



REPORTAGEM ESPECIAL | PÁGINAS 5, 6, 7, 8 E 9

Pequenas frutas: saborosas, diferenciadas e rentáveis

EM PAUTA

Stihl foca em tecnologia, automação e capacitação profissional

Empresa centenária com fábrica no Estado desde 1975 é referência mundial em equipamentos e ferramentas

Joaquim Porto

joaquimp@jcrs.com.br

Com 16 novos lançamentos previstos para o ano de 2026, entre equipamentos a bateria, elétricos e a combustão, e, apoiado em seu ano do centenário, o grupo Stihl busca resultados sustentáveis ao longo do tempo. A empresa é líder global de mercado e tecnologia e, através do ramo de ferramentas motorizadas por

táteis, pretende investir R\$ 101 milhões com foco em tecnologia, automação e capacitação profissional de colaboradores e revendedores.

Fundada em 1926 pelo alemão Andreas Stihl, que criou uma motosserra que pesava 56 quilos e precisava de duas pessoas para ser operada, a empresa tinha uma missão clara: criar tecnologia para facilitar a vida das pessoas.

“Desde o início, a empresa fabrica produtos revolucionários, projetados para facilitar a atividade dos trabalhadores florestais na natureza”, como dizia seu fundador. Esse lema reflete o compromisso da empresa em cuidar e proteger o meio ambiente. Essa aborda-

gem é reforçada pelo slogan da empresa: “Built for Nature. Trusted since 1926”, que honra as raízes da Stihl, com o propósito de ser uma marca confiável e com visão de futuro sustentável,” revela Cláudio Guenther, presidente da Stihl Latam.

O grupo aterrissou em solo brasileiro por volta de 1960, através de um distribuidor localizado no Rio de Janeiro. Em 1973, iniciou a linha de produção no País, na cidade gaúcha de São Leopoldo, em instalações provisórias em um prédio locado no centro da cidade. A inauguração da fábrica, na planta onde a Stihl está hoje, aconteceu em outubro de 1975.

Segundo o presidente, a cultura alemã da região facilitou as negociações e o início do trabalho em São Leopoldo, visto que haviam muitos descendentes de imigrantes que, inclusive, utilizavam a língua alemã no dia a dia.

A Stihl Brasil é líder do mercado nacional de ferramentas motorizadas portáteis, com um mix completo de produtos. O portfólio inclui itens para os mercados florestal, agropecuário, de construção civil, de conservação e de jardinagem profissional e doméstica.

“Somos a marca de motosserras mais vendida no mercado global desde 1971 e queremos dar continuidade com esse sucesso”, comenta Guenther.



“A atualização tecnológica, associada ao desenvolvimento das pessoas é a base da nossa operação. Estamos sempre atentos aos movimentos e evoluções do mercado, buscando novas oportunidades, ampliando e qualificando nossa rede de lojas”.
Cláudio Guenther,
presidente da Stihl Latam

Raio-X

■ **Empresa:** Stihl Brasil

■ **Ano de fundação:** Grupo fundado em 1926. Stihl Brasil foi fundada em 1973.

■ **Cidade de origem:** A matriz do grupo fica na cidade de Waiblingen, na Alemanha. No Brasil, a fábrica está localizada em São Leopoldo (RS), além de Jundiá (SP) e Benevides (PA).

■ **Área de atuação:** Produtos destinados ao mercado florestal, agropecuário, construção civil, conservação e jardinagem profissional, e doméstico.

■ **Faturamento em 2025:** Atingiu R\$ 4 bilhões, número recorde para o Brasil.

■ **Projeção de faturamento para 2026:** Previsão de expansão de 12,5%, atingindo R\$ 4,5 bilhões.

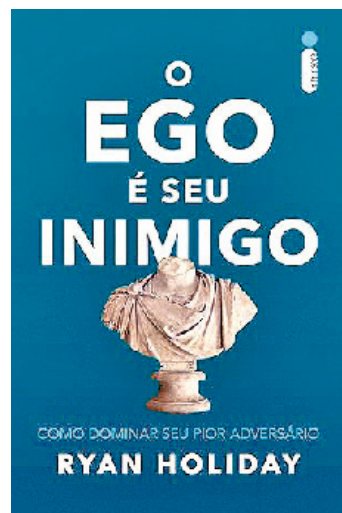
■ **Investimento em inovação e tecnologia:** Para 2026, a previsão é de investir R\$ 101 milhões com foco em tecnologia, automação e capacitação profissional de colaboradores e de revendedores.

■ **Onde a empresa quer estar em cinco anos:** O objetivo declarado da empresa é alcançar uma posição de liderança no mercado global de baterias.



Em 1973, a Stihl iniciou sua produção fora da Alemanha, e o lugar escolhido foi São Leopoldo, onde a fábrica está instalada desde 1975

FEED



O ego é seu inimigo: Como dominar seu pior adversário; Ryan Holiday; Editora Intrínseca; 272 páginas; R\$59,90; Disponível em versão física e digital.

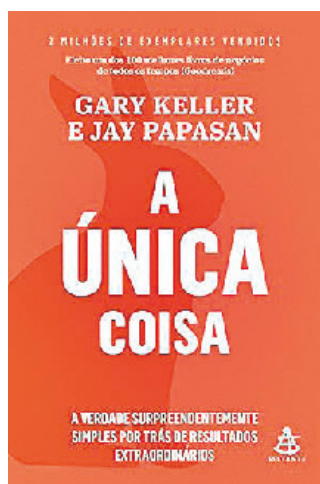
Transformação pessoal

Citado por grandes filósofos ao longo dos séculos e em diferentes culturas, o ego, um adversário interno e atemporal, é o personagem central da obra O Ego É Seu Inimigo: Como dominar seu pior adversário, escrita pelo pensador, escritor e palestrante estadunidense Ryan Holiday. Segundo o autor, o ego é capaz não apenas de transformar pequenos problemas em obstáculos aparentemente insuperáveis e arruinar grandes empresas, mas também de distorcer propósitos e comprometer trajetórias promissoras.

Segundo o autor, a melhor maneira de controlar o ego é agir com humildade, assumir os próprios erros e aceitar respon-

sabilidades. Para ilustrar, Holiday apresenta exemplos reais de pessoas que conseguiram dominar o ego e alcançar o sucesso de maneira consistente. Assim, a obra serve como um verdadeiro manual estratégico para ajudar o leitor a reconhecer como o ego influencia negativamente decisões cotidianas, combatê-lo desde cedo e, assim, viver de forma mais leve e consciente.

Autor de obras como A Quietude é a Chave, O Obstáculo é o Caminho, A Vida dos Estoicos, Diário Estoico e O Chamado da Coragem, Holiday tem obras traduzidas para mais de quarenta idiomas e já vendeu mais de cinco milhões de exemplares em todo o mundo.



A única coisa: A verdade surpreendentemente simples por trás de resultados extraordinários; Gary Keller e Jay Papasan; Sextante; 240 páginas; R\$34,99; Disponível em versão física e digital.

Foco

Eleito pela Goodreads como um dos 100 melhores livros de negócios de todos os tempos e com mais de dois milhões de exemplares vendidos em todo o mundo, a obra "A Única Coisa: A verdade surpreendentemente simples por trás de resultados extraordinários", dos autores estadunidenses Gary Keller e Jay Papasan, é um guia prático para quem busca uma rotina com menos distrações e menos estresse e mais foco e resultados eficientes.

Partindo da premissa de que não é necessário ser bom em tudo para alcançar grandes objetivos, mas sim identificar a única tarefa que, quando bem exe-

cutada, torna todo o resto mais fácil ou até desnecessário, os autores ensinam o leitor a descobrir o que realmente importa e como trabalhar para desenvolver isso.

Para exemplificar essa ideia, Keller e Papasan recorrem ao provérbio russo: "Se você persegue dois coelhos ao mesmo tempo, não vai pegar nenhum dos dois", reforçando que, embora muitas coisas possam ser importantes, apenas uma deve ser prioridade absoluta. Além de ajudar o leitor a definir seu foco principal, o livro também oferece orientações práticas sobre produtividade, qualidade no trabalho e gestão do tempo.

Economia

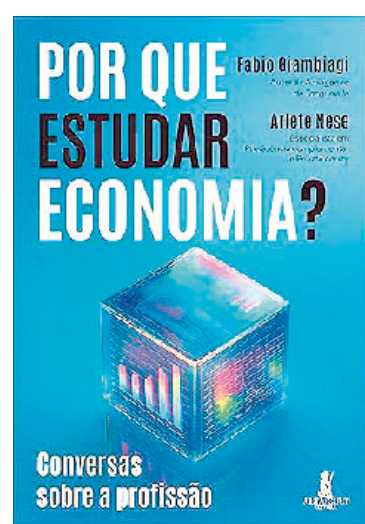
A obra "Por que estudar Economia?: conversas sobre a profissão" retrata, de forma acessível, simples e instigante, as dinâmicas, a versatilidade e a capacidade da profissão de economista de impactar positivamente a sociedade.

Em dez capítulos, o economista do BNDES e pesquisador do IBRE/FGV, Fabio Giambiagi, e a doutora pela FEA/USP, mestre em administração, especialista em previdência e governança e coautora de obras sobre investimento e previdência, Arlete Nese, mostram como a formação em Economia vai muito além de números, podendo desenvolver pensamento crítico, rigor analítico,

gerir crises e criar uma visão abrangente do mundo. O livro serve como uma autorreflexão para jovens que buscam entender melhor as dinâmicas da profissão e seu funcionamento na prática.

Giambiagi e Nese percorrem desde episódios históricos até desafios contemporâneos como o uso da inteligência artificial, mostrando a importância do economista em políticas públicas, no mercado financeiro, em empresas e em organismos internacionais.

Para além daqueles que estão diante de uma escolha profissional, o livro também é um convite a todos os leitores curiosos sobre como o mundo e as sociedades funcionam.



Por que estudar Economia?: conversas sobre a profissão; Fabio Giambiagi e Arlete Nese; Editora Alta Cult; 261 páginas; R\$73,90; Disponível em versão física e digital.



CIEE-RS seleciona novos talentos para o Grupo de Teatro 2026

O palco do Teatro CIEE-RS Banrisul ficou pequeno para tantos talentos interessados em fazer parte da segunda edição do Grupo de Teatro do CIEE-RS. Mais de 300 pessoas se inscreveram para disputar as 20 vagas da iniciativa gratuita.

As audições acontecem nesta segunda-feira (16) e marcam o primeiro passo para a formação da nova turma. Ao longo do dia, os candidatos participam de entrevistas com avaliadores, em um processo que busca identificar não apenas o interesse pelas artes cênicas, mas também aspectos como disponibilidade, comprometimento e desenvoltura.



Mais do que uma experiência artística, o Grupo de Teatro do CIEE-RS se consolida como um espaço de encontro, aprendizado e descoberta. Para muitos participantes, é também a primeira oportunidade de experimentar o palco - e perceber que pode ser um começo para novos caminhos.

O projeto gratuito é voltado a jovens e adultos a partir de 16 anos inscritos no CadÚnico. Segundo o presidente do CIEE-RS, Marivaldo Tumelero, a expressiva procura reforça a relevância de iniciativas que ampliam o acesso à cultura. "O teatro é uma poderosa ferramenta de transformação social. Ao abrir essa oportunidade para pessoas em situação de vulnerabilidade, o CIEE-RS reafirma seu compromisso de ampliar oportunidades e desenvolver talentos por meio da cultura", afirma.

Durante a audição, os candidatos conversam com os avaliadores e também conhecem melhor as responsabilidades de integrar o grupo, como pontualidade, assiduidade e compromisso com as atividades ao longo do ano. A proposta é formar um elenco diverso, com diferentes perfis e trajetórias, que enriqueçam a experiência coletiva no palco.

Para a diretora teatral Vanja Cá Michel, responsável pela condução da iniciativa, o momento da audição vai além da escolha dos participantes. "Mais do que avaliar técnica, buscamos perceber o interesse genuíno pela arte e o compromisso com o grupo. Na conversa já conseguimos identificar quem está disposto a viver essa experiência transformadora que o teatro proporciona", destaca.

www.cieers.org.br
(51) 3363-1000



Acompanhe as nossas novidades





VISÃO EMPRESARIAL

Adriane Hilbig

Vice-presidente da área de Turismo da Associação Comercial de Porto Alegre (ACPA)

Seu voto, nosso futuro: eventos e turismo como caminho para o desenvolvimento

Em ano eleitoral, a responsabilidade de escolher representantes políticos em todos os escalões ganha ainda mais relevância, sobretudo quando pensamos no futuro da nossa cidade. O voto consciente é mais que um direito: é um instrumento de transformação que pode impulsionar setores estratégicos, como eventos e turismo, fundamentais para o desenvolvimento econômico local.

Eventos e turismo não devem ser temas secundários nas propostas dos candidatos. Eles geram empregos, movimentam a economia, revitalizam espaços públicos e fortalecem a identidade cultural. Por isso, é necessário perguntar: os candidatos enxergam o potencial do nosso município nesse setor? Quais propostas concretas apresentam para fomentar festivais, feiras, congressos e atrair turistas? De onde sairão os recursos para este fomento?

É essencial que o poder público, a iniciativa privada e entidades representativas trabalhem juntos, alinhando objetivos e ações. Uma gestão eficiente exige diálogo, planejamento integrado, investimentos em infraestrutura, divulgação das atrações locais e políticas de incentivo. Além disso, a colaboração pode envolver capacitação profissional, promoção de experiências inovadoras e monitoramento dos resultados. Somente dessa forma conseguimos avançar.

Ao conversar com os candidatos, considere perguntar: Como sua gestão pretende facilitar parcerias entre prefeitura e empresas para realizar grandes eventos? Quais estratégias serão adotadas para valorizar a cultura local e atrair visitantes durante o ano todo? Que ações estão previstas para melhorar o

acesso, a segurança e a comunicação dos atrativos turísticos? Quais recursos serão investidos neste setor? Essas questões são fundamentais para assegurar que o setor receba atenção adequada e que as propostas sejam realmente voltadas para o desenvolvimento sustentável e inclusivo.

O setor de eventos e turismo enfrenta desafios, como a concorrência entre destinos, limitações de infraestrutura e a necessidade de atualização constante. No entanto, essas dificuldades também representam oportunidades para inovar, diversificar a oferta e posicionar a cidade como referência regional. Investir em tecnologia, sustentabilidade e capacitação pode ser uma alternativa para superar obstáculos e agregar valor ao turismo local, tornando-o

mais competitivo e atraente para diferentes públicos. A divulgação do destino se torna imprescindível quando se fala em fomento ao setor.

A participação cidadã é fundamental

nesses processos que é conjunto. Envie suas ideias, compartilhe experiências e cobre dos futuros representantes um olhar atento para o desenvolvimento do setor. Seu voto pode ser o ponto de partida para uma cidade e um Estado mais vibrante, acolhedor e próspero. Ao exercer a cidadania ativa, cada pessoa contribui para que o município seja reconhecido pela diversidade, hospitalidade e capacidade de se reinventar, elevando o padrão de vida e consolidando o futuro desejado.

Juntos, podemos transformar o potencial de eventos e turismo em realidade, promovendo crescimento econômico e qualidade de vida para todos. Se é isto que queremos, quem vem junto?

OPINIÃO

Empresas familiares e o dilema da estrutura de capital

Laís Machado Lucas

Advogada de famílias empresárias

Empresas familiares são, historicamente, um dos pilares da economia brasileira. Sustentam cadeias produtivas, preservam empregos e atravessam gerações apoiadas em visão de longo prazo e disciplina financeira. Ainda assim, no mercado de capitais, a presença dessas companhias permanece aquém de seu peso econômico.

A razão não está na falta de desempenho. Ao contrário, companhias controladas por famílias tendem a apresentar maior eficiência operacional e rentabilidade consistente. O desafio reside na estrutura de capital.

A preservação do controle — valor central para muitas famílias empresárias — frequentemente limita a abertura a investidores externos e restringe o acesso a instrumentos de financiamento mais sofisticados. O resultado é maior dependência de crédito bancário, muitas vezes a custos elevados e com prazos pouco aderentes ao ciclo de expansão do negócio.

Essa equação produz um paradoxo: empresas mais eficientes financiam seu crescimento

em condições menos competitivas. Além de encarecer o capital, essa dinâmica pode limitar investimentos estratégicos, comprometer planejamentos sucessórios e retardar processos de internacionalização.

Nesse contexto, o Regime de Facilitação do Acesso a Capital e de Incentivos a Listagens (Fácil), instituído pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e com entrada em vigor prevista para março deste ano, inaugura uma janela relevante. Ao simplificar exigências regulatórias e reduzir custos para companhias de menor porte, a autarquia sinaliza uma aproximação concreta entre o mercado de capitais e empresas que, até então, en-

frentavam barreiras desproporcionais para acessá-lo

Para famílias empresárias, a questão não se limita à captação de recursos, mas à forma como ela se estrutura. Governança consistente, planejamento jurídico adequado e organização societária tornam-se elementos centrais para que o acesso ao mercado ocorra com previsibilidade, segurança e preservação do controle estratégico.

O momento exige análise criteriosa. A profissionalização da governança e o alinhamento entre família, empresa e patrimônio serão determinantes para transformar a nova regulamentação em instrumento efetivo de fortalecimento e perenidade.

Empresas familiares são, historicamente, um dos pilares da economia brasileira. Sustentam cadeias produtivas, preservam empregos e atravessam gerações apoiadas em visão de longo prazo e disciplina financeira



Como as pessoas planejam suas aposentadorias?

Marcos Ferreira

Investidor anjo e especialista em longevidade

Vejo que, nos últimos anos, houve uma mudança importante na forma como as pessoas encaram a aposentadoria. Antes, ela era tratada quase exclusivamente como o momento de parar de trabalhar e depender do INSS. Poucos se ocupavam em criar reservas complementares. Hoje, o conceito de longevidade financeira ganhou espaço: há uma consciência maior de que vamos viver mais, e isso exige múltiplas fontes de renda e uma preparação consistente.

Muitos já buscam diversificar seus investimentos, combinando previdência privada, aplicações financeiras, ativos imobiliários, multimercados e até ativos alternativos. Essa diversificação é fundamental para reduzir riscos, já que depender apenas da previdência pública não é sustentável no longo prazo. Há, também, quem se atualiza constantemente para

garantir a capacidade de seguir gerando renda por mais tempo.

Outro ponto é a educação financeira. A popularização de plataformas digitais, influenciadores e simuladores de aposentadoria fez com que mais pessoas entendessem a importância de começar cedo, mesmo com aportes menores. A tecnologia tem sido uma grande aliada nesse processo, permitindo acompanhar projeções em tempo real e dar clareza de metas.

Também noto que o planejamento não é só financeiro: há uma preocupação crescente com qualidade de vida. Isso envolve saúde preventiva, seguros adequados e até pensar em como permanecer ativo na vida profissional por mais tempo. Muitos já não enxergam a aposentadoria como “parada total”, mas como uma transição para novas atividades, empreendedismo ou trabalhos mais flexíveis.

Nesse cenário, bancos, seguradoras e fintechs precisam oferecer soluções mais personalizadas,

que atendam às diferentes fases da vida. Produtos flexíveis, consultoria individual e ferramentas digitais têm sido cada vez mais valorizados.

Contudo, essa demanda por personalização revela ainda um hiato: o setor financeiro e segurador ainda opera sob métricas de risco que não considera o “novo” comportamento do público 50+. A inovação real não reside apenas na digitalização de processos, mas no redesenho de produtos que compreendam a longevidade como um ativo econômico dinâmico, e não como um passivo estatístico de fim de ciclo. É preciso transitar do assistencialismo para o protagonismo financeiro sênior.

Em resumo, vejo que as pessoas estão mais conscientes, mais informadas e mais exigentes quando o assunto é aposentadoria. Esse novo perfil de planejamento mostra que envelhecer pode, sim, ser sinônimo de autonomia, qualidade de vida e segurança financeira.

REPORTAGEM ESPECIAL

Pequenas frutas são opção de renda para os produtores rurais

Estrelas de doces, geleias e sobremesas, as pequenas frutas estão longe do rol de maiores produções da fruticultura gaúcha; no entanto, há algumas décadas, diferentes variedades têm se consolidado como alternativas de produção no campo

Gabriel Eduardo Bortulini,
especial para o JC
economia@jornaldocomercio.com.br

Muito ligados a propriedades da agricultura familiar, os cultivos de morango, amora-preta, mirtilo e framboesa chamam a atenção de produtores de todo o Rio Grande do Sul. Essas são as principais culturas a comporem o grupo das “pequenas frutas”, que, apesar dos desafios, podem gerar um retorno financeiro mais constante ao longo do ano.

Luciano Ilha, agrônomo e extensionista rural da Emater/RS-Ascar de Nova Petrópolis, acredita que as quatro culturas podem ser rentáveis, desde que se respeitem as características de cada uma. “O morango continua sendo, para quem tem aptidão, uma cultura com muitas oportunidades. As outras três cul-

turas eu acho que dependem mais de trabalhar em grupo, porque geralmente envolvem fornecimento para a indústria de parte do volume da produção”. Até algumas décadas atrás, o Brasil produzia variedades de morango chamadas de “dia curto”, beneficiadas pelo frio e com fortes colheitas na primavera, até a entrada do verão, quando a planta “paralisa”, gerando um vazio produtivo. A partir do final da década de 1990, outro grupo de cultivares, conhecidos como “de dia neutro” entraram no País: essas plantas florescem praticamente o ano inteiro, com oscilações entre inverno e verão.

“Foi a partir desse grupo de variedades que a cultura se expandiu e passou a proporcionar renda praticamente o ano inteiro”, pontua Ilha. Diferentemente do morango, as demais pequenas frutas são todas espécies de clima temperado. Ou seja, plantas caducas, que perdem as folhas e entram em repouso no inverno, concentrando a colheita em determinados períodos, o que é um desafio para a mão de obra, principalmente em relação à safra.

Dessas espécies, a amora-preta é a que melhor se adapta às diferentes regiões do Estado. Além disso, há diversas variedades nacionais desenvolvidas pela Embrapa desde a década de 1990. “Um produtor pode plantar na praia ou em São José dos Ausentes e vai produzir. É uma cultura relativamente simples. O problema maior continua sendo a mão de obra de colheita e comercialização”, ressalta.

Já a framboesa, “fruta irmã” da amora-preta, é mais complicada. Gosta de frio, mas também é possível cultivá-la em climas médios. Conforme Ilha, contudo, trata-se da espécie com menos pesquisa nacional, além de exigir mais manejo e conhecimento técnico e de necessitar de melhores materiais. “Mas ela tem um baita valor agregado. E hoje boa parte da produção acaba indo para a indústria.”

