

A Receita da Pimenta

Como a Chilli Beans usou a criatividade para construir um império de desejo.



Uma análise da estratégia a partir dos insights de José Caporrino,
Head de Criação da House Chilli Beans.

O que transforma um produto em obsessão?

A jornada da Chilli Beans não nasceu de um plano de negócios. Nasceu de intuições, respostas rápidas a desafios e uma filosofia central que guia tudo: a **Pimenta**.

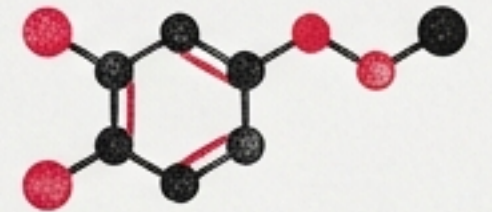
“A gente tenta sempre se nortear pela pimenta. É deixar a coisa um pouco diferente, um pouco menos óbvia. É o nosso olhar sobre qualquer tema.”

- *José Caporrino*

A Ciência da Pimenta

Sedução:

O fruto é atraente.



Prazer:

O corpo libera dopamina para combater a toxina, gerando prazer.

Toxina:

Uma dose de veneno que causa uma reação no organismo.



A Metáfora:

A comunicação da Chilli Beans busca essa mesma reação: ser disruptiva o suficiente para gerar uma resposta e, conseqüentemente, prazer e conexão.

A gênese: uma mala de óculos, um calote e um erro de digitação.



Blue Velvet

Caito Maia importava óculos dos EUA de forma “alternativa”, em uma mala.



A Quebra

Um calote forçou uma mudança de rota. A necessidade como mãe da invenção.



Mercado Mundo Mix

A oportunidade em uma feira alternativa ao lado de ícones da moda dos anos 90 como Rexovit e Marcelo Somer.

