

Ge

geracao@.com
geração **empreendedora**

O município, que teve 80% dos domicílios atingidos pelas águas, busca retomar as atividades um ano depois. Carla Carnevali Gomes, da padaria Aparecida, mostra até onde a água chegou em seu negócio, que hoje está operando 100% novamente. **Página Central**

Novos horizontes em Eldorado do Sul



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**Mudança pode ser a palavra-chave**

Estar atento às mudanças de consumo pode ser a chave para encontrar oportunidades no empreendedorismo.

Nesta edição, na página 7, o repórter Dener Pedro conta história de uma nova cafeteria que tem como foco promover festas diurnas. Os empreendedores já comandam uma casa de festas noturna, de modo que o caminho poderia seguir sendo esse segmento. Mas perceberam na mudança de comportamento do público - como redução do consumo de álcool - uma oportunidade para explorar um novo nicho.

Encontrar esses caminhos nem sempre é uma missão simples: exige um olhar atento às pequenas nuances das mudanças de consumo. Na hora de estruturar um negócio, é preciso expandir horizontes para além da nossa experiência individual, entendendo o que de fato o público está demandando. E isso tem a ver com conseguir se conectar com as novas gerações, ver quais mercados são abertos a partir da chegada desses novos consumidores. Claro que há espaço para empreender com clássicos, mas compreender as novas possibilidades pode, inclusive, contribuir para a renovação de um negócio já consolidado.

Isadora Jacoby
@isajacoby

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.

#explorar**Experiência e conexão no turismo**

Marcelo Schmidt é gestor do Plaza HUB, espaço localizado no Centro de Porto Alegre vinculado à Rede Plaza de Hotéis no Brasil. Representando a quarta geração da família na hotelaria, também é músico profissional e apaixonado pela cultura. Junto com sua equipe, promove eventos no Plaza HUB abertos ao público que unem turismo, cultura, oportunidades profissionais e responsabilidade social.

ARQUIVO PESSOAL/JC

**Marcelo Schmidt**
Gestor do Plaza HUB

1. Conecte cultura e turismo - Empreender vai muito além da gestão financeira. Nossa experiência aqui no Plaza HUB nos mostrou isso. **Valorizar a arte e a cultura local cria experiências únicas** e fortalece o vínculo com a cidade. Busque inserir mais iniciativas como essa no seu negócio. Isso ajuda a atrair um público mais engajado e fiel.

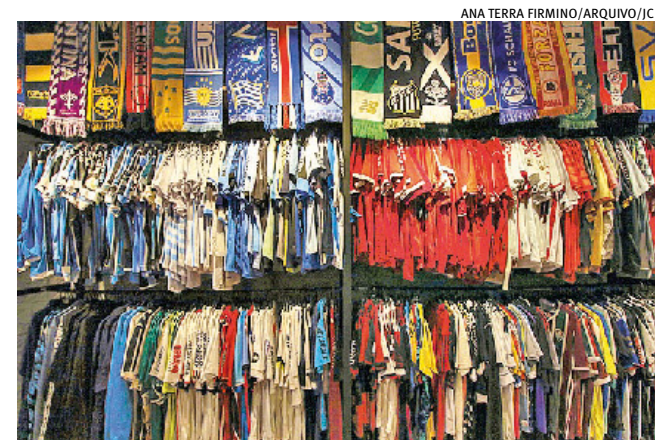
2. Inove com o impacto social - Eventos voltados ao aspecto social e culturais realizados demonstram que empreender com **consciência social é um diferencial**. Integrar negócios e comunidade amplia a relevância da marca e gera uma transformação real.

3. Multiplique talentos - Una talentos. Aquilo que você gosta de fazer e que te deixa feliz no teu momento pessoal, como tocar música, assistir uma partida de futebol, jogar tênis pode servir de inspiração para teu negócio. Nossa visão pessoal pode ajudar a enriquecer a entrega ao cliente. **Diversificar competências** é uma forma de inovar e criar novas conexões no mercado.

4. Criar experiências - Mais do que prestar um serviço, o segredo está em sensibilizar as pessoas. **Hospitalidade é a palavra-chave** para qualquer mercado. Negócios com hospitalidade geram empatia, acolhimento e lealdade. Pessoas lembram de como foram tratadas, não só do que compraram.

geracaoe.com**Sportcore é tendência de moda**

A polêmica envolvendo a possível nova camisa da Seleção Brasileira gerou debate nas redes sociais e foi pauta do Viralizou. A repercussão do assunto mostra que camisa de futebol é um assunto levado a sério, mas não só pelos amantes do esporte. Nos últimos anos, tem se popularizado o uso dessas peças como símbolo fashion. Aponte a câmera para o QR Code e confira.



ANA TERRA FIRMINO/ARQUIVO/JC

Quem faz**ISADORA JACOBY**
Editora-assistente
@isajacoby**JÚLIA FERNANDES**
Repórter
@eujuliafernandes**DENER PEDRO**
Estagiário
@denerpedro_**SARAH OLIVEIRA**
Estagiária
@s.o.sarah**Editor-chefe:** Guilherme Kolling**Diagramação:** Gustavo Van Ondheusden e Ingrid Muller

geracaoe@jornaldocomercio.com.br

Ge
geracaoe.com
geraçãoempreendedoraPublicação do
Jornal do Comércio
de Porto Alegre

GASTRONOMIA

novidade, cafeteria

Com torrefação, café abre no Bom Fim

Operando há 10 anos, o Yami conta com uma unidade no bairro Mont'Serrat, onde ocorre a produção artesanal dos salgados e produtos de confeitaria, além da torrefação de cafés

JÚLIA FERNANDES
juliaf@jcrs.com.br



Geremias Viott é proprietário do Yami, novidade no bairro Bom Fim

A história da Yami, torrefação de cafés e confeitaria glúten free, começou há 10 anos no entorno do bairro Bom Fim. A primeira loja da torrefação ficava na rua Francisco Ferrer e operou por lá durante os cinco primeiros anos da marca. Após esse período, a Yami passou a ocupar a rua Fabricio Pilar, nº 198, local que até hoje opera como matriz da marca, onde ocorre toda a produção artesanal de confeitaria e salgados, além da torrefação dos cafés comercializados pela Yami.

Recentemente, a cafeteria ganhou mais um novo ponto. De volta para o Bom Fim, a nova unidade da Yami está localizada na rua Felipe Camarão. A partir de um formato menor, a marca pretende conquistar um público mais diverso, além de ter mais contato com a rua. “Já procurávamos por alguns pontos justamente nessa área. Recebemos o convite para ocupar esse espaço e veio a calhar com nossa necessidade”, explica Geremias Viott, proprietário do Yami. A operação no ponto é temporária, já que o espaço fica em um plantão de vendas de um novo empreendimento em fase de construção. “Mesmo depois que sairmos daqui, vamos procurar algum outro ponto nessa área”, afirma o empreendedor sobre o futuro do negócio, informando que a ideia é buscar, inclusive, outras cidades. “Acho a franquia um modelo um pouco difícil para nós. A ideia é seguir acompanhando de perto o crescimento

da marca”, destaca.

O empreendedor revela que, apesar do negócio ter aberto há cerca de duas semanas, há uma procura significativa pelos produtos da cafeteria. “Está um movimento muito bom. Notamos que muitos dos nossos clientes que vêm aqui conheceram a marca anos atrás, no primeiro endereço, e agora vêm conhecer a nova loja. Está sendo muito rápido, muito orgânico, superando as nossas expectativas”, salienta. Segundo Geremias, a diversidade de público que o Bom Fim apresenta é importante para os negócios. Além disso, a cultura do bairro de ocupar as ruas ajuda no movimento dos negócios.

A nova unidade da Yami tem um cardápio mais reduzido em relação ao da loja matriz, mas é composto pelos produtos mais pedidos do menu original. Na parte dos salgados, o pão de queijo produzido com queijo serrano e parmesão, custa R\$ 12,00. Na confeitaria, destacam-se o Caramel Slice, um doce com base amanteigada, caramelo salgado e chocolate amargo, por R\$ 15,00; e a Basque Cheesecake, que diferente do cheesecake tradicional, não leva a base de bolachas, sendo uma torta de queijo estilo basco, custando R\$ 25,00. Todos produtos do cardápio não levam glúten.

Os cafés especiais são o destaque da Yami, que trabalha com as opções de filtrado ou expresso a partir de R\$ 14,00. No cardápio, estão disponíveis outros tipos de cafés, como cap-

puccino, mocha e os gelados.

Geremias está na área da gastronomia há cerca de 15 anos. “A história do café é um pouco engraçada. Eu não tomava café e não gostava, estava acostumado com os cafés mais populares. Em uma viagem a São Paulo, conheci e tive contato com o café especial e mudou tudo”, conta Geremias. De volta à Capital, o empreendedor começou a elaborar uma ideia de negócio. De acordo com Geremias, há 10 anos os cafés especiais não eram tão conhecidos, mas hoje o produto está mais disseminado. “A maturidade do público em relação ao produto já é muito maior, porque eles conhecem mais”, explica. Quando abriu a cafeteria, começou a surgir o sonho de também trabalhar com torrefação. “Tivemos que procurar uma casa maior e fomos para o Mont'Serrat, que concentra toda a produção da marca. Desde o início, a ideia era unir café e gastronomia”, conta Geremias. Sobre o crescimento no mercado de cafés especiais, Geremias comenta que, apesar de o produto já estar mais disseminado, o segmento é pequeno dentro do mercado de cafés no geral. “A gente se une para aumentar o mercado em si. Entendemos que tem concorrência, mas é mais uma união para todo mundo crescer junto”, salienta.

A nova unidade de Yami está localizada na Felipe Camarão, nº 564, e opera de terça-feira a sábado, das 10h às 18h, e aos domingos, das 13h às 19h.

MURAL

Eventos

» Com o objetivo de alavancar o ecossistema de inovação, a **Gramado Summit** chega a sua oitava edição neste ano. O evento reúne diversas personalidades, líderes, especialistas e entusiastas para falar sobre o futuro dos negócios. Entre os 300 palestrantes, estão nomes como Luiza Helena Trajano, Sergio Sampaio e Alice Bastos Neves. A expectativa é receber mais de 20 mil participantes e 500 expositores para o evento. Saiba mais gramadosummit.com.

» Um dos maiores eventos de inovação do setor financeiro, a **Febraban Tech**, que reúne lideranças para debates sobre temas da economia digital, acontece de 10 a 12 de junho em São Paulo. Após atingir um público de 55 mil pessoas em 2024, uma das novidades para a 35ª edição será um Auditório Febraban a mais, além do rooftop. Os ingressos partem de R\$ 715,00 até R\$ 1.840,00. Mais informações em tinyurl.com/4vnwew4e.

Vagas

» As inscrições para a 11ª edição do **Nestlé Yocuta - Jovens Talentos Culinários** foram prorrogadas para 18 de maio. A iniciativa, que tem o objetivo de contribuir para a empregabilidade jovem no ramo da gastronomia, oferece 1,2 mil vagas gratuitas para jovens com idades entre 18 e 29 anos de todo o Brasil. A primeira etapa do Yocuta acontece de forma virtual, com início em maio. Serão mais de 50 horas de conteúdo, com aulas divididas em 14 módulos. Saiba mais bit.ly/433ocqO. » Duas iniciativas da **USP**

estão com inscrições abertas para quem se identifica com os gêneros feminino ou não-binário. Com 150 vagas abertas, o Meninas Programadoras é destinado a quem já concluiu ou está cursando o ensino médio e acontece entre os dias 1º de julho e 1º de outubro. O outro projeto é o Professoras Programadoras, voltado para professoras da educação básica, com 30 vagas. As inscrições podem ser realizadas até o dia 31 de maio, e as aulas acontecerão sempre aos sábados, das 14 às 17 horas. Saiba mais em bit.ly/438VKDQ.



No dia 27 de maio, das 9h às 12h, o Sindilojas Porto Alegre realiza o workshop “Missão Dia dos Namorados: Técnicas Poderosas para Aumentar Suas Vendas”, na Rua dos Andradas, nº 1.234. A capacitação tem como objetivo preparar lojistas e gerentes comerciais para potencializar as vendas na data, com estratégias práticas de planejamento, organização do ponto de venda, promoções e uso da inteligência artificial. O encontro será conduzido por Ricardo Lemos, especialista em marketing e vendas, e é voltado a associados e não associados. As vagas são limitadas. Saiba mais em tinyurl.com/4nw768zr.

INSPIRAÇÃO

retomada, resiliência

Empreendedores de Eldorado do Sul impulsionam negócios um ano pós-enchente

A cidade da Região Metropolitana teve 80,8% dos domicílios atingidos pela água

DENER PEDRO,
JÚLIA FERNANDES E
SARAH OLIVEIRA

geracaoe@jornaldocomercio.com.br

Uma cidade que desapareceu do mapa. Nas enchentes de maio de 2024, Eldorado do Sul, na Região Metropolitana de Porto Alegre, foi uma das cidades mais afetadas pelas chuvas. No total, 80,8% dos domicílios de Eldorado foram impactados pela água, de acordo com o Mapa Único do Plano Rio Grande (MUP), do Governo do Estado. O Rio Jacuí subiu e invadiu a cidade, obrigando a população a deixar suas casas, pertences, negócios e sonhos para trás.

“Sempre quis morar em uma casinha com rio atrás”, disse uma senhora com Alzheimer, durante os dias em que esteve abrigada na casa de Carla Carnevali Gomes, empreendedora à frente da Padaria e Panificadora Aparecida, localizada no Centro de Eldorado do Sul. A frase poderia soar como um sonho singelo, se não tivesse sido dita no meio da maior tragédia climática que a região já enfrentou. A água cercava tudo: os fundos, a frente, os lados. Em menos de 24 horas, mais de 20 pessoas estavam abrigadas na casa da empreendedora, que viu o seu negócio, ao lado da sua residência, ser destruído por água e lama.

Carla lembra bem da cena. “Ela olhava pela janela e dizia encantada com o cenário. E eu pensava ‘sim, tem rio dos dois lados agora’”. A imagem



Carla Carnevali Gomes é o nome à frente da Padaria e Panificadora Aparecida. Durante a enchente, a empreendedora ofereceu abrigo em sua casa

resumia o que ela e toda população da cidade enfrentavam. A Padaria e Panificadora Aparecida, que nunca havia fechado por mais do que dois dias por ano, no Natal e Ano Novo, ficou de portas fechadas por 61 dias. “Operamos desde 1985, nunca ficamos tanto tempo sem funcionar. Nem durante as reformas, nem quando tentamos fechar aos domingos, o que não deu certo, porque os próprios moradores pediram para reabrirmos”, conta Carla.

O cenário era devastador. A água destruiu câmaras frias, tombou equipamentos, boiou máquinas recém-adquiridas e deixou para trás muitas perdas. “Nós perdemos praticamente tudo. Geladeiras tombaram, balcões foram destruídos. Só conseguimos salvar algumas estruturas porque os motores estavam na parte de cima.” De acordo com a empreendedora, o prejuízo foi avaliado em aproximadamente R\$ 1 milhão, pois além do maquinário e insumos,

a estrutura do local foi danificada.

Com 56 funcionários, a padaria seguiu arcando com a folha de pagamento mesmo sem funcionar. “A lei exige que se mantenha o número de funcionários de um mês antes da enchente. Só que a padaria não comporta isso no momento. Ainda estamos nos reerguendo”, explica.

O comprometimento com a tradição da panificação é visível. A padaria já conquistou prêmios importantes, como a Copa de Panificação da Bunga, premiação nacional com os melhores padeiros. “Recebemos o primeiro lugar da Regional Sul na categoria Prêmio Sabor, com a receita da Cuca Chimarrita”. Em nível nacional, a Panificadora ficou em terceiro lugar, com a receita Pão de Milho da Vó Campeira.

Após a enchente, a adaptação foi inevitável. Parte da estrutura precisou ser reconstruída. O layout da loja foi

modificado. O negócio, fundado por Zulma e Zeferino Manoel Gomes, ex-sogros e amigos de Carla, resistiu ao período difícil. Atualmente, o empreendimento é comandado por Carla e Thales Carnevali Gomes, neto dos fundadores. Hoje, a padaria comercializa em torno de 100 quilos de pão francês por dia, número que, inclusive, subiu após a tragédia. “Muitos estabelecimentos não conseguiram reabrir, então, a demanda veio para cá. As pessoas precisam de pão, é alimento básico”.

Os dias de cheia foram marcados por improvisos e solidariedade. “Coloquei os idosos no andar de cima, organizei a cozinha, preparei comida. Tirávamos água com baldes, usando açúcar como peso para puxar mantimentos com corda. Amarramos colchões infláveis para resgatar crianças e idosos quando a água começou a chegar no segundo andar da casa. Foi desesperador, mas também comovente”, lembra.

A Padaria e Panificadora Aparecida nasceu pequena como minimercado com açougue, forno à lenha e atendimento 24 horas. Cresceu, transformou-se, passou por reformas e chegou a ser alugada por um período. Mas sempre manteve as raízes. “Em determinado momento, sentimos falta do contato com os clientes. Decidimos que seria só padaria, confeitaria e café. E assim ficou”.

Hoje, Carla vê a padaria como um ponto de resistência. “Estamos aqui, abrindo as portas todos os dias, mesmo com dificuldades, mesmo sem saber se o número de funcionários vai caber no orçamento. Mas estamos aqui. Produzindo, vendendo, atendendo. É isso que sabemos fazer”, destaca.

A imagem da senhora que queria viver à beira de um rio segue viva na memória de Carla - uma lembrança de que, mesmo cercados pela água, foi possível sobreviver com dignidade e pão na mesa.

TÂNIA MEINERZ/JC



Conheça mais os negócios de Eldorado do Sul conferindo, também, o conteúdo em vídeo disponível nas redes sociais do GeraçãoE: Instagram (@jgeracaoe) e TikTok (@geracaoe).

TÂNIA MEINERZ/JC

Academia que abrigou moradores busca retomada

Em março de 2019, a Yes Fitness anunciava o início das suas atividades no bairro Centro Novo, em Eldorado do Sul. À frente do negócio está Yago Ferreira e, ao seu lado, o instrutor Luiz Henrique Soares. Após completar cinco anos de empreendimento, os amigos enfrentaram juntos a chegada das águas à cidade. Em todos os locais que o GeraçãoE visitou na cidade, havia algo em comum: negócios e corações abertos. Recepção típica de quem sabe o poder da comunidade.

“Estávamos indo bem, uma média de 400 alunos antes da enchente. Após, sofremos um baque muito grande, que não voltou 100% ainda”, contabiliza Yago. Segundo a dupla, foram longos meses até a situação melhorar, com avanço significativo apenas a partir de janeiro. “Muitos alunos foram embora ou saíram. Com todos ainda se reconstruindo, a academia acaba não sendo uma prioridade.”

Eles contam que os primeiros meses após o evento foram críticos, mas que as coisas foram melhorando com o tempo. “Muitas regiões ainda estão bem destruídas. Lugares que não reabriram, que as pessoas não puderam voltar, nem mesmo para limpar. Aqui, a água nunca tinha chegado”, descreve Henrique. Ele se refere ao histórico de cheias da região. A 12 km da Capital, Eldorado do Sul integra a área de preservação ambiental do Delta do Jacuí e é rodeada pelo rio Jacuí e lago Guaíba. Conforme os moradores, não é incomum a água invadir alguns bairros após fortes chuvas. Yago explica que este não era o caso do Centro Novo, onde a Yes Fitness está localizada. “A água demorou mais para subir aqui e o pessoal de outros bairros acabou migrando para cá”, conta.

Em maio de 2024, o Rio Jacuí atingiu níveis recordes, com um metro e meio acima da cota de inundação. “Decidi ir



Yago Ferreira é um dos empreendedor à frente da Yes Fitness, academia que abrigou a comunidade na enchente

para Porto Alegre, insisti que o Henrique fosse junto. Ele estava com a família, com um bebê de quatro meses na época”, conta. O colega permaneceu na academia, que possui dois andares. Mas logo percebeu que as águas estavam subindo na região. “Disse para ele: ‘abre as portas e ajuda quem tu achas que deve ajudar’, e assim fizemos”, descreve Yago sobre o espaço, que passou a ser abrigo. “Priorizamos acolher famílias. Também estava com a

minha. Meu filho completou o quarto mês aqui dentro”, diz Henrique. O segundo andar foi organizado com tatames. As roupas da academia também serviram para aquecer os abrigados.

Na hora de retomar, haviam perdido boa parte dos equipamentos e móveis. “São equipamentos pesados, não tinha o que fazer. Foi difícil e ainda é. Ficamos com um pé atrás sobre como serão os próximos anos. Mas precisamos retomar, não

podemos abandonar o que é nosso. É o nosso trabalho”, diz Yago.

Em um mês, a Yes Fitness estava aberta novamente. “No início, havia poucos alunos, mas eles estavam aqui. E é uma questão de saúde mental retornar à academia. Para o futuro, queremos melhorar o espaço, o atendimento e retomar tudo que a enchente ainda deixou de marcas. Manter a equipe, valorizar o pessoal e dar assistência à cidade de Eldorado”, diz esperançoso.

Casal que viu sonho ruir na enchente de 2024 se recupera e amplia negócio

TÂNIA MEINERZ/JC



A Casa Eldorado fica na avenida Emancipação, nº 879, no Centro

Uma das operações mais de Eldorado do Sul, a Casa Eldorado foi severamente atingida pela enchente de 2024. Por lá, a água chegou a ultrapassar a marca de 2 metros. Hoje, a galeteria está de pé, com a mesma essência, mas sob nova direção.

Alexandre e Franciele Custódia, casal que hoje administra o negócio, vivia um cenário bem diferente em abril de 2024. Após iniciar uma lancheria delivery em casa, Alexandre alugou o espaço ao lado da tradicional galeteria visando ampliar o Família Lanches, nome do negócio. Quando tudo parecia ir bem, Franciele saiu do emprego para se dedicar ao negócio junto ao marido. Uma semana depois, tudo ficou embaixo d'água. “Fomos para a casa do meu sogro, em Guaíba, e ficamos 30 e poucos dias lá”, relata Alexandre, que resume a

retomada em uma frase: “nossa história é de milagres”. Ao voltar para Eldorado do Sul, o empreendedor conversou com o locatário do prédio, que era proprietário da Casa Eldorado, para retomar o aluguel, mas teve uma surpresa. “O dono da galeteria era um ex-chefe da minha esposa. Quando ele soube que nós estávamos com a lancheria aqui do lado, veio falar com a gente e disse que tinha uma proposta para sermos sócios. Então, começamos a trabalhar juntos”, conta Alexandre, que posteriormente comprou a parte do sócio, assumindo 100% da operação.

Alexandre encarou o desafio, apesar da insegurança em mudar de ramo. “Precisava trabalhar, só que tinha feito cursos e me preparado para uma lancheria, com hambúrguer. E aí tivemos que fazer buffet, uma lógica

totalmente diferente, mas penso que precisamos aproveitar as oportunidades”, pontua.

A retomada na Casa Eldorado foi bem movimentada no começo, mas caiu à medida que os voluntários deixavam a cidade. O casal acredita que só foi possível se reerguer a partir da fé. “Essa enchente teve propósitos, de ensinar as pessoas a serem solidárias”, afirma Alexandre. “Voltamos para começar tudo do zero. O que a gente tinha? Fé e coragem”, diz Franciele.

Para o futuro, o casal pretende ampliar a Casa Eldorado, criando um espaço kids e trocando alguns móveis. Além disso, o Família Lanches não foi deixado de lado. Pelo contrário, deve ter sua reinauguração ainda no mês de maio. “Agora vou poder usar aquilo que aprendi nos cursos”, brinca Alexandre.

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.

Prato único - desafio ou oportunidade?

Um levantamento feito pelo Instituto Foodservice Brasil (IFB), em 2023, mostrou que o mercado brasileiro de foodservice era composto, já naquele ano, por aproximadamente 1,6 milhão de estabelecimentos em atividade, que juntos somavam um faturamento de R\$ 217,6 bilhões. Em 2024, o setor atingiu crescimento de 3,2% e, para 2025, é estimado um avanço de 6,9%, na comparação com o atingido no ano passado.

Tais dados colocam o País entre um dos cinco maiores mercados do mundo, com diversos pequenos e médios negócios em funcionamento. Isso significa que há um espaço imenso para consolidação do setor. O IFB também revelou, por meio de monitoramento

realizado mensalmente, que o estado de São Paulo abriga o maior mercado de foodservice do Brasil, com mais de 419 mil pontos de alimentação ativos.

Ou seja, de fato, ainda há muito espaço para crescimento e para a disseminação de diferentes conceitos e modelos de negócios. Uma das tendências apontadas pelo IFB tem relação com a personalização das experiências gastronômicas. Segundo o instituto, existe uma demanda crescente por ofertas adaptadas às preferências individuais e culturais dos consumidores.

Pensando neste contexto, destaco a possibilidade de imersão nas diferentes opções de culinária internacional não apenas pelos seus diferentes temperos e sabores, mas tam-

bém pelos desafios, oportunidades e pela curiosidade que podem despertar.

Um exemplo interessante tem relação com o conceito de restaurante com prato único, cujas raízes vêm da Europa. Trata-se de um modelo de operação que se consolidou ao longo do século XX especialmente em países como a França e a Suíça. O objetivo central de restaurantes com essa característica reside na garantia de qualidade excepcional, padronização no preparo e experiência inigualável a quem escolhe degustar o prato executado com exclusividade pela casa.

Acredito nesse modelo de operação, inspirado na originalidade e em um conceito inovador, por uma série de



GLAUCIA FERNANDES
Diretora de franquias
do L'Entrecôte de Paris

vantagens que o acompanham, tais como a possibilidade de otimização da operação do restaurante, permitindo a realização de um serviço muito rápido e extremamente

eficiente e a possibilidade de atrair clientes que buscam uma experiência realmente autêntica e sem complicações.

Um restaurante especializado em um único prato também traz em sua essência uma oportunidade especial, que é possibilidade de inovar e diversificar outros segmentos de cardápio, caso das entradas, das bebidas e das sobremesas. É claro que os clientes irão ao local com o objetivo principal de degustar a especialidade da casa, mas as oportunidades que são reveladas com a diversificação desses outros itens do menu podem transformar cada visita em uma experiência diferenciada.

As possibilidades são infinitas e as chances de encantar o cliente se renovam a cada transformação realizada. Vale a pena investir nesse nicho tão cheio de possibilidades.

BOM SABER

dicas, sugestões, informações



As pulseiras custam R\$ 39,00 e estão à venda na Magalu e no Mercado Livre. Para saber mais, acesse o site da iniciativa (pulsors.com.br) ou o Instagram (@pulso.rs).

Venda de pulseiras gera renda para mulheres atingidas pela enchente

GABRIELI SILVA
gabrielis@jcrs.com.br

Em maio de 2024, as águas invadiram ruas e lares no Rio Grande do Sul. Para muitas mulheres, especialmente chefes de família, a catástrofe climática significou não apenas a perda de bens materiais, mas também da estabilidade emocional e da perspectiva de futuro. Foi nesse contexto que nasceu o Pulso RS, uma iniciativa que transformou linhas de crochê em pulseiras símbolo de reconstrução.

Idealizado pela Rede Asta em parceria com o Atados e a artista Mana Bernardes, o projeto propôs algo simples e poderoso: capacitar mulheres em situação de vulnerabilidade para a produção artesanal de pulseiras. O produto foi desenvolvido com

um modelo de crochê de fácil execução, combinado com plaquinhas de porcelana ilustradas com palavras como "fé", "amor", "coragem" e "regeneração".

A produção começou em julho de 2024 nos abrigos de Porto Alegre e Canoas. A primeira parceria foi firmada com a Casa Violeta, abrigo para mulheres vítimas das enchentes. De lá, a ideia se expandiu para outros centros de acolhimento, atingindo 66 mulheres. Destas, apenas 32 tinham experiência anterior com artesanato. "Era um momento de fragilidade enorme. Muitas mulheres duvidavam se conseguiriam dar conta de aprender algo novo. Mas se desafiaram - e conquistaram resultados incríveis", conta Alice Freitas, uma das idealizadoras do projeto. Entre julho de 2024

e fevereiro de 2025, foram produzidas 19 mil pulseiras, gerando uma renda líquida de R\$ 190 mil para as participantes.

Cada peça vendida significava não apenas ganho financeiro, mas também o resgate da autoestima. De acordo com um levantamento do projeto, 96% das mulheres afirmaram ter percebido melhora no bem-estar e na autoconfiança. "O artesanato foi uma oportunidade de recomeço: além de ocupar a mente e ajudar a superar dificuldades, gerou renda em um momento em que eu mais precisava. Pretendo continuar lutando com o que tenho em mãos para seguir em frente por mim e pela minha filha", relata Denize, moradora de Eldorado do Sul. Um ano após a enchente, ela ainda não conseguiu retornar ao lar e hoje



As pulseiras são vendidas por R\$ 39,00 em e-commerces

vive na Casa Violeta, onde tenta reconstruir sua vida.