Espécies como morango, amora-preta, mirtilo e framboesa podem gerar um retorno financeiro mais constante aos agricultores ao longo do ano

Leia mais nas próximas páginas >>



CRÉDITO/JC

REPORTAGEM ESPECIAL

FRANCISCO LIMA/DIVULGAÇÃO/JC



Amora Preta Ticuna pode produzir até 20 toneladas por hectare, além de ser bastante rústica e necessitar de pouco tratamento fitossanitário

Cultivo com tecnologia, pesquisa e novas variedades

Cada vez mais pesquisas trazem novas ferramentas e caminhos para expandir e tecnificar pequenos cultivos

Gabriel Eduardo Bortulini,
especial para o JC
economia@jornaldocomercio.com.br

Recentemente, uma nova tendência tecnológica começa a impactar o morango: a utilização de sistemas com recirculação da solução nutritiva. Nesses sistemas, a água é reutilizada várias vezes e pode resultar numa economia de cerca de 70% de água e nutrientes, além de gerar menor impacto ambiental.

“Essa talvez seja a tendência para os próximos anos no morango. É uma coisa nova, mas está sendo pesquisada há mais de dez anos pela Embrapa e pela Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). A gente está com as primeiras unidades no campo, com

bons resultados”, assegura o extensionista da Emater, Luciano Ilha.

No cultivo da amora, Ilha destaca o contínuo lançamento de variedades, desenvolvidas pela Embrapa. Conforme a pesquisadora e chefe-adjunta de Transferência de Tecnologia da Embrapa Uva e Vinho, Andrea de Rossi, a empresa tem programas de melhoramento de morango, amora e mirtilo. “Principalmente de amora. E a gente tem desenvolvido cultivares como a BRS Karajá, BRS Terena, BRS Ticuna, que foram as últimas lançadas no caso das amoras”, exemplifica.

Alguns desses cultivares demonstram bom potencial para a indústria. Amora-preta BRS Ticuna, por exemplo, pode produzir até 20 toneladas por hectare, além de ser bastante rústica e necessitar de pouco tratamento fitossanitário, sendo indicada, inclusive, para o cultivo orgânico. Segundo a Embrapa, essas características a tornam uma opção mais rentável para os produtores

que comercializam com a indústria, principalmente para sucos e geleias.

Por sua vez, a variedade BRS Karajá é um cultivar sem espinhos, o que facilita o manejo. Já a BRS Terena tem sabor mais doce, adequado ao paladar dos consumidores brasileiros, ideal para o produto in natura.

Boa parte da produção de amora vai para a indústria de polpa e congelados, assim como a de framboesa. Essa, no entanto, é a mais crítica das pequenas frutas, segundo o extensionista Luciano Ilha. A justificativa são as poucas variedades nacionais e a falta de pesquisas, além da dificuldade de acesso a variedades mais modernas, de acesso protegido. Isso explica, em parte, a pequena produção de framboesa no Rio Grande do Sul: são apenas 34 hectares, principalmente no eixo Vacaria-Caxias do Sul. O destino costuma ser as indústrias de congelados.

“Às vezes, o produtor opta entre amora e framboesa. Framboe-

sa é muito mais difícil, mas vale muito mais. Então alguns acham que é mais interessante, às vezes tem uma empresa que estimula a produção regional”, esclarece.

Por último, o mirtilo tem necessidades mais complexas. Precisa de um frio intenso, por isso está também mais restrito às regiões de maior altitude, embora haja um pequeno polo na região de Pelotas, bastante influenciado pela Embrapa e pelas indústrias de doce.

Por ser uma fruta mais resistente, ela tende a ter melhor conservação, o que a torna uma boa opção para o mercado in natura. Entretanto, é uma cultura muito sensível à falta de água. Por isso, geralmente é irrigada. Além disso, exige, obrigatoriamente, um solo ácido.

“Então não é qualquer lugar. A área que já foi cultivada, que foi calcareada, não se adapta, porque a fruta é originária de um ambiente bem ácido e ela precisa disso”, destaca Ilha.

No início, o mirtilo surgiu como

uma alternativa de exportação ao hemisfério norte, mas o produto acabou atendendo majoritariamente o mercado interno. Atualmente, no entanto, o Peru tornou-se um grande exportador da fruta, o que tem gerado competição com o mirtilo gaúcho.

“Eu vou na fruteira aqui da esquina e hoje eu tenho mirtilos do Peru a um preço bom, de alta qualidade. Então isso joga os preços para baixo. Por isso que as áreas também não têm aumentado”, frisa.

Hoje, o mirtilo soma 88 hectares no Estado e 90 produtores. Por último, a proteção de variedades também encarece o processo.

