

GE

geracao@. com
geração empreendedora

Diversos negócios da Capital tiveram suas inaugurações pausadas em virtude das adversidades trazidas pelas enchentes. Lucas Eibs comanda o Porto Farrô, cafeteria que expandiu e começou a operar em novo endereço nesta semana, mais de um mês após a data prevista para reabrir

Página Central

Renovação em Porto Alegre



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

Retomada e esperança para seguir

Depois de um mês tão difícil, é um alento ver a cidade sendo sinônimo de vida novamente. No último fim de semana, acompanhei o evento de inauguração do café Porto Farrô, negócio cuja história está contada na Página Central desta edição do **GeraçãoE** ao lado de outras operações que estão abrindo as portas em Porto Alegre.

A cafeteria, no entanto, não é novidade. Já tem três anos de história e se preparava para uma mudança significativa, que foi adiada pelo contexto trágico da cidade e do Estado. Nesta semana, o negócio começou a operar no novo endereço e em um espaço muito maior que o anterior.

Ver esse movimento é um sopro de esperança. É claro que ainda há diversas regiões, tanto na Capital quanto em outros pontos do Rio Grande do Sul, que ainda estão impedidas de realizar essa retomada. Mas não deixa de ser inspirador ver um negócio sendo celebrado pelos seus clientes fiéis. Foi uma tarde de muito café, claro, e arte, como é a premissa do Porto Farrô. Mas, mais que isso, um momento de esperança.

Que, aos poucos, os bons momentos como esse predominem no empreendedorismo gaúcho.

#GEApoia

Isadora Jacoby
@isajacoby

#explorar



EVANDRO OLIVEIRA/JC

Patrícia Guimarães, sócia da cervejaria Primor da Terra e do Mato Bar, negócio com cardápio à base de plantas

Conhecimento gera criatividade

Confira as dicas da empreendedora Patrícia Guimarães, sócia da cervejaria Primor da Terra, que surgiu em 2020. Buscando mais contato com o consumidor final, os sócios criaram, em 2024, o Mato Bar, operação que fica no bairro Rio Branco.

- Consultoria Trampolim**
Feita e focada em negócios de mulheres, a Trampolim fica no Vale do Sinos e atende online. A Raquel e a Renata são maravilhosas e imergem nos negócios para ajudar nos desafios, dos básicos aos mais avançados. Nos ajudou a determinar nossos valores, definir melhor nosso público e traçar o caminho que nos levou a abrir o Mato Bar anos depois.
- Cursos Cultura Dobra**
A Dobra é uma marca de carteiras que parecem de papel, mas por trás do produto tem muita criatividade e eles compartilham isso tudo por meio do Cultura Dobra, um segmento de educação. De lá, veio muita ideia pro nosso negócio.
- Programa Ali - Agentes Locais de Inovação do Sebrae**
Uma consultoria superacessível para pequenos negócios, focada em inovação nas mais variadas formas, que começa com um diagnóstico e acompanhamento para criação e desenvolvimento de planos de ação. Nos ajudou a profissionalizar os processos logo no comecinho.
- Podcast O Experimento**
Curto demais acessar conteúdos que falem sobre comportamento de consumo, e esse é um canal que fala sobre marca e como os esforços de comunicação e marketing refletem na cabeça do consumidor.

geracaoe.com



Neta e avó abrem loja de geleias na Zona Sul

Criada pela professora universitária Aline Lucas, em parceria com a sua avó Rosalina Machado, a Geleias da Bisa é uma loja de geleias artesanais fundada em 2020. Em março de 2024, após um significativo crescimento na produção, a dupla resolveu expandir e abriu um ponto fixo, localizado no bairro Tristeza. Aponte a câmera para o QR Code ao lado e leia a matéria completa.



EVANDRO OLIVEIRA/JC



ISADORA JACOBY
Editora-assistente
@isajacoby



JÚLIA FERNANDES
Repórter
@eujuliafernandes



JAMILAIQUEL
Estagiário
@jamilaiquel



STÉFANI RODRIGUES
Estagiária
@stefanirodrig

Editor-chefe: Guilherme Kolling

Diagramação: Gustavo Van Ondheusden e Ingrid Muller

geracaoe@jornaldocomercio.com.br

Ge
geraçãoe.com
geraçãoempreendedora

Publicação do
Jornal do Comércio
de Porto Alegre



NEWSLETTER: cadastre seu e-mail na nossa newsletter diária no site. Queremos que você fique por dentro de todas as nossas notícias em primeira mão.

Quem faz

RECONSTRUÇÃO

GE Apoiada

Pastelina projeta retomada em 60 dias

“Sobraram as paredes e o telhado”, diz CEO da Pastelina, sobre a estrutura da empresa, que foi fortemente atingida pela enchente

ISADORA JACOBY

@isajacoby

A Pastelina, uma das marcas mais tradicionais e queridas pelos gaúchos, foi fortemente impactada pela enchente que atingiu Porto Alegre e diversos outros municípios do Rio Grande do Sul. A indústria, que fica na rua Comendador Coruja, no bairro Floresta, na Capital, foi tomada pelas águas. “Sobraram as paredes e o telhado. Perdemos máquinas, equipamentos, matéria-prima, da farinha à embalagem, da amassadeira à empacotadeira”, conta Marcelo Gonçalves, CEO da Pastelina.

Em abril, a marca lançou três novos sabores e se preparava para, em 2024, ampliar sua planta fabril. No entanto, os planos foram adiados. “Infelizmente, foi uma tragédia, uma fúria da natureza imensurável, que ninguém tinha noção da proporção gigantesca que ia tomar essa tragédia. Colocamos tudo no meio da rua. Lá se foi nossa história toda. Não tem nenhuma máquina dentro da empresa hoje. Mandamos tudo para as oficinas para ver o que conseguimos recuperar. Tenho o sonho de botar essa empresa de pé de novo”, diz Marcelo, destacando que a surpresa positiva do momento adverso foi o apoio da clientela fiel da marca. “Fomos surpreendidos pelo quanto a Pastelina, assim como tantas outras marcas, são importantes. Às vezes, a gente não tem noção do quanto é querido, é acolhido, abraçado pelos quatro cantos do Estado e até longe do Rio Grande do Sul”, afirma o CEO.

A equipe conseguiu voltar à indústria no dia 28 de maio, ainda com água “na altura da bota”, como conta Marcelo. “É



TÂNIA MEINERZ/JC

A indústria, que fica no bairro Floresta, na Capital, foi tomada pelas águas

muito triste para mim que vivo, respiro a Pastelina. Isso aqui é a minha vida e a minha história. Com o maior orgulho, carrego essa bandeira. É desolador. Chorar é pouco, a gente é tomado de um sentimento de muita tristeza. Mas encontrei no carinho do nosso consumidor, dos nossos parceiros, muita força”, emociona-se. Marcelo conta que, através das redes sociais, a marca recebeu incontáveis comentários e mensagens de apoio. “Num dia, recebemos quase 500 mensagens de carinho. Isso se torna um combustível, pois vemos a responsabilidade que temos em virtude do carinho que os clientes têm pela marca”, diz.

A Pastelina, inclusive, fez uma publicação no Instagram (@pastelinaoficial) divulgando outras marcas gaúchas, como Fruki, Vinagres Prinz, Oderich e Moinho Estrela. A iniciativa reverberou de forma positiva entre os clientes da marca. “Isso, para a gente, que é uma empresa que tem uma força e um nome muito grandes, mas é uma empresa pequena, é mais que combustível. Nos diz: ‘olha para frente, transforma essa tragédia em força’”, percebe Marcelo.

Apesar das adversidades, o CEO está otimista para a retomada das atividades. Segundo ele, a previsão é, em 60 dias, retomar a produção na fábrica da Pastelina. “Infelizmente fomos abalados, perdemos tudo, mas estamos trabalhando para voltar

o mais breve possível, no máximo em 60 dias, e sem olhar para trás. Temos que sonhar com olhar para frente, pensar no futuro. Não vamos perder esses 75 anos de história, vamos construir mais 75 pela frente, com força, vitalidade, com energia e muita garra, que faz parte da história do povo gaúcho”, emociona-se.

No entanto, o projeto de ampliação da fábrica ficará para o futuro. “O primeiro momento é reativar a fábrica, porque temos compromissos a honrar. Folha de pagamento, fornecedores, então temos que retomar para que a gente não acabe sucumbindo. Depois, vamos decidir o próximo passo, se vamos migrar para outro lugar, nos reestruturar com mais segurança, talvez um prédio maior, com segundo piso, pensando que isso pode se tornar mais frequente. Nesse primeiro momento, estamos preocupados em manter a empresa de pé”, afirma.

O CEO conta que tem chegado às 5h30min na indústria e saído próximo das 23h. O trabalho duro é a esperança para a retomada. “Queremos reerguer a empresa o mais rápido possível. Tendo saúde e força, vamos seguir adiante e em busca dos nossos objetivos. A Pastelina está buscando força no apoio de vários clientes, parceiros. A nossa equipe de colaboradores está sendo fundamental e essencial. Nós somos uma família”, diz Marcelo.

MURAL

Eventos

- » O **Acelerador Experience**, evento beneficente com grandes nomes do mercado, será realizado entre os dias 12 e 14 de agosto em Barueri, São Paulo. O evento tem como objetivo arrecadar R\$ 3 milhões em doações para as pessoas afetadas pela catástrofe climática no Rio Grande do Sul. Para isso, 100% da bilheteria dos ingressos do evento serão revertidos em doações. Os ingressos podem ser adquiridos no site bit.ly/4eqk3Cn.
- » O **Sindilojas Porto Alegre**

promoverá na próxima segunda-feira, 17 de junho, mais um **Café com Lojistas**, tradicional encontro do Sindilojas Porto Alegre. O tema da edição é “Como vender mais em situação de crise?” com o palestrante Rafael Rocha, especialista em vendas. O evento será no auditório do CIEE. Os ingressos podem ser adquiridos por meio do site bit.ly/3Rjwk1f. Associados ao Sindilojas POA podem se inscrever gratuitamente. Para o público em geral, o valor é de R\$ 50,00.

Vagas

- » O **Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul** (BRDE) abriu as inscrições para o BRDE Labs, evento em que startups podem propor até dois desafios, com base em suas principais dores e prioridades. As inscrições são recebidas pelo site bit.ly/4e9lvc8 até dia 30 de junho.
- » O **Empreenda Jovem**, uma iniciativa da Pluxee em colaboração com a Aliança

Empreendedora, é um projeto que visa capacitar mais de 1,5 mil jovens em situação de vulnerabilidade, promovendo a geração de renda e fortalecendo comunidades e ecossistemas empreendedores. O único pré-requisito é que os participantes tenham entre 18 e 29 anos. Não há processo seletivo, e as vagas são ilimitadas. As inscrições podem ser realizadas até dia 31 de julho no site bit.ly/3wYt9VX.



A Feevale, através do Programa MAI/DAI – Mestrado e Doutorado Acadêmico de Inovação, seleciona empresas parceiras que queiram participar na execução de projetos inovadores de pesquisa aplicada. O objetivo é promover o desenvolvimento ou a melhoria de produtos, processos e serviços do empreendimento, contribuindo para a economia regional, em setores estratégicos. Durante o projeto, a empresa contará com um acadêmico para se dedicar ao desenvolvimento da solução, podendo atuar de forma híbrida na universidade e empresa. Podem participar da chamada empresas de qualquer porte. O desafio ou projeto deverá estar alinhado às áreas de Tecnologias Prioritárias do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI). Saiba mais em bit.ly/3VfRqyH.

NOVIDADE

abertura, inauguração

Novos negócios abrem as portas com a volta do movimento em Porto Alegre

Estabelecimentos tiveram de adiar suas inaugurações devido à crise climática que atingiu o Estado. Após um mês, operações retomam e abrem suas portas ao público

**ISADORA JACOBY,
JAMIL AIQUEL E
JÚLIA FERNANDES**

@isajacoby, @jamil_aiquel e
@eujuliafernandes



Matheus Rosa comanda o Mü Sushi e Cozinha, operação que fica na rua Eudoro Berlink, nº 860, no bairro Auxiliadora, em Porto Alegre

Um dos impactos da enchente que atingiu Porto Alegre foi o atraso na inauguração de operações que estavam com data marcada para abrir as portas. Driblando as adversidades de um mês de atraso, negócios retomam as operações e buscam atrair o público.

O Mü Sushi e Cozinha, que abriu no dia 28 de maio, é um desses casos. O restaurante estava programado para começar a operar no início do mês passado, mas direcionou toda a sua operação para a produção de marmitas para a população afetada no Rio Grande do Sul. Um dos chefs de cozinha do estabelecimento, Ramiro Cecchini, liderou essa iniciativa solidária, que chegou a produzir 1 mil marmitas em um único dia.

O proprietário do restaurante, Matheus Rosa, explicou que optou por não realizar uma grande inauguração. “Acho que não é o momento, mas precisamos fazer a máquina girar”, declara. O espaço oferece não apenas sushis, mas também

pratos quentes com influências da culinária asiática contemporânea. O carro-chefe da casa é o Omakase, um combinado de sushi. “Em breve, teremos um atendimento personalizado no balcão para nossos pratos de comida japonesa. O cliente poderá conversar com o chef, explicar suas preferências e receber algo exclusivo. É uma questão de personalizar a experiência”, explica.

Entre os pratos quentes, destacam-se o Tako Confit, um polvo confitado com arroz negro, e o Duck, pato curado e assado com acompanhamentos. “Todos os pratos quentes têm um tempero muito marcante com esse toque asiático”, comenta Matheus.

Para iniciar as atividades, o novo negócio enfrentou a falta de mercadorias, consequência das enchentes. “Na questão dos insumos e da logística, demorou para termos novamente nossa matéria-prima. Nossos fornecedores foram muito afetados.

Temos um fornecedor que perdeu cerca de R\$ 14 milhões”, conta o empresário. Além do Mü Sushi e Cozinha, Matheus possui mais três restaurantes: o Jappa Boy, um delivery de comida japonesa na Capital, o Bavária e o Hai Sushi, ambos em Novo Hamburgo, na Região Metropolitana. Segundo ele, todos foram impactados pelo baixo movimento ou pela falta de insumos no último mês.

A ideia de abrir o novo negócio surgiu em setembro de 2023. Inicialmente, Matheus pretendia expandir o Jappa Boy, não se limitando apenas ao serviço de entrega. “Depois, fui refinando a ideia e percebi que queria um novo conceito de produto”, afirma. O serviço de entrega também começou em um momento difícil. O Jappa Boy estava programado para abrir em março de 2020, quando eclodiu a pandemia de Covid-19. “Tivemos de cancelar a inauguração e adiar para junho do mesmo ano”, lembra.

Segundo Matheus, a marca acabou se afastando da proposta inicial e se tornou uma culinária mais requintada. “O negócio acabou se posicionando como um produto mais distinto, com muitas iguarias. Ficamos um pouco nichados, e agora a proposta é reposicionar a marca Jappa Boy para ser mais democrática e oferecer um restaurante mais requintado, mas sem perder a acessibilidade, é claro”, explica o empresário.

A ideia do novo negócio é oferecer dois tipos de ambientes. O prédio do Mü Sushi parece um grande aquário, com laterais e frente de vidro, proporcionando muita luz natural. O ambiente descontraído não deixa de transmitir sofisticação no estilo industrial, com muita vegetação na decoração, que inclui um sistema de irrigação.

No hall de entrada, uma jabuticabeira com mais de três metros de altura recebe os clientes no espaço. “A experiência durante o almoço remete

a um ambiente mais claro. À noite, o ambiente é mais escuro, com iluminação nas mesas, mais íntimo. Queremos oferecer uma experiência de hospitalidade para as pessoas aproveitarem o ambiente, não apenas a comida”, comenta Matheus.

Ao meio-dia, o local opera como um restaurante executivo, com preço médio de R\$ 68,00, oferecendo entrada, salada, prato principal e sobremesa. O estabelecimento também possui um bar que oferece drinks autorais. “O público tem sido muito receptivo”, comemora Matheus. Apesar disso, o empreendedor compreende que algumas pessoas ainda não se sentem motivadas a sair.

“Muitas pessoas não se sentem à vontade para sair e aproveitar sabendo que há pessoas passando por dificuldades. Mas também olho para minha equipe e vejo que todos estão ansiosos para voltar à rotina, com vontade de seguir em frente, e isso é importante”, reflete.



Para conhecer mais sobre os novos negócios de Porto Alegre, confira o conteúdo em vídeo produzido pela equipe do GeraçãoE. É só passar no Instagram (@jgeracaoe) ou TikTok (@geracaoe).

THAYNÁ WEISSBACH/JC

Café que celebra arte urbana opera em novo ponto

O Porto Farrô, negócio que começou a operar em 2021 com a proposta celebrar a arte urbana de Porto Alegre, está de casa nova. A cafeteria deixa o ponto da rua Vieira de Castro para se estabelecer a poucos metros, na avenida Venâncio Aires, nº 1031. A operação, que tem como foco os cafés especiais e um cardápio enxuto, teve a abertura adiada em função das enchentes. Pouco mais de um mês após a previsão inicial de inauguração, o negócio começou a operar na última segunda-feira (10).

Lucas Eibs, sócio do Porto Farrô, conta que a mudança de ponto veio a partir do amadurecimento da marca, que celebrou três anos no mercado neste mês. "Quando estávamos para completar três anos, vimos que estávamos estagnados em uma linha ok, mas não tinha como crescer estando lá. Como negócio, viamos que todo mês estava muito bom, mas não tinha como

dar um passo além", lembra o empreendedor, que tomou a decisão de migrar para um ponto com mais espaço. Agora, a nova operação, que fica em um amplo pavilhão, comporta cerca de 20 lugares a mais que a antiga unidade, podendo receber em torno de 60 clientes. "Pensamos em mudar para um espaço onde a gente pudesse ter mais visibilidade. No início, a ideia era ser um negócio pequeno mesmo, mas ele foi se mostrando um pouco maior. E a gente queria crescer, mas não conseguia", reflete.