{ Chilli |

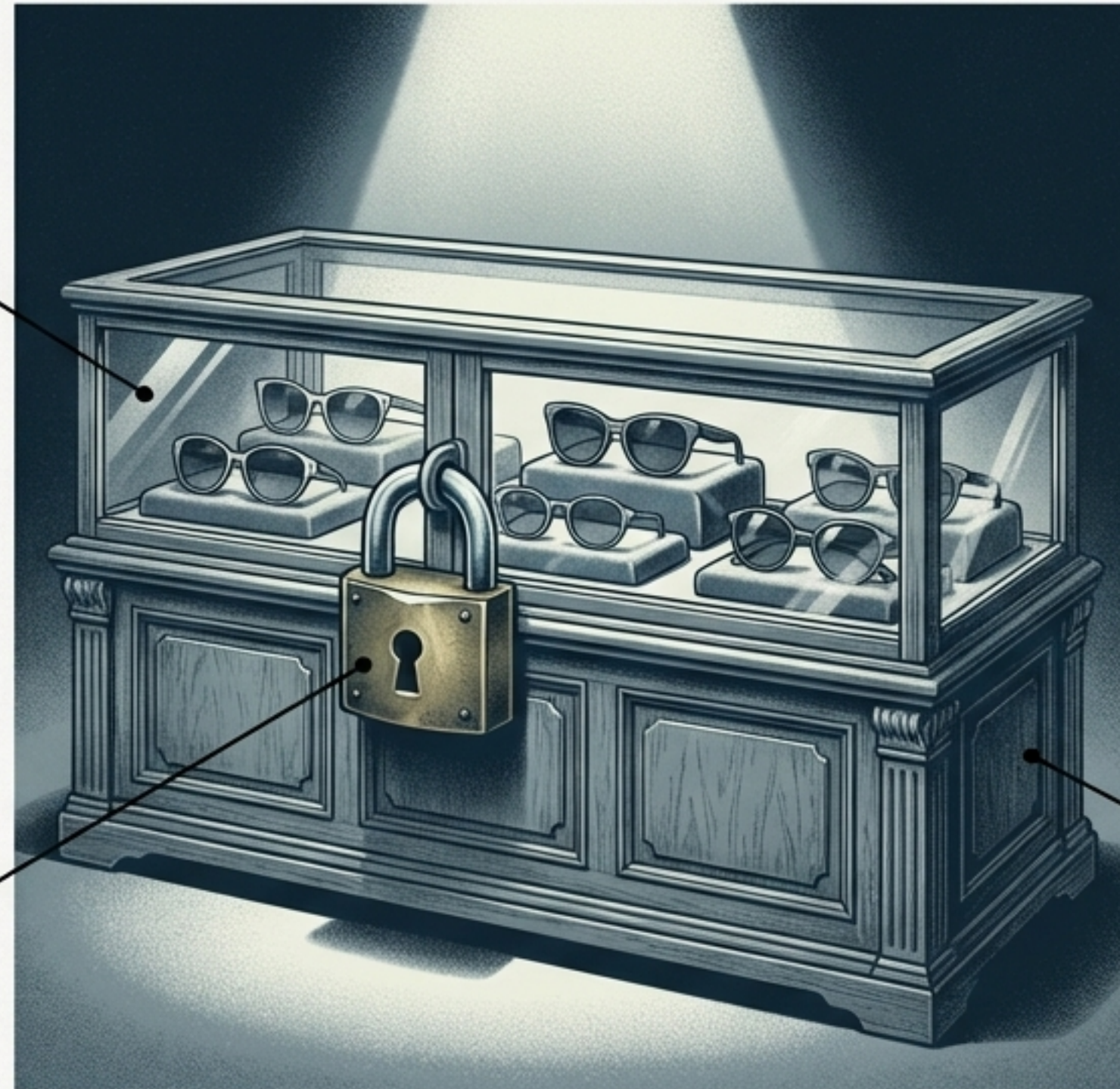
O Nome

“Chilli Beans” nasceu de um erro de digitação de Caporrino (Chile com 2 ‘L’s). A marca já nasceu “errada”, autêntica e, como a numerologia brincou, com o “L do dinheiro”.

Disrupção #1 - O Desafio: Óculos como artigo de luxo.

O mercado era dividido: ou óculos caríssimos em óticas, ou produtos de camelô de baixa qualidade.

Produto Intocável: “O óculos ficava trancado numa vitrine.”

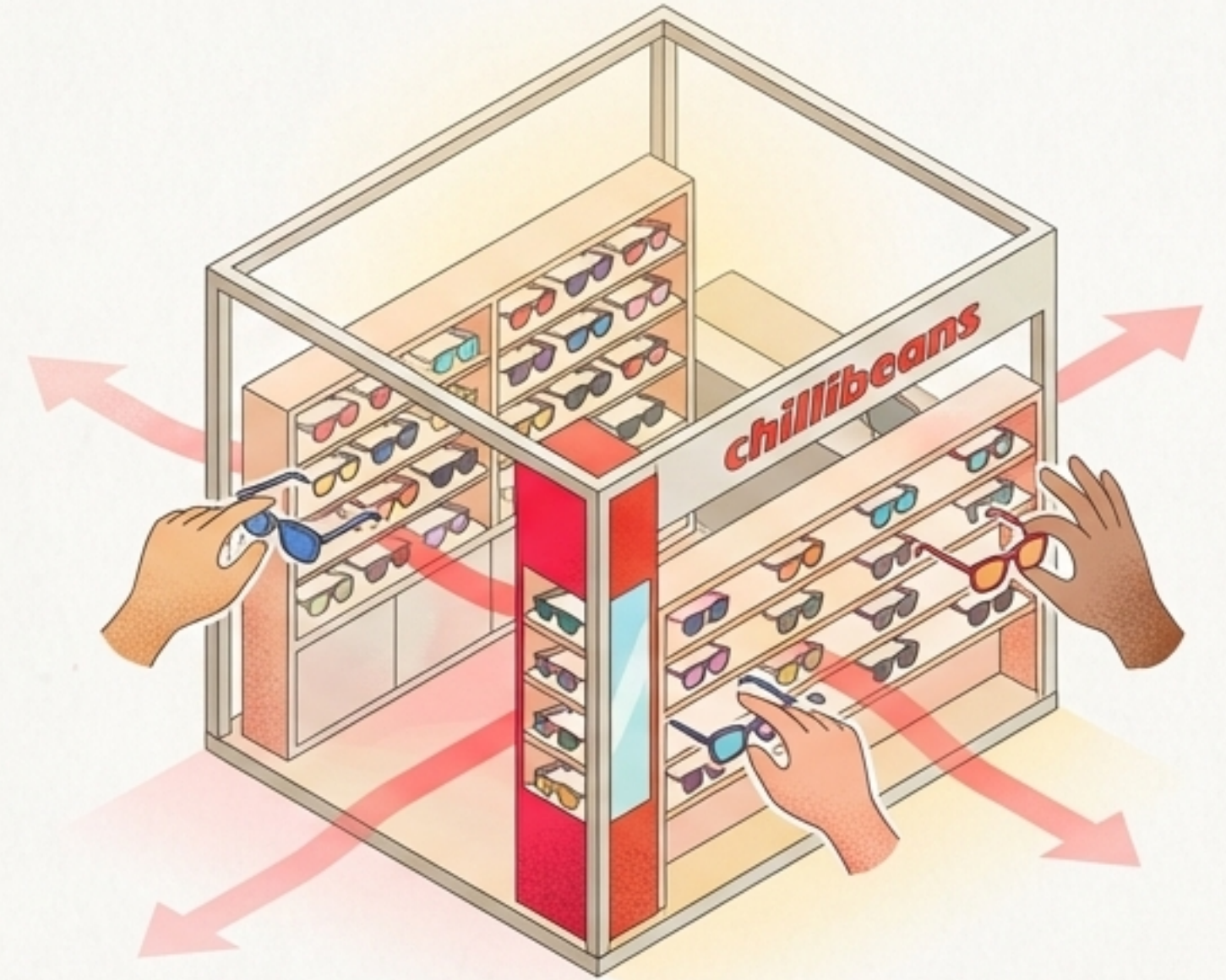


Acesso Controlado: “Para provar, tinha que pedir.”

Pressão de Venda: O vendedor “ficava olhando pra sua cara, ‘vai levar ou não vai?’”

A Solução: O quiosque e a democratização do acesso.

- **Ressignificando o Ponto de Venda:** Um formato antes exclusivo para alimentos (“pão de queijo, cafezinho”) foi reinventado para acessórios.
- **No Fluxo das Pessoas:** Levou o produto para o meio do shopping, quebrando a barreira da loja física.
- **Acesso Livre e Tátil:** O consumidor podia pegar, provar, brincar. A relação com os óculos mudou para sempre.



“Roubaram muito óculos da gente, mas é um pouco do preço de você trazer uma inovação.”
- José Caporrino

Disrupção #2 - O Desafio: A concorrência ataca.

O sucesso do modelo de quiosque atraiu imitadores, que replicaram o formato e ameaçaram transformar o mercado em uma briga por preço.

“A gente falou: ‘Puxa, se a gente ficar parado aqui, a gente vai ficar brigando por preço e vai morrer.’”



A Solução: O produto como conteúdo e a criação de desejo.

- **Lançamentos Semanais**

Criou um fluxo constante de novidades, tornando a visita à loja sempre relevante e combatendo a cópia. O produto se tornou a própria mídia.

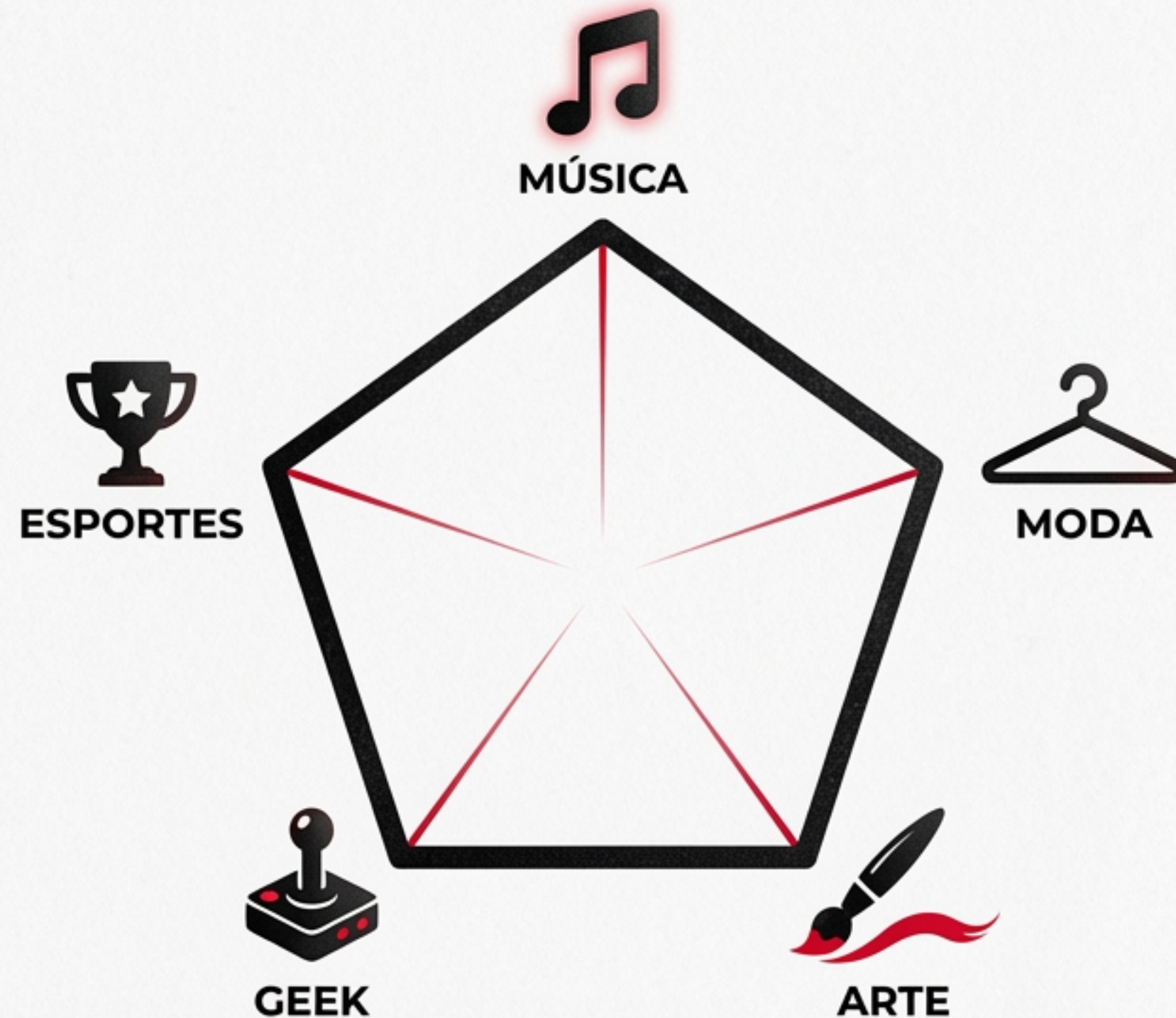
- **Collabs & Licenciamentos**

Transformou os óculos em um item de colecionador e uma forma de expressão pessoal, associando a marca a universos culturalmente relevantes.



O Ecossistema Criativo: Os 5 Pilares da Relevância Cultural

As collabs são curadas a partir de 5 pilares estratégicos que conectam a marca às paixões do seu público em um país continental como o Brasil.



Operando em uma máquina do tempo.

A agilidade de lançamentos semanais convive com um planejamento de longo prazo para garantir relevância e execução. A criação na Chilli Beans opera no presente e no futuro, simultaneamente.

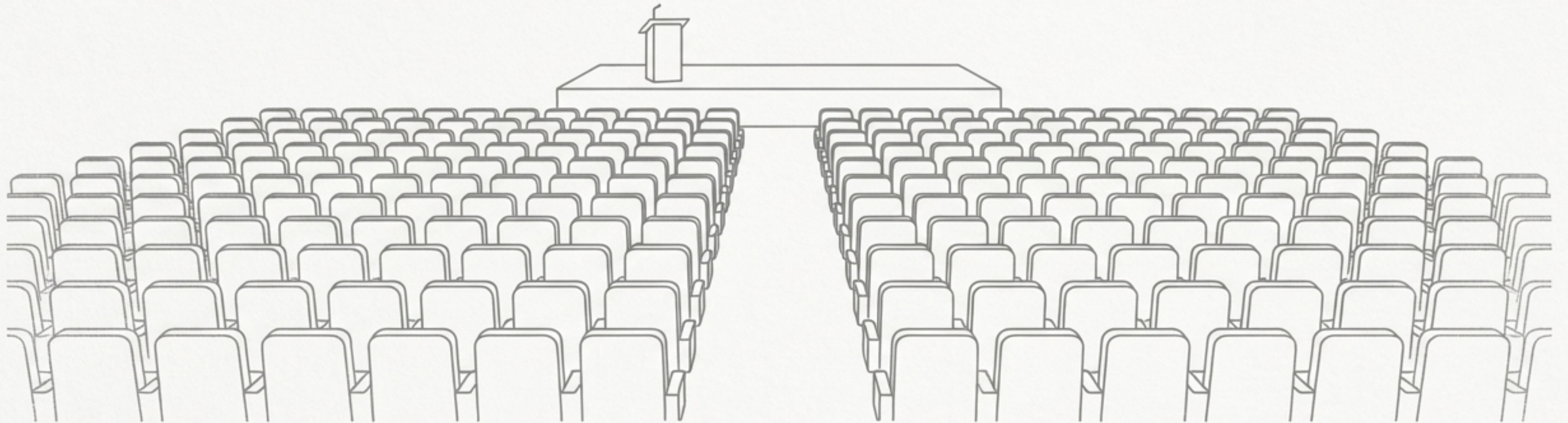
A Máquina em Números:

- **+50** campanhas por ano.
- **~7.000** peças de comunicação anuais.
- O calendário de *collabs* de **2026** já está fechado. O de **2027** está em desenvolvimento.



Disrupção #3 - O Desafio: Como transformar clientes em fãs e vendedores em apóstolos?

Uma convenção anual tradicional não era suficiente para uma marca que vive de “pimenta”. Era preciso criar algo que ninguém pudesse copiar: uma experiência imersiva.



A Solução: O Navio Chilli Beans, uma overdose de marca.

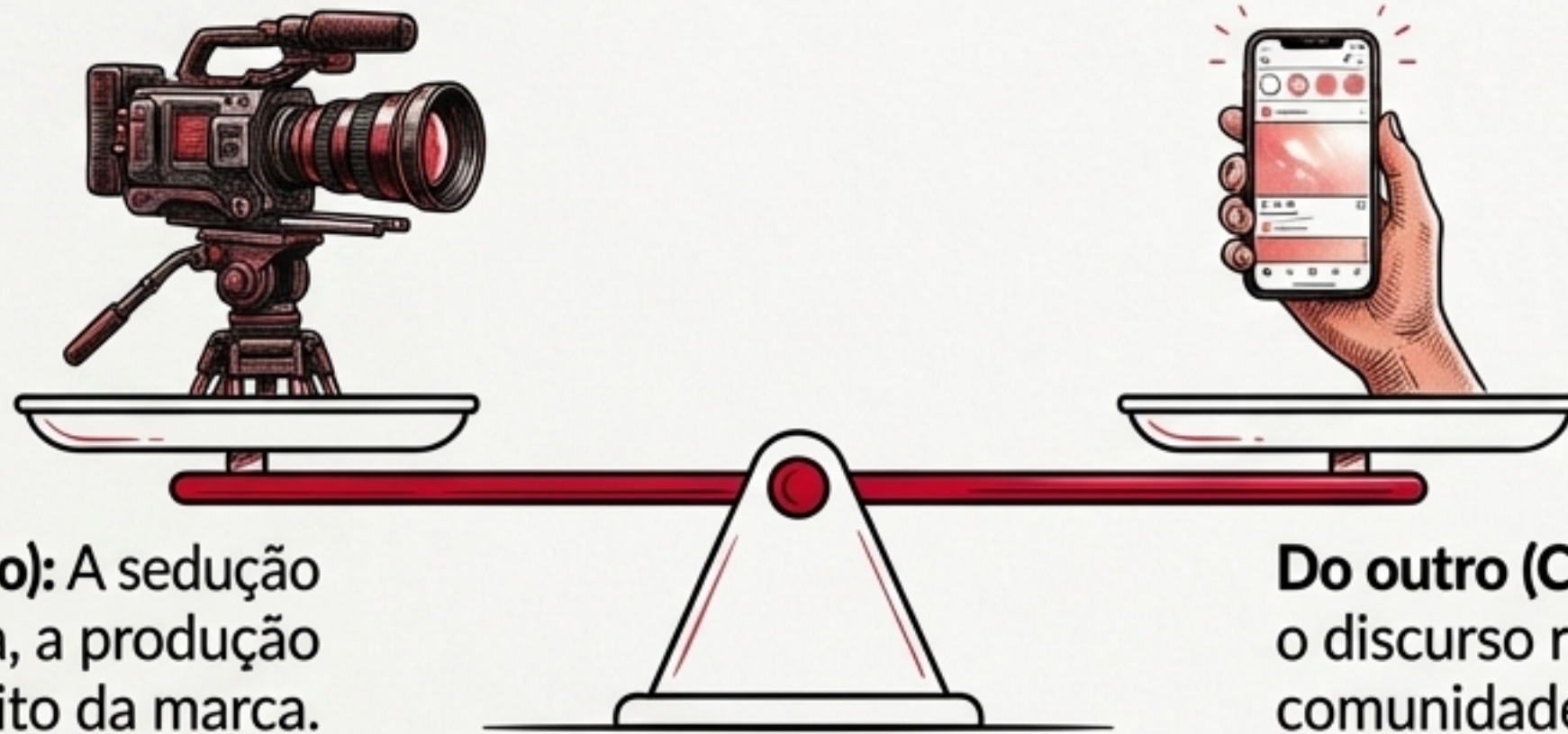
De Convenção a Festival

- **Imersão Total:** Um evento de 3 dias para ~4.000 pessoas (rede, influenciadores e público pagante).
- **Superdose:** O espetáculo central que revela as coleções do ano. Descrito como “uma mistura de Cirque du Soleil com Victoria’s Secret”, onde cada coleção é um show.
- **Ecosystema 24h:** O navio se torna um universo da marca, com shows, DJs, parceiros e networking. A marca não é apresentada, ela é vivida.



A Tensão Produtiva: A lição para o futuro da comunicação.

O conteúdo com maior investimento e produção em estúdio nem sempre é o que mais engaja. Como equilibrar a essência da marca com a linguagem autêntica das redes?



De um lado (House/Estúdio): A sedução do olhar de moda, a produção impecável, o conceito da marca.

Do outro (Creators): A autenticidade, o discurso real, a linguagem que a comunidade quer ouvir e consumir.

“A resposta é compor. Dar liberdade para quem sabe fazer, sem perder a essência. É preciso bancar.”

A Receita Completa: As Lições da Pimenta.

- 1. Comece com a Intuição, não com um Plano**
A autenticidade nasce de respostas orgânicas a problemas reais (*a mala, o erro de digitação*).
- 2. Reinvente a Experiência do Cliente**
Mude a forma como as pessoas interagem com seu produto (*o quiosque*).
- 3. Use a Criatividade como Defesa**
Quando a concorrência atacar no preço, responda com valor, conteúdo e novidade (*lançamentos semanais*).
- 4. Transforme seu Negócio em um Universo Cultural**
Conecte-se com as paixões do seu público através de uma curadoria estratégica (*os 5 pilares*).
- 5. Construa uma Tribo, não Apenas Clientes**
Crie experiências imersivas que ninguém mais pode oferecer (*o Navio*).



Scanne para conectar no LinkedIn.

A House está crescendo.

A Chilli Beans está sempre em busca de novos talentos para injetar mais pimenta em sua comunicação. Acompanhe as oportunidades na House.

Conecte-se:



José Caporrino (vagas são divulgadas aqui)



@zecaporrino

chilli beans

Apresentação baseada nos insights de José Caporrino no POWERCAST.