“É uma muda cara, difícil de fazer, geralmente é comprada. A gente até tem acesso a materiais melhorados, protegidos. Porque não é qualquer viveiro que consegue fazer essa muda. Então eu tenho que comprar uma muda cara, investir em sistemas de irrigação e tenho toda essa logística de comércio que não é tão garantida”, assinala.

Morango segue como a cultura principal

Dentre as pequenas frutas, o morango é, tradicionalmente, a mais produzida e procurada pelos consumidores. “Se a gente for falar dessas quatro espécies, o morango é uma cultura toda especial, de longe a mais importante. Tem uma enorme importância social, uma área muito mais expressiva. Estamos estimando uma área no Estado de 626 hectares, com 2.640 unidades produtivas envolvidas, ou seja, no mínimo 2.640 produtores”, aponta Luciano Ilha, agrônomo e extensionista rural da Emater/RS-Ascar de Nova Petrópolis.

Conforme Ilha, apesar do alto investimento exigido, o morango também apresenta alta possibilidade de retorno econômico, mesmo em pequenas áreas. O extensionista avalia que, nos últimos quinze anos, houve uma transformação importante na cultura, com a migração do cultivo no solo para o cultivo em substrato.

“Mudou todo o panorama da cultura, que praticamente resolveu os problemas de doenças radiculares. Foi um renascimento da cultura em várias regiões, como o Vale do Caí, foi o renascimento para muitos produtores que tinham abandonado”, comenta Ilha.

Atualmente, cerca de 80% da produção de morango é feita em cultivo elevado, em substrato. Além disso, praticamente toda área é coberta, seja em estufas de semi-hidroponia, seja em túneis baixos. E quase toda a fruta produzida é pensada para o mercado in natura.

“A fruta que vai para a indústria geralmente é a sobra. A gente não tem praticamente produtores que plantam morango exclusivamente para a indústria. A ideia é vender caro para a mesa, e o que sobra em momentos de superprodução acaba sendo destinado à indústria para amenizar os custos”, Ilha explica.

A importância do morango entre as pequenas frutas é percebida na lista de comercialização na Ceasa/RS: em 2024, foram 2.119

toneladas. Isso é mais do que frutas como a ameixa e o caqui, o que rendeu a 15ª colocação no ranking das frutas mais comercializadas naquele ano.

Hoje, a cultura está espalhada em praticamente todo o Estado, embora existam três principais polos produtores atualmente: o Vale do Caí, na região de Feliz e Bom Princípio, um dos mais tradicionais; o polo de Pelotas, tanto para o consumo in natura quanto para a indústria; e o polo da Serra. Este é o mais recente, mas talvez o mais expressivo na atualidade, de acordo com Ilha.

“A partir do ano 2000, eles perceberam que a região serrana, no verão, tinha condições favoráveis de competir e até de fornecer morango para o Brasil todo”, afirma.

A cultura do morango vive, atualmente, dois panoramas: produtores e empresas de grande porte abastecem a Ceasa e as redes de supermercados, além de enviar frutas para outros estados e até para o exterior. Enquanto isso, os pequenos produtores têm o foco no comércio local, no próprio município ou nos arredores.

“Geralmente, esses produtores conseguem sucesso porque têm uma fruta diferenciada, colhida mais madura, em circuitos curtos de comercialização. Isso é uma baita oportunidade de renda, apesar de todos os desafios técnicos, uma cultura complicada em termos sanitários e de manejo. Eles conseguem fidelizar clientes, especialmente quando vendem direto ao consumidor”, destaca.

Em São Francisco de Paula, por exemplo, o agrônomo e produtor Gianfranco Perazzolo começou a cultivar morango como opção à sua produção de maçã.

“A maçã me dá uma só uma entrada por ano, agora em fevereiro e março. Então eu tenho uma receita de dois meses e um gasto de doze. E o morango é praticamente o ano todo, dá para produzir oito, nove meses, com entradas quase semanais de valores. Então a minha ideia foi, primeiro, a oportu-



Vale do Caí, polo de Pelotas e polo da Serra concentram o maior volume de plantio de morangos

nidade e, depois, tentar melhorar o fluxo de caixa com relação à maçã”, conta.

Embora a aposta de Perazzolo no morango seja recente — o início se deu só em julho de 2025 —, a história com o fruto é bem mais antiga. Um velho amigo da família produzia morangos em Farroupilha. Por volta do ano 2000, ele decidiu arrendar a propriedade de Perazzolo em São Francisco de Paula, por conta das melhores condições climáticas da região. Com mais frio, as mudas se desenvolviam de uma maneira mais adequada.

“Depois ele saiu de lá, deixou um parceiro dele, que ainda hoje está lá produzindo morango e mudas de morango. E desde julho do ano passado, essa pessoa queria expandir a produção, fazer em estufas maiores, túneis de produção de morangos. Com isso, eu entrei

na parceria”, explica.