Apesar da mudança, o espaço mantém as características, celebrando a arte urbana de Porto Alegre em todas as paredes e com um grafite do artista Jackson Brum (@jacksonbrum) na fachada. O empreendedor destaca que permanecer no entorno do Parque Farroupilha, que empresta seu nome ao negócio, era fundamental. "Não fazia sentido sair desse eixo



Lucas Eibs é o nome por trás do Porto Farrô, negócio que começou a operar em novo endereço nesta semana

entre Bom Fim, Cidade Baixa e Farroupilha, mas principalmente do bairro Farroupilha, que é pequeno, mas é toda a nossa identidade", diz Lucas.

O ponto na Vieira de Castro foi fechado em 20 de abril para a mudança do negócio. No entanto, com a tragédia climática que atingiu Porto Alegre no início de maio, a inauguração foi adiada. "Acabou virando quase dois meses. Já tínhamos feito tanto a previsão financei-

ra, quanto de funcionamento. Tínhamos feito todo esse cálculo para ficar esses 20 dias fechados", afirma Lucas sobre as adversidades trazidas pelo momento. "Dentro do todo, nem nos consideramos afetados, porque a realidade das pessoas é muito cruel e muito mais ampla", pondera. Para o empreendedor, celebrar Porto Alegre, como é a proposta do Porto Farrô, torna-se ainda mais importante neste momento. "Porto

Farrô é a junção de Porto Alegre e Farroupilha, em alusão ao bairro. **Nosso propósito sempre foi valorizar o que é daqui, tanto nos itens do cardápio, quanto na arte urbana, enaltecendo artistas da cena local de Porto Alegre.** Geralmente, buscamos referências fora do Estado e até do País. A ideia do Farrô é mostrar que aqui temos muito a mostrar. Diante dos últimos episódios, essa premissa ganhou ainda mais força", pontua.

Restaurante faz releitura de pratos gaúchos com toque italiano

Localizado no bairro São João, o L'unico Restaurante é novidade em Porto Alegre. Com o objetivo de recriar pratos clássicos da culinária gaúcha com foco em texturas e sabores diferenciados, o local é comandado pelo chef Alex Corrêa, profissional com vasta experiência internacional e que trabalhou diretamente com um renomado ator de Hollywood - por conta de um contrato de sigilo, a identidade do ator terá de ser preservada.

A caminhada de Alex na cozinha começou de maneira despreziosa. Graduado em Administração e Engenharia de Alimentos, o empreendedor entrou no mundo da gastronomia através de um amigo. "Quando fui morar em Londres para estudar, dividia o apartamento com um cozinheiro. Ele foi me

ensinando até que me convidou para trabalhar na cozinha", lembra. Assim, Alex foi pulando de país em país, sempre buscando trabalhar na cozinha. O primeiro grande passo de Alex, porém, foi quando ele recebeu a oportunidade de trabalhar em iates de luxo. Segundo ele, eram embarcações com valores bilionários, que recebiam inúmeros convidados famosos.

Inserido em um ambiente luxuoso, Alex começou a fazer seu nome entre as celebridades que frequentavam os iates. Foi assim que ele conheceu o ator de Hollywood que o contratou para ser seu personal chef. A vida de Alex mudou drasticamente depois disso. Ele se mudou para Nova York, onde conheceu e cozinhou para celebridades, como Leonardo DiCaprio, Bradley Cooper e

Bono Vox.

Em 2020, no auge da pandemia do Covid-19, o pai de Alex adoeceu. Sendo filho único, ele resolveu deixar sua vida no exterior para voltar para Porto Alegre. Alex conta que ter seu próprio restaurante era um desejo antigo. Após um período procurando o ponto perfeito, ele se estabeleceu em um espaçoso casarão, localizado na rua General Couto de Magalhães, nº 1195. O espaço, segundo Alex, tem como objetivo simular um ambiente de uma exposição artística, combinando releituras de pinturas clássicas com obras autorais.

O L'unico Restaurante conta com um cardápio 100% autoral e utiliza produtos sazonais. **O objetivo é trazer uma releitura de pratos clássicos da cultura gaúcha,** combinando-os com

aspectos da culinária italiana e brincando com as texturas e sabores das receitas.

Assim, os pratos do restaurante utilizam insumos como costela, preparada em 12 horas, e a tainha, peixe típico do Rio Grande do Sul. Inaugurado há

um pouco menos de um mês, o L'unico Restaurante foi mais um dos inúmeros empreendimentos afetados indiretamente pelas enchentes. A inauguração foi adiada, acontecendo cerca de duas semanas depois do planejado.

TÂNIA MEINERZ/JC



Alex Corrêa está à frente do L'unico Restaurante, novidade na Capital

ARTIGO

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

A febre dos mercadinhos que valorizam a experiência do cliente

O conceito de superproximidade que nasceu junto aos mercadinhos dentro de condomínios residenciais chamou a atenção dos grandes players do setor varejista pelo País, visto que, diariamente, investem no formato pelas ruas das grandes metrópoles brasileiras. De acordo com um levantamento realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), os conhecidos mercados de vizinhança são responsáveis por 35% do volume de vendas do setor de varejo de autosserviço. Esse dado é reforçado quando olhamos para as informações disponibilizadas pela Associação Brasileira de Supermercados (Abbras), que contabiliza mais de 15 mil lojas da modalidade no País.

Toda essa visibilidade para o setor não é à toa, os mercados de superproximidade, que começaram como uma tendência, seja pelo pequeno

ou grande negócio, hoje são febre em diversos pontos. Com uma oferta de produtos que atende o consumidor perto de casa, do trabalho, da faculdade ou até mesmo na mesma quadra - caso dos minimercados em condomínios -, este tipo de estabelecimento caiu na graça dos clientes.

Isso porque essa modalidade funciona com a operação enxuta, que muitas vezes conta com ferramentas de autoatendimento, com um mix selecionado de produtos e vantagens oferecidas para pagamentos digitais. Esse tipo de comércio valoriza o tempo e leva em consideração a opinião de quem compra, visto que o consumidor encontra o que precisa a poucos passos, sem precisar se deslocar para um supermercado ou hipermercado, por exemplo, enfrentar trânsito, gastar combustível e ainda ter de lidar com longas filas.

Desse modo, uma das

engrenagens essenciais para manter o setor rodando é visualizar a experiência do consumidor como o ponto de virada de cada negócio. O cliente precisa estar no centro das atenções, ainda mais para que o varejista consiga se aproximar e, assim, compreender os hábitos de consumo que movimentam estes mercados.

Tendências do varejo pelo mundo

Esse assunto foi tema da NRF Retail's Big Show 2024, considerado o principal evento de varejo no mundo, que apresentou algumas tendências que já fazem parte da composição dos mercados de superproximidade, como a personalização e a experiência do consumidor. Isso porque este segmento já internalizou que entender a jornada de compra do cliente, ainda mais a sua seleção de consumo, é essencial para elaborar um mix de produtos que atendam a necessidade e

PIETRO POZZEBON/DIVULGAÇÃO/JC



GUILHERME MAURI
CEO da Minha Quitandinha, rede de minimercados autônomos

gere uma busca contínua deste consumidor.

Outro assunto comentado no evento e que também está integrado à rotina dos mercados de superproximidade é a maturidade da Inteligência Artificial (IA) para o varejo. Mesmo que o tema esteja no hype agora, ele é como uma espinha dorsal para o segmento, principalmente quando se

fala de mercados autônomos, que já utilizam a IA para gerir as operações, para mapear hábitos de consumo, administrar meios de pagamentos e até para realizar o controle de estoque dos estabelecimentos. A tecnologia é uma grande aliada no *customer experience*, além de também ser um dos pilares para esse fortalecimento dos minimercados pelo país.

Assim, a febre dos mercados de superproximidade segue fortalecendo pequenos estabelecimentos e ganha competitividade com grandes varejistas, porque coloca as necessidades do cliente no centro, conquista mais presença em localidades nas quais não eram cobertas pelos supermercados e geram oportunidades de investimento para aprimorar o uso de tecnologia no dia a dia do empreendedor e do consumidor. Esse tipo de negócio estimula um movimento acirrado ao mesmo tempo que enriquece o segmento do varejo, em um nicho muito estimado pelos clientes, que era mais conhecido como uma quitanda, um mercadinho de bairro.

BOM SABER

dicas, sugestões, informações



Conhece outros negócios que estão retomando suas atividades? Conta para o GeraçãoE por meio das redes sociais. Esperamos as tuas sugestões no Instagram (@jgeracaoe).

Após 35 dias fechado e com um prejuízo de R\$ 300 mil, Espaço Cultural 512 reabre na CB

STÉFANI RODRIGUES
@stefanirodrig

Depois de 35 dias fechado em decorrência das enchentes, o Espaço Cultural 512, que está presente no coração da Cidade Baixa há 17 anos, voltou a operar na última sexta-feira (7).

De acordo com Guilherme Carlin, sócio do local, as perdas causadas pela água se estendem a mobiliários, obras de arte, insumos, equipamentos de refrigeração, computadores, equipamentos de som e danos

à própria estrutura do imóvel, que foi invadido por cerca de 1,5 m de água. Somando as reposições, os consertos e os dias fechados, a estimativa do empresário é de um prejuízo de aproximadamente R\$ 300 mil.

O local lançou uma campanha de apoio por meio da plataforma Apoia.se (apoia.se/espaco512) chamada Re-Existência para a reestruturação da casa. Até o momento, o negócio já arrecadou cerca de R\$ 14 mil por meio de doações. "Esse apoio tem sido muito

gratificante, pois vemos como nosso trabalho ao longo de 17 anos impacta a vida das pessoas, o quanto as pessoas têm suas memórias afetivas ligadas ao espaço", conta Guilherme.

O empreendedor lembrou um sentimento de luto semelhante ao que passou durante a pandemia da Covid-19, quando o 512 passou 10 meses fechado. Entretanto, Guilherme acredita que, junto da comunidade de apoiadores fiéis, a casa vai se reerguer rapidamente.

TÂNIA MEINERZ/JC



Rafael Corte e Guilherme Carlin são sócios do Espaço Cultural 512

O Espaço Cultural 512 fica na rua João Alfredo, nº 512, na Cidade Baixa. O negócio opera na quinta-feira, das 19h à 1h. Nas sextas e sábados, o funcio-

namento é das 20h às 3h. Aos domingos, das 19h à 1h.

A agenda do Espaço Cultural 512 pode ser conferida no Instagram (@espacocultural512).

NEGÓCIOS bar, novidade



O GE Apoia tem como objetivo dar visibilidade aos pequenos negócios que enfrentam as adversidades trazidas pelas enchentes. Para fortalecer a economia local, conheça outros negócios em geracaoe.com.

Operação une brechó, gastronomia espanhola e música no Bom Fim

A Espaço Nave nasceu da fusão de dois negócios já consolidados pelo casal Sara Cadore e Luciano Fernandes

STÉFANI RODRIGUES

@stefanirodrig_

Juntando mais do que as escovas de dentes, o casal Sara Cadore e Luciano Fernandes decidiu unir também o ambiente de trabalho. Dessa mistura entre o restaurante de Luciano, fechado durante o período de pandemia, e o brechó em que Sara atua como curadora há nove anos, nasceu o Espaço Nave, negócio localizado na rua Felipe Camarão, nº 681, no bairro Bom Fim.

A história do espaço remonta os nove anos de existência da Casa de Desapegos, brechó fundado por Sara na galeria Moinhos de Vento. A ideia de abrir um novo espaço fixo surgiu do desejo de proporcionar um ambiente cir-

cular e variado. Enquanto isso, Luciano, com sua experiência na gastronomia, havia fechado o La Nave, restaurante que comandou no Moinhos de Vento até a pandemia, e contribuiu para a concepção do espaço, para que também oferecesse opções culinárias.

A escolha pelo Bom Fim, de acordo com Sara, vem da ligação profunda do casal com o bairro. "Moramos no Bom Fim há muitos anos, e acho que tem o nosso DNA, essa alma de 'bonfiner' que queríamos há muito tempo", explica Sara. A partir daí, o Espaço Nave começou a ganhar forma, combinando elementos de decoração que refletem a personalidade do casal e criam uma atmosfera eclética.

Com um cardápio que destaca os pintxos, sneak de origem basca, e os bocadillos, o local oferece uma experiência gastronômica que, de acordo com o casal, é ideal para acompanhar uma cerveja gelada durante o happy hour. "Aqui na Espaço Nave nossa cozinha é um pouco menor,



Luciano Fernandes e Sara Cadore comandam juntos o Espaço Nave, operação que busca ter diversas frentes

então optamos por um cardápio e um formato mais próximo de um boteco mesmo", comenta Luciano. Além disso,

a programação musical é uma parte essencial do espaço.

O local, contam os empreendedores, é também um ponto de encontro cultural. Os sócios pretendem realizar eventos como feiras de LPs, exposições de arte e lançamentos de músicas locais.

Desde a inauguração em dezembro, o Espaço Nave tem atraído um público diversificado, que vai desde os apreciadores da moda sustentável até aqueles que buscam um lugar para curtir música e a culinária espanhola. Aproveitando o fluxo, os planos do casal vão na direção de **tornar a operação cada vez mais plural**. "Minha ideia nunca foi revender, mas as pessoas vêm aqui e querem comprar nossos quadros, os livros ou mesmo os LPs, porque, no fim das contas, o que importa para elas não é o preço, mas a nossa curadoria bem detalha-

da. As pessoas veem como um local acolhedor e queremos explorar isso", salienta Sara.

Apesar de não terem sido diretamente afetados pela enchente, o local enfrentou desafios devido à falta de água no bairro, fechando por 15 dias. "Nosso bairro não foi inundado, mas fomos afetados pelo espírito da cidade," comenta Sara. Para a retomada, o Espaço Nave organizou um evento solidário em que foram realizados shows em prol dos músicos e DJs afetados. Sara destaca uma mudança positiva: a retomada da agenda diurna do local. O Espaço Nave agora tem almoço de quinta-feira a sábado. "Esse evento nos provocou a mudar também, estamos focando mais na programação diurna, que ainda não estávamos conseguindo trazer," afirma Sara. O negócio opera de terça a sábado, das 11h às 23h.



O local, que fica no Bom Fim, tem como foco a gastronomia espanhola, além de destacar moda e cultura

TÂNIA MEINERZ/JC



NOVIDADE

gastronomia, internacional

Primeira loja do Brasil focada em sandos abre em Porto Alegre

JAMIL AIQUEL

@jamil_aiquel

Após viajar ao Japão e se reconectar com sua cultura, Letícia Sato, descendente de japoneses, decidiu, ao lado de seu marido, Gustavo Igor, abrir a Sando, loja especializada em comida de rua japonesa com foco nos sandos, sanduíches típicos do Japão.

Depois de anos trabalhando no ramo do e-commerce, a dupla passou a desenvolver a vontade de ter o próprio negócio. Gustavo cresceu em uma família de empreendedores e Letícia fez cursos de gastronomia, mas foi na lua de mel do casal que a ideia da Sando começou a nascer. "Essa viagem significou muito para mim, porque foi o resgate das raízes da minha família. Sou da quarta geração de japoneses, meu avô nasceu no Brasil, então pouca coisa da cultura foi passada. Depois que fiquei adulta, e depois de fazer a viagem, uma coisa despertou dentro de mim. A Sando surgiu disso e é por isso que é tão significativa, porque faz parte da minha identificação como nipo-brasileira", diz Letícia.

Na viagem, como contam os empreendedores, eles foram apresentados a um novo lado da cultura gastronômica japonesa: a comida de rua. Assim, a Sando pretende mostrar para o público porto-alegrense que os japoneses comem muito mais do que apenas sushi. "A Sando traz para Porto Alegre algo que já começou a ter mais em São Paulo, mas aqui ainda falta, que é mostrar esse novo lado da cultura. Quando se fala em comida japonesa, já se pensa em peixe cru, roll

com arroz, e é muito mais do que isso", explica Gustavo.

A escolha pelo foco nos sanduíches, porém, vem pelo fato de ser um produto que pode ser facilmente aceito para o público não tão habituado a consumir a culinária oriental. "O Sando é japonês, e queremos fazer os lanches de maneira bem tradicional, mas ele não foge muito do que já conhecemos aqui. Foi por isso que vimos como uma possibilidade", afirma Letícia.

Apesar de já existirem lugares no Brasil onde a cultura japonesa já está mais difundida, um empreendimento especializado nos Sandos - uma sanderia, como foi chamada pelos sócios -, é algo único por aqui.

Os sandos têm diversas versões, entre elas o katsu sando, a versão mais clássica do sanduíche, feito com carne de porco empanada. Além disso, opções veganas e vegetarianas estão no cardápio, assim como entradas fritas para compartilhar e sobremesas, como é o caso do fruit sando, um sanduíche doce feito com frutas, e o melonpan, um pão doce recheado de sorvete.

Durante a enchente, o Sando não foi afetado diretamente, mesmo que tenha sofrido com a baixa no público e alguns dias sem abastecimento de água. Para ajudar, o restaurante serviu como ponto de arrecadação e se colocou à disposição dos moradores do bairro que se estavam sem luz ou água. É o que conta Gustavo. "Nossa cozinha é muito pequena, então, vimos que não daríamos conta de produzir marmittas. Focamos mais em receber doações e repassar para quem precisa", explica.



Gustavo Igor e Letícia Sato são os sócios da Sando, operação focada em sanduíches típicos japoneses

INSTAGRAM/SANDO/REPRODUÇÃO/JC



A Sando está localizada na Galeria Moinhos de Vento, na avenida Independência, nº 1211, em Porto Alegre