A comercialização das pulseiras envolveu mais de 40 parceiros institucionais e empresariais, com destaque para os Institutos Renner, Helda Gerdau e Beja. Até agora, cerca de 9 mil pulseiras foram vendidas, entre lojas físicas e plataformas de

e-commerce como o Magalu e Mercado Livre.

Após o encerramento da produção, o Pulso RS deu mais um passo: 35 mulheres continuaram em formação empreendedora, aprendendo técnicas mais avançadas de crochê e noções de gestão de pequenos negócios, estimulando a autonomia.

NOVIDADE café, gastronomia



Fique por dentro das novidades do empreendedorismo gaúcho acompanhando o GeraçãoE diariamente online em geracaoe.com.

Nova cafeteria no 4º Distrito da Capital aposta em tendência de festas diurnas

A Xox Coffeeclub, em Porto Alegre, foi pensada para receber as coffeeparties, com música e café ao longo do dia

DENER PEDRO

dener.pedro@jcrs.com.br

A Xox Coffeeclub, novidade no 4º Distrito, surgiu para atender às demandas dos novos hábitos de consumo. Num ambiente que se divide entre área interna e externa, a cafeteria foge do funcionamento padrão do segmento. É um local de festa, com música, mas com foco no café e na operação diurna. O espaço pretende ser aconchegante, com lugares para sentar, e, é claro, um bom cafezinho.

Dados do Relatório Covitel apontam que o número de jovens de 18 a 24 anos que consomem álcool três vezes ou mais por semana caiu no período que compreende o intervalo entre pré e pós-pandemia, de 10,7% em 2019 para 8,1% em 2023 - ano da publicação do relatório. A pesquisa revela uma informação inédita: pela primeira vez, pessoas desta faixa etária não lideram a porcentagem em comparação com outras idades, ficando atrás das pessoas de 45 a 54 (9,1%) e de 55 a 64 anos (8,7%). Essas informações revelam que há uma tendência de comportamento nas gerações mais jovens associadas a um estilo de vida mais saudável. “A gente quer atender a uma mudança que está acontecendo no mundo todo, que é uma queda no mundo noturno, e suprir essas novas demandas através do nosso negócio”, observa um dos sócios da Xox, Rafael Schutz.

Sócio de Rafael, Gil também observa as novas tendências. “Nossa ideia de fazer uma cafeteria com uma roupagem diferente bateu muito com as nossas pesquisas, porque aquilo que a gente já fazia, que são as festas, estavam rolando de dia.



Rafael Schutz e Gil Czarneski são sócios da Xox Coffeeclub, novidade no 4º Distrito de Porto Alegre

Então, tem dias que nós vamos ter um DJ 11h da manhã aqui para a galera vir, passar o dia e tomar um café. Esse é um ponto chave, é nosso diferencial e está acontecendo em vários lugares do mundo”, destaca Gil.

A dupla, que também é proprietária do Cortex, casa noturna vizinha da Xox, conta que o novo negócio surgiu do desejo de expandir. “Nós queríamos ampliar para fazer um outro negócio, então pegamos este imóvel que é colado no Cortex. A ideia inicial era fazer um bar

num formato parecido com o do Cortex, mas com outro público, outro estilo musical. Uns 40 dias antes da abertura, começamos com a ideia de talvez vender café no bar, porque a gente gosta muito e achou que tinha que ter uma máquina. A faísca da ideia foi essa, ‘será que aqui não pode ser um café?’”, lembra Gil.

A criação do Xox também foi uma forma de suprir uma necessidade que os sócios percebem existir no Quarto Distrito. “É uma região mais noturna e não tem muitos cafés. Quere-

mos trazer essa nova característica para cá, de valorizar a rua. Então, queremos melhorar a iluminação, ter bancos para a galera poder curtir aqui na frente e para o pessoal poder se sentir seguro no Quarto Distrito também”, explica Rafael.

O ambiente é outro destaque da Xox. Com paredes azuis, painéis luminosos, cadeiras transparentes e mesas de superfície refletiva, o local é pensado para chamar atenção nas fotografias. “Nós tínhamos referências que fosse um ambiente mais vibrante.

Aquele impacto da pessoa ver uma foto e pensar ‘bah, onde é isso’. A Gabriela Paganelli foi a designer de interiores que nos ajudou muito a botar nossas ideias em prática”, explica Gil.

O ambiente é reflexo do momento vivido pelos sócios. “Esse modelo de negócio está muito de acordo com o nosso lifestyle atual, assim como quando a gente teve o nosso primeiro negócio juntos, uma balada convencional, noturna, escura, underground. Fomos evoluindo junto também, e o Xox representa muito isso. É muito mais fácil planejar a estratégia do teu negócio quando tu fazes isso pensando na tua essência”, pontua Rafael. O cardápio conta com diversos cafés produzidos com insumos de empresas parceiras da Xox, como Baden e Nude, além de bebidas geladas e opções de comidas rápidas. “É uma lógica de ter menos variedade para ser mais prático, não aqueles cardápios de 10 páginas de opções. Simples, prático, com opções veganas, até para a gente ir sentido a aceitação”, afirma Rafael. “É um cardápio inicial, para o pessoal poder até comer em pé”, completa Gil.

Endereço e horário de funcionamento da Xox Coffeeclub

A Xox Coffeeclub está localizada na rua Álvaro Chaves, nº 34. O funcionamento é das 17h à meia-noite nas sextas, de 11h às 23h nos sábados e de 11h às 20h nos domingos.



O espaço foi pensado para receber as coffeeparties diurnas



O Xox Coffeeclub fica na rua Álvaro Chaves, nº 34, em Porto Alegre

EXPERIÊNCIA

novidade, arte

Projeto que alia pintura e drinks é novidade em bares de Porto Alegre

O Pinta é uma iniciativa que tem como objetivo oferecer uma experiência de arte aos clientes

DENER PEDRO

dener.pedro@jcrs.com.br

Nascido da paixão de duas amigas pelas telas, o Pinta é um projeto que traz para Porto Alegre uma atividade que está se tornando tendência no mundo: o *paint and sip* [pintar e beber]. Amanda Cerioli e Bruna Ayres deram início ao projeto em abril, com um evento piloto que contou com amigos próximos da dupla, e, segundo elas, foi um sucesso. A proposta do Pinta é estabelecer parcerias com bares, instalar telas e tintas no local e transformar o ambiente.

O formato dos eventos é pensado para integrar as pessoas através da arte. “Vimos a oportunidade, porque não existia nada em Porto Alegre desse tipo. Aqui é um lugar que a gente acha que as pessoas estão buscando novas



O Pinta pretende oferecer experiências de arte de forma itinerante em bares de Porto Alegre

experiências. O que nos uniu foi justamente essa vontade de trabalhar com isso”, conta Bruna sobre a iniciativa.

A ideia do negócio surgiu como uma resolução de ano novo, quando as duas amigas estavam juntas. “A gente tes-

tou em casa antes de fazer. E aí foi aquela sensação que tu pensas ‘eu quero que todos os meus amigos tenham essa experiência’”, relata Amanda. “E tu te descobres também”, completa Bruna.

Apesar de Bruna e

Amanda serem formadas em Moda e Publicidade, respectivamente, não trabalham diretamente com atividades criativas. O Pinta surgiu como uma oportunidade de suprir esse desejo. “Eu sentia muita falta, na minha rotina, de trabalhar com criatividade. Por isso, estou fazendo uma transição de carreira e o Pinta é parte disso”, revela Bruna.

A ideia do Pinta de ser uma experiência diferente por conta das pinturas tem dado certo, segundo Bruna. “Para mim, foi muito leve ver as pessoas pintando. Nosso evento piloto teve muitas pessoas próximas, e foi muito legal ver todas elas muito desconectadas do mundo exterior e conectadas entre si, curiosas para saber o que estava rolando nas outras telas. É muito sobre criatividade e proporcionar momentos que geram esse brilho no olho” explica. “E todo mundo pensando e descobrindo o que queria pintar, quais eram as referências”, complementa Amanda.

Mesmo com os materiais

de alta qualidade disponíveis para os clientes, as sócias fazem questão de reforçar que não há nenhum compromisso com algum tipo de profissionalismo das pinturas.

“Nenhuma de nós é artista. O Pinta é para artistas em ascensão. Todos nós somos artistas em ascensão, mas não somos profissionais. É para pintar o que consegue, que acha legal. Não tem certo e errado, bom e ruim, nada. É para as pessoas se descobrirem”, ressalta Bruna.

O Pinta tem ofertas de ingressos duplos e triplos, que sugerem a ida em parceria para os eventos, mas quem vai sem companhia logo se enturma. “Tem pessoas que vão com conhecidos, mas também tem gente que vai sozinha, e elas super se conectam com os outros, trocando tinta, pedindo opinião, olhando as outras telas, enfim”, destaca Amanda.

Para o futuro, as sócias pretendem ampliar a área de atuação do Pinta. “Em breve, queremos chegar em outros bairros, quem sabe até em outras cidades, e fazer uma ampliação para eventos corporativos, privados, para empresas que queiram criar alguma dinâmica legal e diferente”, sugere Amanda.

Com leveza e descontração, o Pinta pretende mostrar que a arte pode ser para todos, mesmo para quem nunca teve experiências com as telas. Mais do que o resultado final, o protagonismo está no processo e na troca entre os participantes. “A experiência é muito mais sobre se permitir do que sobre pintar com técnica. É sobre estar ali, curtindo, rindo, errando, criando”, resume Amanda.

Como conferir a agenda do Pinta

O Pinta é um projeto que acontece de forma itinerante pela cidade. Os locais que receberão o evento, assim como as datas, são divulgados pelo perfil do Instagram (@pintapoa).



O objetivo é que os participantes vivam uma experiência descontraída, unindo pintura e drinks