

# GE

geracao@.com  
geraçãopreendedora

Entre os novos negócios que vêm surgindo em Porto Alegre, os bares ganham destaque e a preferência de diversos empreendedores. Marne Pereira abriu o Vesper, bar inspirado no cinema que fica nas escadarias da Borges, no Centro Histórico da Capital *Página Central*

# Noite em alta



# PÁGINA INICIAL

www.geracaoe.com

Quer receber notícias sobre empreendedorismo no seu WhatsApp? Aponte o celular para o QR Code ao lado e saiba como!




-  JC\_GeracaoE
-  JCGeracaoE
-  JCGeracaoE
-  geracaoe

## Ao Leitor

### Feliz dia das líderes

No **geraçãoE**, contamos muitas histórias de mulheres que começaram a empreender depois da maternidade. Apesar de trajetórias lindas, que envolvem muita dedicação, é interessante pensar por que isso acontece. O despreparo das empresas para receber as mães e entender suas demandas, normalmente, é o que impulsiona esse cenário. É incrível acompanhar e contar histórias de mulheres à frente dos próprios negócios, mas é importante refletirmos se esse é o desejo de todas essas empreendedoras.

No **#explorar**, Luciana Cattony compartilha dicas para mudar esse contexto. Em seu trabalho à frente do Maternidade nas Empresas, ela comprova que não há motivos, além do preconceito, para que essas mulheres não façam parte do mundo corporativo. "Cuidar de um outro ser humano é um PhD intensivo de soft skills: tem resiliência, habilidades de comunicação e negociação, capacidade de resolver problemas, criatividade e outras. Nasce uma mãe, - nasce uma líder", define Luciana.

Por isso, te convido a ler as dicas completas da Luciana em **geracaoe.com** e a acompanhar o trabalho incrível do Maternidade nas Empresas pelas redes sociais. **#felizdiadasmães** **#felizdiadaslíderes**

**Isadora Jacoby**  
@isajacoby

## #explorar

# Maternidade nas empresas

Luciana Cattony é cofundadora da Consultoria Maternidade nas Empresas, que atua desde 2017 com o propósito de apoiar as empresas a avançarem na temática da equidade de gênero e da valorização da parentalidade no universo corporativo. Confira, abaixo, as dicas de Luciana para pensar sobre parentalidade nas empresas.

### 1 Para desconstruir estereótipos

O e-book **Maternidade e Carreira: Combatendo os Ruídos** é um convite para você refletir sobre frases que nos acostumamos a ouvir porque sempre foram consideradas verdades. Como, por exemplo, carreira e maternidade são inconciliáveis. Chamamos de ruídos esses conceitos que sempre circularam por aí e acabaram aceitos, mesmo que representem um viés inconsciente - preconceitos, estereótipos ou pensamentos tendenciosos sobre um tema que induzem a decisões ou comportamentos prejudiciais. É preciso mudar essa forma de encarar o tema. Carreira e maternidade são, sim, conciliáveis. Mais do que isso: ser mãe tem tudo a ver com autodesenvolvimento e pode impulsionar a carreira. Para desconstruir essas generalizações, apresentamos 10 ruídos que já ouvimos sobre maternidade e carreira, mostramos a realidade e o quanto isso marginaliza as mulheres e as afasta do mercado de trabalho. Acesse em <https://bit.ly/3NPMuyG>



### 2 Para aliviar o peso das mães

Uma pesquisa da **Harvard Business School** concluiu que filhos das mães que trabalham fora acabam tão felizes na vida adulta quanto os filhos de mães que ficaram em casa. A pesquisa com mais de 100 mil homens e mulheres de 29 países também mostrou que crianças criadas por mulheres que têm uma carreira, quando adultas, têm mais chances de serem grandes empreendedoras e geralmente, têm melhor desempenho em suas carreiras por terem referência dentro de casa. O que influencia a felicidade de um filho é a qualidade das relações e não o fato de se as mães trabalham ou não fora de casa.



### 3. Para humanizar as lideranças

Em um mundo em que as relações estão cada vez mais frágeis e os modelos convencionais de gestão fadados ao fracasso, é preciso conectar-se ao que é essencial e verdadeiro. Em **Líder humano gera resultados**, Ligia Costa compartilha lições valiosas que aprendeu ao longo de sua carreira. É fundamental integrar as inteligências física, mental, emocional e espiritual. Escolha ser esse tipo de líder e seja instrumento de transformação na vida dos outros.



### 4. Para mostrar a maternidade como impulso de pessoas e dos negócios

No TEDx **Qual real motivo de não se contratar uma mãe**, abordo a experiência familiar de diversas mulheres que encontraram um mercado despreparado para lidar com a carreira de uma mãe. A maternidade pode ser impulso de pessoas e de negócios. Acesse em <https://bit.ly/3plMZq0>



**Luciana Cattony**  
Cofundadora do  
Maternidade nas Empresas

## geraçãoE.com



## Franquia de fast-food é novidade em Porto Alegre

A Lug's é uma franquia de fast-food especializada em porções de batatas e frangos fritos, servidos em baldes, barcas ou cones. A nova operação, comandada por Jamerson Lewis, fixa-se no Galpão Food Hub.

Aponte a câmera de seu celular para o QR Code ao lado e confira o conteúdo completo.



EVANDRO OLIVEIRA/JC

## Quem faz



**ISADORA JACOBY**  
Editora-assistente  
@isajacoby



**GIOVANNA SOMMARIVA**  
Repórter  
@gisommariva



**ESTEFANY SOARES**  
Estagiária  
@estfany\_soares



**JOÃO PEDRO CECCHINI**  
Estagiário  
@cecchini\_08

**Editor-chefe:** Guilherme Kolling

**Diagramação:** Gustavo Van Ondheusden e Ingrid Muller

[geracaoe@jornaldocomercio.com.br](mailto:geracaoe@jornaldocomercio.com.br)



Publicação do  
Jornal do Comércio  
de Porto Alegre



**NEWSLETTER:** cadastre seu e-mail na nossa newsletter diária e fique por dentro de todas as nossas notícias em primeira mão. Cadastre-se em [geracaoe.com](http://geracaoe.com).

## RIO BRANCO

novidade, gastronomia

# Bar inspirado em Cuba abre em Porto Alegre

O cardápio do negócio contempla pratos como ropa vieja e moros y cristianos, típicos do país

**GIOVANNA SOMMARIVA**

@gisommariva

Inspirado no filme *O Chefe*, produção norte-americana que conta a história de um chef que faz sucesso com um food truck de sanduíche cubano, o empreendedor Orlando Carvalho, 51 anos, abriu o La Cubana Bar, novo espaço que ocupa o número 629 na rua Miguel Tostes, no bairro Rio Branco.

A região, que tem sido a aposta de muitos empreendedores no último ano, não é desconhecida para Orlando. No ano passado, o empreendedor abriu, ao lado da filha Luiza, o Uli Bier, bar que já passou pelas páginas do **GeraçãoE**, e fica a poucos metros de onde, hoje, está localizado o La Cubana. “Em dois meses, ela me tirou do negócio, ficou só ela mesma”, comenta, entre risos. “Deu muito certo lá, depois a rua foi enchendo de bares e, passando por aqui todo dia, por conta dela, vi que tinha uma placa para aluguel. Fui olhar e me encantei pelo pátio, é muito arborizado aqui, mas estava meio destruído, reformamos tudo”, lembra o empreendedor, que comanda o espaço ao lado da esposa Maria do Carmo e do filho João Gabriel.



Orlando Carvalho e Maria do Carmo comandam juntos o La Cubana

Com investimento em torno de R\$ 250 mil, a casa, que tem cerca de 100m², não é a primeira - nem a segunda - experiência de Orlando com o empreendedorismo. O gaúcho comanda, desde 2017, a Texas Fumaçaria, contêiner de hambúrguer na Zona Norte da Capital. Para ele, o novo espaço precisava ser diferente, temático e remeter à arte e à cultura.

“O sanduíche cubano do filme é uma inspiração que ficou guardada anos na memória, eu já fazia esse defumado, pensei, então, em por que não fazer um restaurante cubano? Cuba tem tudo a ver, é um país tropical, aqui na rua arborizada, tem os drinks, que são superpopulares em Porto Alegre”, explica sobre a inspiração do espaço, que é repleto de cores e pinturas nas paredes, inclusive, com um desenho da própria Cubana em um dos ambientes.

Foram quase três meses de

estudo sobre a culinária cubana para desenvolver o cardápio, que contempla pratos típicos como ropa vieja e moros y cristianos. “É uma culinária muito parecida com a brasileira, no arroz, no feijão, o que muda é o modo de preparo, e é mais picante também”, compara. A carta de bebidas contempla opções como mojito e daiquiri, receitas típicas cubanas.

Emocionado ao falar da relação com a filha, Orlando celebra o interesse que Luiza desenvolveu pelo empreendedorismo.

“Foi uma surpresa muito boa, ela foi para trabalhar comigo e virou a empreendedora, em poucos meses disse que ia tocar o espaço. Em seis meses, vi que o negócio já estava dominado, que ela sabe o que está fazendo. O legal é que, agora, ela que vem aqui me dar dicas todos os dias”, diverte-se.

O La Cubana abre para operação noturna, das 17h às 23h30min, de terça-feira a domingo. Orlando conta que, inicialmente, a ideia era operar apenas à noite. No entanto, por uma demanda dos moradores da região, o negócio está funcionando, aos fins de semana, também para almoço, das 11h30min às 15h. Ainda, em parceria com o restaurante Galpão Parrilla, o La Cubana ampliou o cardápio e agregou em suas operações o espaço La Parrilla.

Para o futuro, uma ampliação da casa está nos planos do empreendedor que pretende alugar e reformar o segundo andar do espaço.



O espaço está localizado na rua Miguel Tostes, n° 629, no Rio Branco

## MURAL

### Eventos

» A 10ª edição da **Feira Brasileira do Varejo** (FBV), que acontece nos dias 24, 25 e 26 de maio, no Centro de Eventos da Fiergs, em Porto Alegre, oferecerá ao público palestras com grandes nomes do setor e atrações gratuitas durante os três dias de feira para abordar o jeito brasileiro de fazer varejo. Além disso, espaços para networking e dinâmicas com nomes do mercado integram a programação. As inscrições, bem como os ingressos para as atividades exclusivas, estão disponíveis pelo link <https://bit.ly/3NFhSzU>.

» No **Greener Summit 2023**, que acontece nos dias 16 e 17 de maio, em São Paulo, debaterá questões relevantes para o futuro do setor fotovoltaico. Voltado a empreendedores, estruturadores de ativos, investidores, financiadores e demais tomadores de decisão nas áreas de novos negócios, operações e gestão de ativos e funding, o encontro promove uma grande imersão nos principais fundamentos técnicos, regulatórios e financeiros do setor. Os ingressos podem ser adquiridos através do link <https://bit.ly/3N1EzO>.

### Vagas

» A **Coalize**, solução tecnológica que auxilia o RH das empresas, está com vagas abertas para cargos comerciais, de programação e de relacionamento, com oportunidades, inclusive, para estágio. Algumas vagas são remotas. Saiba mais em <https://bit.ly/3LV4LsK>.

» A **Kovi**, startup de tecnolo-

gia voltada para mobilidade, está com 43 oportunidades efetivas e de estágio para trabalho em oficinas mecânicas nas áreas de operação, gestão, logística, entre outras. Algumas vagas são em Porto Alegre, outras espalhadas pelo Brasil. Informações completas em <https://bit.ly/42mscAL>

**A Amazon Web Services (AWS), plataforma de computação em nuvem traz para Porto Alegre no dia 31 de maio, no Centro de Eventos da Pucrs, o AWS Cloud Experience, evento gratuito que tem como objetivo levar conhecimento e as últimas tendências sobre computação em nuvem para a região. Este, que é o segundo AWS Cloud Experience de uma série de outros que acontecerão pelo País em 2023, conta com palestras de clientes locais nos segmentos de pequenas e médias empresas (PMEs), startups, enterprise, que abordarão sua experiência com a nuvem e os impactos positivos que a tecnologia traz para seus negócios. O evento é uma oportunidade para gestores e profissionais de TI conhecerem os benefícios do uso da nuvem e se atualizarem sobre as últimas tendências e as melhores práticas no uso da tecnologia. Mais em <https://go.aws/3B6QhJB>**

## NOVIDADE

*drinks, cerveja*

TÂNIA MEINERZ/JC



O Vesper está localizado no alto da escadaria da Borges

# Novos bares aquecem a noite da Capital

Com cara de boteco ou com inspiração artística, o nicho dos bares é dos mais pujantes quando o assunto são novos negócios de gastronomia

**ESTFANY SOARES,  
ISADORA JACOBY E  
JOÃO PEDRO CECCHINI**

O mercado de gastronomia na Capital segue aquecido, e diversos novos negócios tem surgido em Porto Alegre, apostando, principalmente, na cena noturna da cidade, como é o caso do Vesper, que, há cerca de um mês, vê a Capital de cima. No alto da escadaria da Borges, num ponto com vista de cinema,

a temática cinematográfica segue para o ambiente do bar: câmeras antigas, pôsteres, DVDs, claquetes e, inclusive, telões para transmissões fazem parte da decoração do estabelecimento. No cardápio, estão disponíveis mais de 30 opções de drinks clássicos e autorais. **O Vesper, bebida do James Bond que inspirou o nome do empreendimento, é uma das alternativas para a clientela.**

Quem aperta o play do novo negócio é Marne Pereira, 49 anos. Ele inaugurou o bar em abril, mas, muito antes disso, o local já foi estúdio e ponto de comércio de itens para produções audiovisuais. A inspiração mantém-se no mesmo endereço, no alto da Escadaria da Borges, com, agora, um novo bar temático de cinema, o Vesper.

“Um lugar que se vende por si”, destaca Marne, acrescentan-

do que o Viaduto Otávio Rocha recebe muitas pessoas por possuir um visual clássico de Porto Alegre, uma beleza natural que se amplifica com a revitalização e com a segurança do endereço, como ele afirma. “Aqui no Centro, não tem outra coisa com essa vibe.”

A escolha do ponto, que ocorreu lá em 2015, também transmite esse viés mais fantástico do local. Enquanto caminhava pela rua Duque de Caxias, num momento mais para o fim de tarde – a hora mágica, como é conhecida pelos fotógrafos, devido à boa iluminação –, apaixonou-se pelo endereço, que estava disponível para aluguel. Sem pensar duas vezes, ligou para a imobiliária e agilizou a papelada.

Passados oito anos, a gastronomia surge como o novo enfoque do estabelecimento. A

mudança também tem início num evento quase sobrenatural. Durante uma noite de sono, Marne sonhou com alguém que lhe falou: “Tu tens que vender drink e diversão”. Dito e feito, abriu o Vesper, novo bar com temática de cinema, localizado no alto da escadaria da Borges.

O espaço, que tem capacidade para receber até 50 pessoas, oferece diversas opções de bebidas, idealizadas por Cláudia Schumacher, consultora do ramo. O destaque, segundo Marne, é o Bacurau, um drink autoral, com perfil mais encorpado e cítrico, à base de cachaça amburana, que sai por R\$ 28,00. Outras alternativas desse estilo também são inspiradas em filmes famosos, como Taxi Driver. O Poderoso Chefão e 007, mantendo a média de preços. Cervejas, vinhos, espumantes, pizzas e empanadas

fecham o cardápio do Vesper.

Marne destaca que os clientes costumam preferir consumir os produtos ao ar livre, na sacada do Vesper, que concede uma vista ampla e iluminada do Centro de Porto Alegre. O local também dispõe de um ambiente com um bar mais clássico e outros que rememoram um estúdio, com pôsteres espalhados pelas paredes.

Para o futuro, a ideia é levar as referências cinematográficas do cardápio para as telonas, com programações semanais de filmes. O projeto é, além disso, precificar todos os itens da casa, como as câmeras e os DVDs, para estimular o ramo.

O Vesper opera de quarta a sábado, das 18h às 23h30min, na rua Duque de Caxias, nº 1.348. O bar conta com a temática de cinema, com ênfase nos drinks autorais.



Confira mais sobre os bares acessando o conteúdo em vídeo nas nossas redes sociais. Passa lá no Instagram (@jgeracaoe) e no TikTok (@geracaoe).

ANA TERRA FIRMINO/JC

## Bom Fim tem nova operação com foco na brasilidade

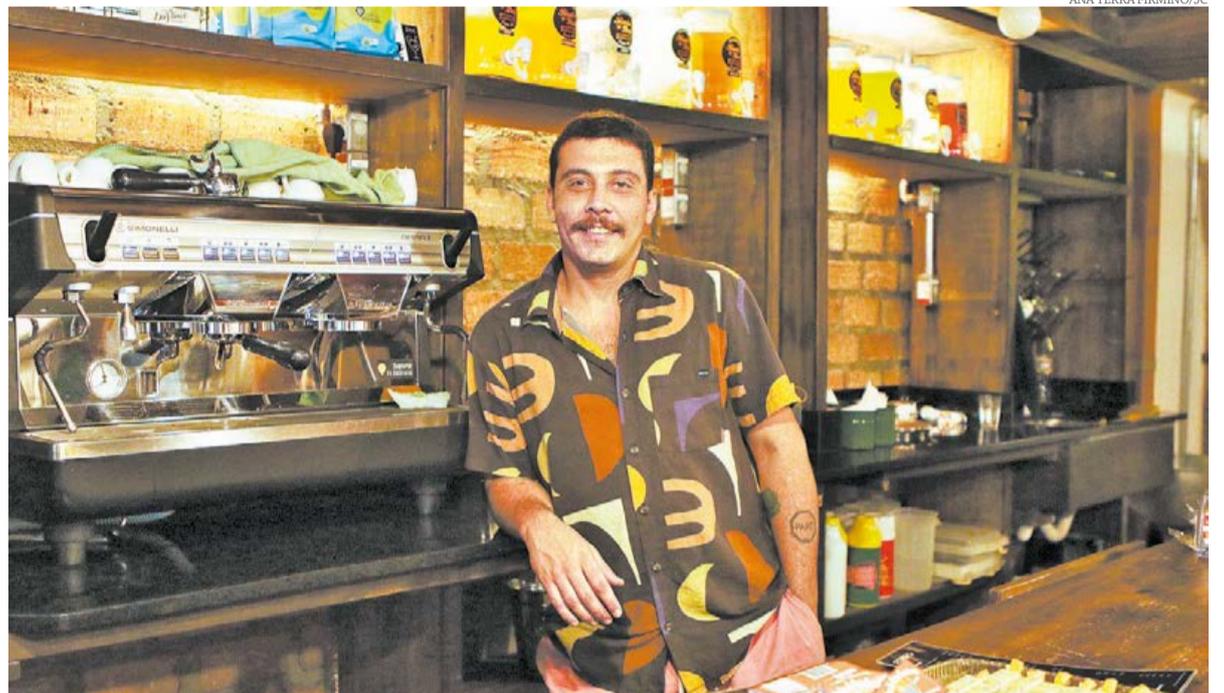
Quem frequenta a rua Gen. João Telles, no Bom Fim, tem um novo ponto de encontro. Aberto há pouco mais de um mês, o Zuca une cafeteria e bar em uma mesma operação, que tem como foco a brasilidade. Thiago Ribas, 25 anos, comanda o negócio, que nasceu como um projeto de faculdade e, agora, saiu do papel para ocupar o número 522 da agitada rua do Bom Fim.

Formado em Publicidade e Propaganda, Thiago conta que a ideia do negócio surgiu durante a faculdade e, sendo assim, ele aproveitou as disciplinas da graduação para amadurecer o conceito do Zuca. “No meio da faculdade, apresentei esse projeto para o meu pai, fiz uma viabilidade e ele comprou a ideia. O TCC foi uma troca da faculdade para o mundo”, lembra sobre

o embrião da operação.

Conectado com a gastronomia desde criança através de sua madrinha, ele conta que sempre que se imaginava à frente de um negócio tinha certeza de que envolveria a prática. Foi esse interesse que despertou o olhar de Thiago para o cenário da Capital. “A ideia é um boteco com itens brasileiros, mas isso não quer dizer temático. Queria que fosse naturalmente de coisas brasileiras. Tenho empada de camarão, queria que tivesse o litrão de qualquer maneira. Nossas comidas são todas de boteco, como o bolinho de bacalhau”, explica sobre o bar, que tem como carro-chefe as cachaças com frutas nativas.

O negócio, que recebeu investimento de cerca de R\$ 250 mil, tem tido o apoio



Thiago Ribas comanda o Zuca, que opera, durante o dia, como cafeteria e, à noite, como boteco

da vizinhança. “O pessoal fala que, nessa zona, faltava um botequinho assim. De maneira geral, está sendo muito boa a receptividade. As comidas estão sendo bem elogiadas”, afirma, ponderando que o ponto não

poderia ser outro. “Para mim, sempre tinha que ser no Bom Fim. Estava do outro lado do balcão e, agora, troquei. O negócio tem um conceito que cai muito bem no Bom Fim. No 4º Distrito, todo mundo vai para

um lugar e fica. E, aqui, o rolê é ir em vários lugares. A mesma pessoa que está consumindo aqui dentro, logo ela está na rua. Essa conversa da rua com o Bom Fim é muito boa”, percebe o empreendedor.

## Bar inspirado em religiões de matriz africana é novidade em Porto Alegre

Inspirado nas religiões brasileiras de matriz africana, o Terreiro Bar Ancestral, nova operação da Cidade Baixa, conta com 12 torneiras de chope de produção própria e uma decoração que, além de homenagear as religiões, faz referências a grandes personalidades brasileiras. O casal Roger Moraes, cervejeiro de 30 anos, e Helena Legunes, profissional de marketing de 31 anos, ambos de Viamão, são os

nomes por trás do bar e da marca de cerveja Cabocla, presente há cinco anos no mercado. A criação da Cabocla já tinha como objetivo homenagear as entidades de Umbanda, no entanto, o casal desejava ter um contato ainda maior com o consumidor final, e, assim, surgiu a nova casa em março.

Após algum tempo procurando pelo espaço que seria o lar do negócio, o casal encontrou na rua Luiz Afonso, nº 247, na Cidade

Baixa, o ponto ideal. “Foi amor à primeira vista por ser bem no lugar que a gente queria. Temos a percepção de que a Cidade Baixa entende a nossa proposta”, pondera Helena. Com dois andares, o espaço conta com mesas pequenas na parte de baixo e maiores para receber grupos no segundo andar.

“Estamos juntos há sete anos, e cada um teve seu caminho com a religião. Entendemos que temos uma bandeira muito bonita para levantar e muito preconceito para quebrar”, destaca Roger. “A Cabocla já começou com esse intuito, mas, agora, com o bar, temos mais espaço para exercer tudo isso que acreditamos”, acrescenta o empreendedor. A dupla conta que o público parte de simpatizantes da religião, clientes da Cabocla e até não praticante, mas com interesse por conhecer novos bares. “Queremos que as pessoas entrem aqui, sintam-se bem e percebam que é uma religião muito bonita como qualquer outra”, conta Helena.

Os empreendedores contam que está sendo muito positiva a recepção e identificação do

público com o negócio, que teve um investimento de R\$ 40 mil e muita mão na massa por parte do casal. “Mesmo quem não é de religião, gosta do bar e se sente bem, porque também trazemos elementos brasileiros”, ressalta Helena. Além das inspirações religiosas, quadros de personalidades brasileiras como Mano Brown, Sabotage, Zeca Pagodinho, Elza Soares e Marcelo D2 estão presentes na decoração. Além disso, um quadro questionando “O que/quem é ancestral” provoca a interação com a clientela. “O nome Terreiro Bar Ancestral é, justamente, para mostrar que a ancestralidade é algo individual e da essência de cada um. Para nós, é através das religiões de matriz africana, mas, para outra pessoa, pode ser através de um ente querido ou de uma personalidade”, reforça Helena.

Desde as porções para dividir até o carro-chefe do negócio, os sanduíches, as comidas também seguem a linha de homenagens. Segundo os sócios, os sanduíches são os mais pedidos, com destaque para a opção vegetariana, de jaca, que está sendo a queridinha

da clientela.

A Cabocla conta com onze rótulos em linha, no entanto, há alguns que são produzidos apenas em épocas específicas do ano. A Do Guerreiro faz referência ao São Jorge e é uma cerveja puro malte. Já a Dos Rios traz as cores douradas de Oxum no rótulo e o equilíbrio do amargor com notas de frutas amarelas como maracujá e laranja.

Com produção própria, além de estarem presentes nas torneiras do bar, as garrafas de 600 ml, que custam entre R\$ 11,00 e R\$ 20,00, podem ser compradas pelo Ifood ou pelo WhatsApp (51) 99128-2196. “Nós temos 12 torneiras, 10 nossas e duas para convidados. Achamos interessante ajudar outras cervejarias, pois sabemos como é difícil não ter um lugar e, agora, queremos fomentar isso”, afirma Helena.

Com as portas abertas de quarta-feira a sábado, das 17h à meia-noite, os sócios afirmam que o bar também contará com uma programação cultural, que pode ser conferida no Instagram (@terreiro.bar).

EVANDRO OLIVEIRA/JC



Roger e Helena são os sócios à frente do Terreiro Bar Ancestral

## ARTIGO

Hey! Artigos podem ser enviados para [geracaoe@jornaldocomercio.com.br](mailto:geracaoe@jornaldocomercio.com.br).  
Os textos para este espaço devem ter no máximo 2200 caracteres e estarão sujeitos à edição.

## Capacidade de negociação: fator decisivo para o sucesso das empresas

Não há empresa que não tenha como tarefa frequente negociar. Desde aquelas diretas com o cliente até outras internas com colaboradores, trata-se de uma habilidade essencial em qualquer ambiente corporativo.

Antes de mais nada, é preciso lembrar que esse é um fato da vida. Todos nós negociamos na vida cotidiana — seja com o vendedor sobre o preço de um produto que queremos comprar ou com nossa família sobre a próxima viagem de férias. É um meio de conseguir o que queremos, a partir de um interesse em comum dos envolvidos.

A palavra negociação tem sua origem na expressão em latim *nec oitius*, ou seja, “sem ócio, sem descanso”. Assim, não é tarefa fácil e demanda muito daqueles que estão envolvidos. Contudo, essa não é atividade que vem com naturalidade ou facilidade para muitos. A boa notícia é que como qualquer habilidade, negociar é algo que pode ser aprendido.

Há inúmeras formas de negociar, e não há certo ou errado. Há apenas formas mais ou menos eficientes e eficazes que podem ser aplicadas em diferentes contextos. O que é preciso compreender é o que está por trás de toda a negociação, ou seja, elementos que sempre estarão presentes. Compreender, primeiramente, esses componentes é o ponto de partida.

A primeira análise a ser feita é: quais são as posições ocupadas por cada um dos players envolvidos na negociação? E quais são os reais interesses de cada um? E nisso entra a posição, que será motivada por um interesse que, quase sempre, não é colocado à mesa.

Um exemplo comum disso é a famosa conversa de aumento de salário ou promoção. O funcionário, obviamente, irá querer aumentar seu salário, enquanto que a empresa opta por manter o valor atual. Essas são as posições assumidas por cada um; o que está por trás delas são os

interesses. A título de exemplo, a motivação do funcionário pelo aumento seria o fato de estar produzindo mais que seus pares. Assim, gostaria de um reconhecimento. Enquanto isso, a organização está interessada em desafiar seu colaborador a bater metas cada vez mais altas para prepará-lo para, no futuro, assumir o cargo de gerência. Esses são os interesses de cada um ao negociar. A questão é que o cenário geral de uma mesa de negociação tradicional é formada por duas partes que têm um interesse em comum: fazer negócio. E irão tentar ao máximo fazer com que a parte contrária faça concessões. Nesse contexto, temos, via de regra, uma parte “vencedora” e outra “perdedora”. E diferentes técnicas são aplicadas, como, por exemplo, a ameaça e o famoso joguinho de *bad cop, good cop* (mau policial, bom policial).

Por óbvio que essas táticas podem funcionar. A questão é: a que custo? As partes desejam

ARQUIVO PESSOAL/REPRODUÇÃO/JC



**JÚLIA ROQUE**  
Diretora administrativa  
do Roque Advogados

manter um relacionamento bom, próspero e duradouro? Há interesse de ambas as partes em fazer negócios futuros?

Atualmente, as metodologias de negociação não estão mais focadas em quem leva a maior fatia do bolo. É nesse contexto que surge o Método Harvard de Negociação, com a aplicação de princípios. O objetivo da metodologia é chegar a um acordo satisfatório para todos os envolvidos, criando diferentes

possibilidades e soluções. Os princípios fundamentais dessa metodologia são:

**Separe as pessoas do problema:** no lugar de ataques pessoais, as partes buscam uma solução com o foco no problema.

**Foque nos interesses, e não nas posições:** buscar compreender os reais interesses de todas as partes, e não somente nas posições que ocupam durante a negociação.

**Invente opções de ganho mútuo:** incentivar as partes a criarem soluções criativas que atendam os interesses de todos.

**Estabeleça critérios:** definir premissas objetivas e justas na mesa de negociação evita que ela seja apenas baseada em opiniões pessoais.

O fundamento da metodologia é buscar o ganha-ganha. É aumentar a fatia do bolo para que todos, ao final, levem o pedaço que satisfaça o seu interesse. Se uma negociação parte de uma atividade colaborativa entre os players, uma relação de confiança é construída. A relação é fortalecida e, ainda, valor é gerado para todos. Que empresa, hoje, não se preocupa em gerar valor?

## BOM SABER

dicas, sugestões, informações



**Para quem quiser apostar no modelo de franchising, o investimento para adquirir a franquia é de R\$ 250 mil. O objetivo do novo modelo é priorizar lugares de grande circulação, como shoppings e centro comerciais.**

## Marca gaúcha de waffles lança franquia de quiosques com autoatendimento

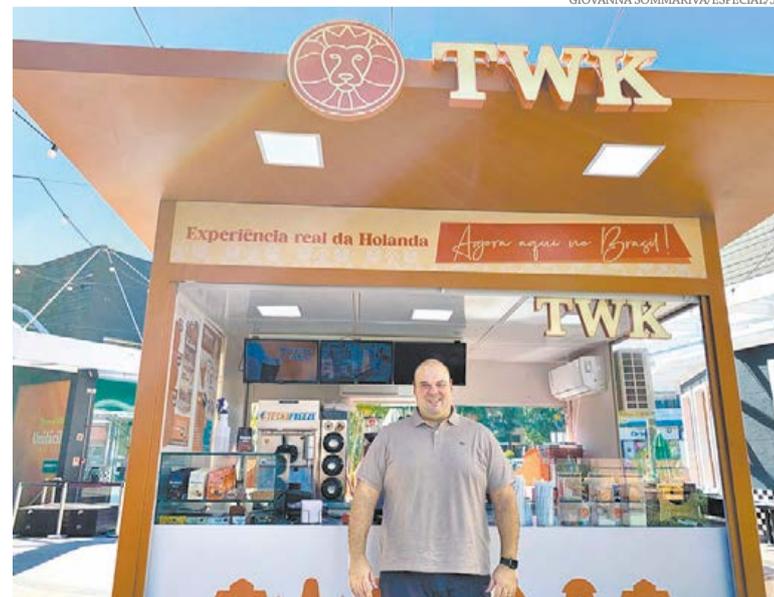
**GIOVANNA SOMMARIVA**  
@gisommariva

Três anos depois de criar a The Waffle King, rede de fast-food de waffles que tem uma unidade no Bom Fim, o empreendedor Anderson Suriz, nome por trás do negócio, lançou a TWK Stroopwafel, marca que prioriza o atendimento rápido e para levar. **A primeira unidade do novo modelo abriu as portas no shopping Paseo Zona Sul.**

Apesar dos nomes similares, Anderson garante que os doces têm suas diferenças, sendo a principal delas o preparo, já que o stroopwafel é feito em, no máximo, dois minutos. “Já fui algumas vezes para a Holanda e, lá, eles fazem na hora: compra, pega e sai comendo, então é isso que estamos trazendo para o Brasil”, destaca. O objetivo da marca é oferecer uma nova experiência para o cliente, com foco no autoatendimento e consumo rápido.

O cardápio contempla três opções de tamanho e diferentes opções de recheio e cobertura, além de milkshakes, cafés e outras bebidas. “Identificamos que o melhor para esse modelo era o quiosque, abrindo a possibilidade de estar em outros pontos, que não sejam lojas, mas lugares de grande fluxo de pessoas, até em grandes estacionamentos, espaços que conseguimos levar nosso modelo de negócio”, define sobre a marca, que tem unidades em São Paulo.

GIOVANNA SOMMARIVA/ESPECIAL/JC



**Anderson Suriz é o proprietário da TWK Stroopwafel**

## NEGÓCIOS infantil, lúdico



Tem algum negócio novo chegando no teu bairro? Conta para o GE! Esperamos as tuas sugestões no Instagram (@jcgeracaoe) e também pelo email geracaoe@jornaldocomercio.com.br

# Negócio cria festa do pijama em casa

O público-alvo da empresa são crianças com idades entre 6 e 12 anos, mas o negócio também organiza festas para adultos

**GIOVANNA SOMMARIVA**  
@gisommariva

Trabalhando no ramo de festas infantis há mais de seis anos, Louise Brussa, 40 anos, criou a Lual Festas Infantis pensando em inovar no setor. Desde 2018, a empreendedora realiza eventos infantis com cabanas de tamanho real em diferentes temas e, além de oferecer a decoração, trabalha com diversas modalidades de recreação e oficinas, buscando tornar a festa mais lúdica e atrativa para a criançada.

O objetivo inicial era oferecer uma opção para crianças maiores, que não queriam comemorar o seu aniversário em uma casa de festas. “No terceiro mês de operação, já começamos a ter um fluxo grande de festas, então começamos a aprimorar. Criamos temas, compramos cabanas de cores diferentes, adicionamos recreação, lembrancinhas”, conta Louise. Hoje, a Lual dispõe de cinco opções



Louise comanda a Lual Festas Infantis há cinco anos e realizou eventos para mais de 80 crianças na Capital

temáticas para os eventos: festa do pijama, spa, piquenique, baladinha e festa néon, além de realizar recreação em escolas e colônias de férias.

Com a pandemia, Louise teve de reinventar o negócio e criou kits com cabanas e oficinas que os próprios pais ou familiares poderiam retirar e montar sozinhos. De acordo com Louise, um dos diferenciais

do negócio é o fato de que a festa ocorre em qualquer lugar, seja em casa, parque, hotel e até colônia de férias. “Estamos sendo bastante procurados por clubes para cuidar da recreação de colônias. Eles nos dão o espaço e nós oferecemos todas as dinâmicas. Também temos parceria com o Master Hotel, fizemos uma festa lá e agora é uma opção para nossos clien-

tes”, comenta. Entre as opções de recreação estão oficinas de tela, pulseira e chaveiros, plantio, slime e customização.

Apesar de o público-alvo do negócio ser crianças com idades entre 6 e 12 anos, a Lual também organiza festas para o público adulto. “Fizemos uma festa para as pediatras do Hospital Militar de Porto Alegre durante a pandemia. Elas já estavam to-

das juntas, então montamos as cabanas, toda a decoração, que foi temática de unicórnio, no sótão da casa de uma delas, foi lindo. Se pedirem, a gente faz também”, garante Louise, que reforça a atenção para os tamanhos das cabanas de 1,5 metro. “Muitas vezes, a gente leva, principalmente em apartamentos, e tem um miniespaço para montar, os pais sempre acham que é menor, aí precisamos tirar sofá, tirar mesa, mas sempre rola, damos um jeito de montar tudo”, afirma.

Com valores que partem de R\$ 200,00, a depender da quantidade de cabanas e atividades oferecidas, a Lual (@eventosinfantislual) realizou festas para até 80 crianças e segue em expansão. “É um sonho realizado ver as crianças realizadas. É uma magia mesmo, transformar um espaço sem graça, sem nada, em algo lúdico, com as tendas, iluminação, e eles ficam ali todos juntos, é um estilo de festa diferente”, define.

Para o futuro, o plano é abrir uma casa de festas, um espaço voltado, principalmente, para crianças maiores. “Bastante cliente acha que temos e pedem, porque muitos apartamentos não tem espaço, mas precisa ter uma boa localização, com estacionamento”, adianta.

## Novidade na Cidade Baixa, bar une teatro e drinks brasileiros

**ESTFANY SOARES**  
@estfany\_soares

“O polvo é um animal curioso, até para a própria biologia. Com quatro pares de braços, todos funcionando de forma autônoma e independente”, explica Matheus Wathier sobre a inspiração para o conceito do Polvo Cultural, espaço que abriu as portas na rua Travessa dos Venezianos, nº 36. O negócio ganha movimento pelos braços de Matheus, Danuta Zaghetto, Vigo Cigolini e Jordan Maia, sócios e idealizadores do empreendimento.

A parceria do grupo, que se conheceu durante a faculdade de teatro na Ufrgs, começou

como uma produtora, que segue em funcionamento, mas, agora, com um espaço físico.

“A ideia é unir o bar com a cultura e a arte. Tudo isso em um espaço só”, ressalta Jordan. Eles explicam que a abertura da operação partiu de uma necessidade de potencializar a democratização da arte e do teatro, que, segundo eles, devido aos valores dos ingressos e formatos que alguns projetos são apresentados, acabam afastando as pessoas. “Unir com o bar e aproximar a arte daquelas pessoas que estão na noite é o que a gente realmente quer”, admite Vigo.

O empreendimento conta com drinks clássicos, veganos e

inspirados na brasilidade. Uma das prioridades dos sócios é que o cardápio seja acessível.

O ponto escolhido na Travessa dos Venezianos partiu de um histórico cultural que a rua tem. As casinhas coloridas são divididas entre pontos comerciais e residenciais. “Cada casa dialoga com a rua, a programação não acontece somente aqui dentro”, pontua Jordan.

Semanalmente, a casa conta com uma programação cultural, com música, teatro e performances feitas pelo grupo ou por artistas convidados. Além das apresentações previamente anunciadas no Instagram (@polvocultural), é feita uma performance duran-

te o atendimento. “Essa ideia das coisas caminharem juntas como produtora e bar é um sonho. Cria mais trabalho para a

gente, principalmente depois da pandemia, que foi tão difícil para os artistas e fez a gente repensar tudo”, ressalta Danuta.



Danuta, Matheus, Vigo e Jordan são os sócios do negócio

## INSPIRAÇÃO

### trajetória, dança

# Da garagem de casa à escola de dança com 600 m<sup>2</sup>

**ESTFANY SOARES**

@estfany\_soares

Operando há 18 anos em Sapucaia, a escola de dança comandada por Greyce Gross, 33 anos, começou com cinco alunas na garagem da casa da empreendedora. Agora, o negócio acaba de inaugurar uma sede própria em Porto Alegre e, em abril, abriu sua primeira unidade no modelo de franquia também na Capital. Bailarina, Greyce é professora e o nome à frente do Grupo Gross.

A trajetória da empreendedora na dança começou na infância, aos 3 anos, e se fortaleceu na monitoria das aulas na adolescência, aos 13 anos. Segundo ela, a vontade de ter a dança como o centro de sua vida esteve presente desde o princípio. “Querida mudar essa realidade e crença de que a dança não poderia ser a primeira opção ou uma carreira digna e próspera”, conta. Aos 15 anos, a escola que Greyce dançava fechou, e sua professora foi para outro estado. Assim, a bailarina uniu o desejo de continuar ensinando dança, com a vontade de suas vizinhas de entrar nesse universo, e começou a dar aulas na garagem de sua casa. O espaço virou a primeira sede do seu estúdio de dança, em uma área de 32 metros quadrados.

A empreendedora conta que, no começo, ela entregava panfletos, dava as aulas, fazia a limpeza, cuidava da administração. Até que, aos poucos, conseguiu começar a contratar uma equipe até abrir a sede de Sapucaia, na avenida Luís Pasteur, nº 992, em 2006. Quando começou a dançar, Greyce relembra que por alguns anos dançou em um projeto social, que impactou também desde o início do próprio estúdio, com a disponibi-

lidade de bolsas para alunos.

Buscando ter a arte e o negócio como aliados, Greyce conta que, muitas vezes, isso pode ser desafiador, ainda mais no meio artístico. A empreendedora afirma que a parte educativa e artística da escola sempre foi sua maior paixão e foco, até perceber que ela não poderia continuar existindo sem uma boa gestão. “Como artista, tendemos a nos afastar desse lado de pensar em negócio. Nós precisamos nos conectar com isso, temos como fazer os dois juntos”, destaca. No início de 2022, houve uma estruturação de modelo de negócio, desde a parte da gestão até o ensino, inclusive, com um rebranding da marca, passando a se chamar Grupo Gross, planejada para a expansão e franchising do empreendimento.

A companhia foi pensada para bailarinos que querem seguir na área e que têm nos palcos sua maior paixão. “Criamos uma companhia jovem para que eles trabalhem como bailarinos. Vendemos espetáculos para empresas e eventos para criar esse mercado da maneira que gostaríamos que existisse”, explica Greyce. Anualmente, a escola faz um espetáculo de dança com uma grande produção que é preparada durante o ano. Na apresentação de 2022, foi quando Greyce anunciou o novo nome, além de divulgar a venda da primeira franquia da marca. Em 2023, o Grupo Gross participará, pela terceira vez, do Disney Performing Art, onde os bailarinos irão se apresentar em um parque da Disney, participar de workshops e receber certificados internacionais.

A unidade de Porto Alegre, inaugurada em março na rua João Wallig, nº 421, no bairro



Greyce Gross criou o negócio na garagem de sua casa, em Sapucaia do Sul, e, agora, chegou a Porto Alegre



A nova sede do Grupo Gross está localizada na rua João Wallig, nº 421, na Capital

Passo d'Areia, foi pensada como uma escola modelo para os franqueados. O espaço de 600m<sup>2</sup>, que conta com três salas de dança e espaços de convivência, teve um investimento de R\$ 700 mil. “Nós queríamos estar aqui na Zona Norte, pois temos muitos bailarinos daqui. E proporcionar um espaço para que as pessoas possam ter uma boa experiência para curtir e viver a escola fora das salas de dança também”, expõe sobre a escolha do local.

A primeira franquia do Gru-

po Gross foi inaugurada no fim de abril no bairro Rio Branco, também na Capital.

“Toda coordenação artística passa pelo Grupo Gross, por mais que seja uma unidade franqueada, seguindo todos protocolos e processos para garantir a qualidade ao cliente”, pondera Greyce. Os planos de expansão não param com a primeira franquia, ressalta a empreendedora, começando pela capital gaúcha. A ideia é seguir para outras cidades do Estado. “Neste ano, o foco é o Rio

Grande do Sul, e, partir do ano que vem, seguir para os outros pontos”, conta a empreendedora, revelando que também mira no mercado internacional.

As escolas funcionam de segunda-feira a sábado, sendo a sede de Sapucaia das 8h às 21h30min e a de Porto Alegre das 8h30min às 22h. Com modalidades como ballet, jazz, street dance e dança de salão, as mensalidades partem de R\$ 98,00 em Sapucaia e, na unidade de Porto Alegre, partem de R\$ 147,00.