

Marcas & Negócios

CAFÉ E UM CHÊRO

Afeto e sabor do Nordeste

Logo ao entrar na cafeteria, o que se sente vai além do aroma do café fresco. É uma presença viva de afeto e memória. À frente do Café e um Chêro está uma mulher nordestina que carrega, na fala e no tempero, a sabedoria das cozinheiras de raiz do Brasil. Para Dona Alba, comida é cuidado, a cozinha é o centro da vida e ensinar é um gesto natural de generosidade.

A marca, criada por ela e pelo filho João Gabriel Amaral, surgiu como uma extensão dessa história familiar e rapidamente conquistou espaço. O cardápio resgata sabores e lembranças da culinária nordestina, com receitas feitas com carinho e identidade. Mais do que um negócio, o lugar se tornou um ponto de encontro, onde cada detalhe revela a força de uma herança cultural que continua a crescer.

“O Café e um Chêro nasceu muito mais de um sentimento do que de um plano de negócios. Nasceu da vontade de trabalhar com a minha mãe e de compartilhar a comida dela com o mundo. No fim das contas, acho que as pessoas sentem isso quando entram pela porta. Não seguimos um roteiro certo, nem direcionamentos apontados por especialistas. Seguimos nosso coração e entendemos nosso propósito: levar afago para alma de quem nos escolhe”, relembra o sócio-fundador João Gabriel.

O motor da decisão de abrir a cafeteria veio a partir de um desejo pessoal de João Gabriel: trazer a mãe para Brasília. Reconhecida entre familiares e amigos pelo talento na cozinha, Dona Alba sempre teve na comida uma forma de reunir pessoas ao redor da mesa. Em meio a uma transição profissional e ao desejo de empreender, veio a ideia de transformar essa vivência em negócio.

“Juntei a saudade e a vontade de empreender e assim surgiu a ideia de criar um lugar que tivesse cheiro de casa, comida de verdade e aquela sensação de acolhimento que a gente sente quando está na cozinha da mãe”, destaca. A primeira unidade foi inaugurada em 2017, na 109 Norte. “Foi um começo muito simples, mas muito verdadeiro”, recorda.

Para ele, o essencial, além de fazer uma comida bem feita, é o afeto presente em cada prato. Isso se traduz na forma como a comida é preparada, no jeito que a equipe recebe os clientes, na escolha das receitas e até nos detalhes do ambiente. “A gente quer que as pessoas se sintam acolhidas e percebam esse cuidado”, acrescenta.

Atualmente, o Café e um Chêro tem 11 unidades em Brasília e uma equipe que reúne 245 colaboradores, desde cozinha, atendimento, marketing e gestão. “Mais do que números, o que nos orgulha é que muitas dessas pessoas estão com a gente há bastante tempo e fazem parte dessa história como uma grande família”, complementa.

O sócio-fundador ressalta que o objetivo do negócio é continuar crescendo e levando a experiência do Café e um Chêro para mais pessoas, sempre prezando por comida de verdade e memória afetiva. “Estamos num momento de focar nas lojas que já temos. Por hora, sem planos de abriremos mais lojas da marca”, antecipa.

Paixão de família

A relação com a cozinha, para João Gabriel, vem de berço e envolve muito mais do que receitas. “Na nossa família, comida nunca foi só comida. É encontro,

Três perguntas para João Gabriel Amaral, sócio-fundador do Café e um Chêro



Dona Alba e o filho João Gabriel Amaral criaram a marca que se tornou sucesso

conversa, celebração. Minha mãe é cozinheira de mão cheia e dona de um tempero delicioso. Então, o Café e um Chêro é a continuação da nossa casa”, assinala.

Ele conta que muitas pessoas dizem que comer no Café e um Chêro lembra a comida da avó ou da mãe. “Para nós, isso é o maior elogio possível. Tivemos clientes que já choraram lembrando da infância, de suas raízes. Nossa proposta é valorizar de onde viemos, sem medo ou vergonha, mas sim agradecendo por termos chegado até aqui”, enfatiza.

Alguns clássicos da casa viraram

praticamente uma assinatura: o pão com carne de panela, por exemplo, é um dos mais pedidos pelos clientes. O cuscuz com carne de panela, os bolos da Dona Alba — especialmente o de macaxeira com coco — e o café coado também são muito queridos.

“Para quem está vindo pela primeira vez, eu sempre recomendo experimentar o pão com carne de panela ou o cuscuz com carne de panela na nata. De sobremesa, a Torta do Tio Cacau (sorvete, Bis, leite em pó e calda de chocolate). São pratos simples, mas que representam muito bem o que somos”, salienta João Gabriel.

Por que o nome “Café e um Chêro”?

O nome traduz exatamente o que a gente queria oferecer. No Nordeste, especialmente no Maranhão, “dar um chêro” é uma forma carinhosa de demonstrar afeto. Então, a ideia era que cada pessoa que entrasse ali pudesse tomar um café e receber também esse carinho. É um nome simples, mas cheio de significado. O “chêro” no cangote é um clássico...

Quais foram os maiores desafios no início?

Como todo negócio, o início teve muitos desafios. Empreender exige coragem e resiliência. Tínhamos que construir tudo: equipe, processos, identidade. Mas sempre acreditamos muito na essência da marca e na qualidade do que entregávamos. Foi um passo de cada vez. Começamos com cadeiras não tão boas, equipe muito pequena, eu no atendimento e minha mãe na cozinha. Crescemos aos poucos com muito pé no chão e nos fortalecemos como marca numa cidade que é muito receptiva, mas também muito exigente. Completaremos nove anos, agora em maio, com o sentimento de que estamos no caminho certo, mesmo em meio às incertezas do mercado e da economia.

Como vocês lidam com a demanda e a expansão da marca?

Crescer é muito bom, mas também exige responsabilidade. Nosso cuidado é crescer sem perder a essência. O desafio é manter o padrão e o carinho em cada unidade. Para isso, criamos um centro de distribuição que padroniza alguns dos nossos preparos. A finalização fica por conta das lojas e minha mãe está sempre no controle de qualidade. A marca cresceu muito rápido e exponencialmente. Tivemos que nos capacitar como empresários também.

ÁGUAS CLARAS

Águas Claras é um símbolo de modernidade, planejamento e qualidade de vida no Distrito Federal.

Uma região que cresce em ritmo acelerado, conecta pessoas, impulsiona negócios e traduz o estilo de vida urbano contemporâneo. No mês do seu aniversário, em maio, a cidade ganha ainda mais visibilidade, engajamento e protagonismo.

Para essa data especial, o Correio Braziliense, o Aqui DF, a Clube FM e a TV Brasília apresentam um projeto exclusivo para gerar uma conexão única entre as marcas e um público qualificado, dinâmico e em constante movimento.

Entre em contato com nosso comercial!

Associe sua marca a um dos projetos mais estratégicos do DF.



Apoio:



Realização:

Promoção: