lançamentos da rede.

“Saudável, para a gente, é aquilo que podemos chamar de natural — ou seja, in

natura. Isso guia desde a escolha dos insumos até a composição de cada prato. Já faz mais de um ano que estamos com a chef Júlia e, com ela, adotamos menus sazonais. Em todos eles, seguimos o mesmo princípio: tudo precisa ser realmente natural, o

Divulgação



que, para nós, significa não industrializado”, explica Davi.

Para manter esse cuidado, o The Plant busca, ao máximo, comprar do comércio local e, assim, os sócios cultivaram, ao longo dos anos, diversos parceiros que compartilham desse propósito. E mesmo quando trazem algo de fora, o conceito se mantém firme: nada industrializado entra na cozinha. Reforçando o conceito saudável, a marca também não utiliza óleos vegetais refinados. As únicas gorduras presentes nos pratos são ghee, azeite ou óleo de coco.

“Quando usamos ingredientes como shoyu, por exemplo, optamos por versões de fermentação natural, sem glutamato monossódico, como o da Daimaru. Tudo é pensado para garantir que nossos alimentos sejam o mais naturais possíveis”, destaca. Até os molhos seguem essa filosofia.

“No cardápio atual, temos dois: um velouté e um rôti. Não usamos nenhuma base pronta. Para o rôti, por exemplo, compramos ossos bovinos, colocamos num panelão com verduras e vamos reduzindo lentamente até chegar ao molho final. Nada de pó ou produto pré-pronto. Digamos que 70% do que servimos aqui é hortifruti processado por nós mesmos”, acrescenta.

No entanto, para chegar ao formato atual, a caminhada foi longa. Nos seis primeiros meses do negócio, Davi relembra que o cardápio foi modificado 22 vezes. “Sempre pensamos em fornecer primeiro um prato que fosse muito gostoso, bem apresentado e coubesse dentro da nossa cozinha, que é uma cozinha bem rápida. Ao longo do tempo, a gente foi melhorando isso e alterando os pratos, os ingredientes e os molhos”, detalha.

SAMAMBAIA 36 ANOS

36 ANOS DE HISTÓRIAS PARA CONTAR!

No próximo dia 25, Samambaia comemora 36 anos de vida e de lutas!

E para celebrar essa data especial, o Correio Braziliense, o Aqui DF, a Clube FM e a TV Brasília trazem um projeto exclusivo, com reportagens sobre a cidade, sua gente e suas conquistas.

Sua empresa pode fazer parte dessa história!

É a oportunidade perfeita para valorizar sua marca, apoiar o povo da Samambaia e se conectar com milhares de leitores, ouvintes e telespectadores!

Junte-se a nós nesta homenagem a Samambaia!

Faça parte deste projeto com a sua empresa.

Entre em contato com a nossa equipe comercial:

