

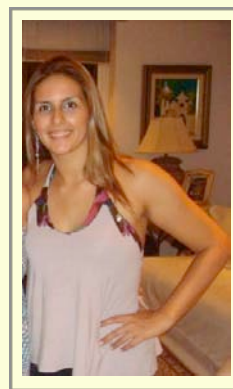
# ENTREVISTA

Caroline Lopes Cartens *Radio Burger*

Por Cesar e Monica  
Guimarães



“O que fideliza é  
você se sentir  
bem no lugar.”



Caroline Carstens não é uma garota comum.

Essa catarinense de Florianópolis, 24 anos, filha de tradicional família, tinha tudo para estar aproveitando ao máximo sua juventude, em viagens e baladas. Entretanto, decidiu dar início ao seu próprio negócio em fevereiro de 2009. Cinco meses depois nascia o **Radio Burger**, restaurante temático especializado em hambúrgueres gourmet e um dos maiores sucessos da gastronomia em Joinville.

Com a determinação que só existe em quem quer ver seu negócio dar certo, foi à luta e

## Como surgiu a ideia de abrir uma hamburgeria?

**Caroline:** A partir de dois fatores: Observando uma carência na cidade já que, por experiência própria, estava saturada dos lugares que oferecem lanche. Tanto pela falta de qualidade quanto pelo cardápio praticamente imutável. Eu também já trabalhava há cinco anos com minha família e queria fazer alguma coisa com meu salário. Um *trailer* ou *motorhome* eram um



pesquisou a respeito dos melhores equipamentos, utensílios e fornecedores. As carnes, por exemplo, são todas da *Wessel*, uma verdadeira dinastia quando se fala de carnes no Brasil, responsável pela introdução da picanha no churrasco do brasileiro.

Apresentamos abaixo os melhores trechos da entrevista que Caroline nos concedeu no último dia 20 de março em sua hamburgeria, inspirada nos anos 50 e nos grandes sucessos da música americana da época.

antigo sonho mas além da compra, é preciso capital para manter e usar. Então, decidi inverter e criar algo para gerar renda que me permitisse atingir estar coisas. Originalmente pensei em abrir uma cafeteria especializada, como o *Starbucks*, mas observei que já haviam muitas opções na cidade. Continuando minhas pesquisas pela Internet, comecei a pensar em abrir um lugar onde se pudesse comer um hambúrguer gourmet, nos moldes de lugares similares que fazem o maior sucesso em São Paulo.

## **Qual era a seu plano inicial?**

**Caroline:** Pensei inicialmente em montar um típico *diner*, lanchonete ícone da cultura americana, muitas vezes adaptada em um *trailer* na beira da estrada. Ele tem a característica de um ambiente informal, familiar, no qual os fregueses são tratados pelo nome, como se estivessem em casa.

## **Você chegou a fazer um Plano de Negócios formal?**

**Caroline:** Eu fiz, mas não tinha como finalizar, porque apenas hoje eu tenho todas as informações necessárias.

## **Você buscou auxílio no Sebrae ou alguma outra entidade?**

**Caroline:** Fui buscar auxílio no Sebrae para organizar a parte financeira, depois de uns cinco meses da casa aberta.

## **Você achou muito complicada a burocracia para abrir o negócio?**

**Caroline:** É bem burocrático. Muitas coisas você só descobre depois de algum tempo. Nem mesmo o contador sabia de algumas exigências.

## **Qual é o seu público alvo?**

**Caroline:** Eu quis atingir um público com paladar exigente, independente da classe econômica. Quem procura algo diferenciado não precisa ter necessariamente mais dinheiro, bastando apenas ter uma percepção gastronômica diferente de um simples “matar a fome”.

## **Observando o ambiente, nós vemos muitas famílias. Esse é o seu público?**

**Caroline:** Em grande parte sim. Não colocamos música ao vivo nem carta com *drinks* para

que não se perca o enfoque que é a comida. Os pais ficam felizes com uma opção na qual além do cardápio que agrada a família toda, os filhos possam se divertir pintando, interagindo com a decoração que é visualmente estimulante. Aqui as crianças brincam com tudo sem interferência alguma da equipe. Também frequentam muitos casais e adolescentes.

## **De onde você tirou as ideias para a ambientação?**

**Caroline:** Desde muito nova visito lugares semelhantes em viagens aos Estados Unidos. Achava fascinante aqueles bancos, as mesas de fórmica, as luzes. Aos 12 anos, andando com minha mãe em uma dessas viagens, falei à ela que se um dia abrisse um restaurante seria nesses moldes. Logicamente na hora foi motivo de piada.



## **Então a decoração é sua?**

**Caroline:** A grande maioria sim. Após uma ampla pesquisa na Internet, juntamente com uma *designer* que montou o projeto em 3D, pude definir com o marceneiro, estofador, entre outros, exatamente o que queria. A agência de publicidade se preocupou em usar apenas imagens livres de *royalties*, criando painéis e toda identidade visual da **Radio Burger**.

## **Como foi escolhido o nome?**

**Caroline:** Eu passei uma ideia para a agência, que fez uma pesquisa e me trouxe que o meio de comunicação principal dos anos 50 era o rádio. Eu achei ótimo, pois traduziu muito bem o que eu tinha imaginado.

## **Como foi definido o cardápio?**

**Caroline:** Uma vez definido o fornecedor do principal item (a carne), eu precisava de alguém para montar o cardápio. Entrei e, contato com duas amigas que estavam se formando em Gastronomia e ofereciam serviços de consultoria. A partir dos insumos que eu gostaria de usar, elas montaram os pratos, organizando o plano.

## **Com relação aos nomes dos pratos, como surgiu a ideia de usar estados americanos?**

**Caroline:** Iria usar nomes de música, porém como são compridos e complicados para quem não fala inglês, tive a preocupação de usar nomes fáceis para os atendentes pronunciarem corretamente e os clientes entenderem. Ficaram, portanto definidos, nomes de cidades e estados famosos. Não possuímos um cardápio em inglês, o que deve ser providenciado em breve, já que esporadicamente recebemos clientes americanos.

## **Foi muito difícil achar pessoas para compor a equipe Radio Burger?**

**Caroline:** Foi. O que vimos foram muitas exigências e pouco empenho. Agora a equipe já está equilibrada. Os clientes se dão bem com o pessoal do salão, é bem tranquilo.

## **Então vocês nunca tiveram um atrito maior com um cliente?**

**Caroline:** Nas duas primeiras semanas de atendimento os lanches estavam saindo com muita demora e foram muitas as reclamações. Mas depois não, nunca mais tivemos problemas.

---

**Você já está sentindo necessidade de mudar alguma coisa?**

**Caroline:** Sim. E já estamos elaborando o novo cardápio! Colocaremos mais opções de entradas e saladas, lanches com hambúrguer vegetariano que antes era só como opcional, entre outros.

**E qual é o campeão de pedidos?**

**Caroline:** Os hambúrgueres de picanha, que além do sabor da carne em si também tem os acompanhamentos, que são uma delícia!

**E em relação as bebidas, quais as mais pedidas?**

**Caroline:** O *milkshake* de *Ovomaltine* e, nos refrigerantes, a Itubaína. Ela vende muito bem!

**E quais os seus planos para o futuro?**

**Caroline:** Eu pretendo abrir filiais em Camboriú e Florianópolis. Abrir uma franquia é muito burocrático, então desisti.

**Como é essa questão de dono de restaurante não ter feriados e finais de semana livres?**

**Caroline:** Tudo é uma questão de adaptação. Eu entrei de corpo e alma no projeto. No primeiro mês de abertura da casa, costumava ficar muito cansada porque era, até então, um ritmo muito diferente do habitual. Além do trabalho no horário de funcionamento, você também tem inúmeras tarefas durante o dia. É como se o dono passasse o dia montando o espetáculo e a noite também participasse do show. Hoje, consigo tranquilamente sair depois de trabalhar num sábado e vir trabalhar domingo.



---

**Quantas pessoas trabalham aqui no Radio Burger?**

**Caroline:** Quinze pessoas. Fora os *freelancers*. Quando eu sei que a cidade vai estar cheia eu preciso contratar mão de obra temporária. O SINE é muito bom para isso.

**Você tem algum funcionário que seja acadêmico do curso de Gastronomia da UNIVILLE?**

**Caroline:** Tenho o meu *chefe* de cozinha e uma auxiliar, todos dois estão se formando esta semana.

“Quem não gosta de pessoas, de gente e de falar, nem tente abrir um restaurante.”

**Que conselho você daria à alguém que queira iniciar no ramo de restaurantes?**

**Caroline:** Aprenda a lidar com pessoas, pois para o resto se dá um jeito. Falar de harmonia em equipe parece uma idealização e esta talvez seja a tarefa mais difícil do líder. Você deve ser o primeiro a agir de

maneira neutra em todas situações, pois o que parece a verdade em um momento pode mudar muito no outro. E financeiramente falando, outra dica é não esquecer que o montante de um negócio não envolve apenas sua abertura e montagem. Ter capital de giro suficiente para no mínimo um ano é imprescindível já que assim como em muitos negócios, existe sazonalidade, chuvas, feriados e isso afeta diretamente o movimento.

---

**FICHA TÉCNICA**

**Radio Burger**

Rua Ministro Calógeras, 529  
Centro - Joinville/SC  
(47) 3026-1230

De Terça à Domingo, das  
18:30 à 1:00 da manhã.

Cheque, Dinheiro ou Cartões  
(VISA, Mastercard)