Os dois produtores têm hoje doze estufas, das quais cinco estão a cargo de Perazzolo. Nelas, cada uma das dezesseis mil mudas produz cerca de 1 quilo de morangos por safra. Para isso, as plantas estão distribuídas em filas simples, para facilitar o manejo — embora as filas duplas proporcionem uma maior produtividade: “a gente acabou optando pela fila simples para tentar melhorar a qualidade do morango e da mão de obra”, Perazzolo esclarece.

A colheita inicia por volta de setembro e se estende até as primeiras geadas fortes, entre maio e junho. Durante os meses mais críticos do inverno, a safra estaciona. E o produto colhido já tem destino: atravessadores compram e levam para o mercado no máximo dois dias após a colheita.

“A gente colhe normalmente

de manhã. Durante a tarde, a gente embala o morango nas caixinhas de 250 g. Depois ele vai para a câmara fria, fica em refrigeração e aguenta um, dois dias. Aí o pessoal passa para recolher e leva para o mercado”, descreve.

Nos poucos meses como produtor de morangos, Perazzolo já percebeu que a fruta precisa ganhar escala.

“Montamos toda uma estrutura de irrigação, de tudo, que suporta muito mais área de produção. A gente pretende dobrar a área, passar de doze para vinte e quatro estufas, ficando doze para cada um. Com isso, chegar a 45 mil mudas, ganhando um pouco mais de escala”, conclui.

Pequenas frutas no RS

FONTES LEVANTAMENTO FRUTÍCOLA 2025 E EMATER/RS-ASCAR

Cultura	Área (hectares)	Unidades produtivas	Produção (em toneladas)
Morango	626	2.640	27,01 mil
Amora-preta	289	421	3,29 mil
Mirtilo	88	90	303
Framboesa	34	101	235

REPORTAGEM ESPECIAL

De um atelier de artes à paixão pelas pequenas frutas

Desde 2009, Giulia Bortolon Pena tem um atelier de artes em Vacaria, comandado em conjunto com Rosania, sua mãe. No entanto, em 2020, Giulia cursava direito quando iniciou a pandemia. Então começaram a passar mais tempo num sítio da família, próximo à cidade, onde havia espaço, mas nenhum tipo de cultivo.

Sem poder se dedicar às atividades do atelier e com as aulas da faculdade paradas, Giulia teve a ideia de comprar algumas mudas de morango para plantar na horta. Arrumou um cantinho e começou a estudar o cultivo. Assim teve início a paixão. Em pouco tempo, a família construiu uma pequena estufa para 500 mudas.

“Foi o meu pequeno laboratório, porque eu nunca tinha trabalhado com nada disso. Então tudo o que podia dar errado, deu”, ela brinca.

Mas também muitas coisas deram certo. Giulia ficou quase

dois anos com a pequena estufa. Enquanto isso, se graduou em Direito e iniciou a Faculdade de Agronomia. Desmancharam a primeira estufa e, no lugar, ergueram uma nova, para 2000 mudas, agora com fins comerciais. Ano a ano, o negócio foi aumentando. Nesse intervalo, plantaram amoras e framboesas, para aumentar a renda e também para oferecer mais diversidade aos clientes.

“Apesar de não fazer tanto tempo, naquela época não tínhamos muitos produtores que vendiam diretamente ao público, sem atravessadores. Nós, como já tínhamos o atelier e alguns conhecidos, começamos nossa clientela assim”, Giulia conta.

Dos 9 hectares do sítio, aproximadamente meio hectare acomoda a produção de pequenas frutas da família. São cerca de 6 mil mudas de morangos da variedade Albion, de coloração e doçura intensas, mil de amoras

Tupy, além de duzentas de framboesa Autumn Bliss. E, em breve, Giulia pretende iniciar o plantio de mirtilos.

A produção costuma variar a depender das condições climáticas e da safra. Em média, são produzidos de 100 a 300 kg de morangos no mês durante a safra, uma tonelada de amoras por ano e uma média de 50 kg de framboesas por mês no verão. Tudo isso com mão de obra familiar.

“Nós plantamos, colhemos, embalamos, limpamos, conge-

lamos e também vendemos. Temos apenas um funcionário que nos ajuda nos serviços gerais do sítio e também na colheita das amoras que é a mais trabalhosa por ser uma safra única e rápida”, relata.

Nos dias de safra, a colheita e a venda in natura são realizadas quase diariamente. Parte da produção também é congelada, para a venda durante o ano. Além disso, a família eventualmente produz geleias para comercializar na cidade. Os clientes podem optar pelas geleias de morango,

amora ou framboesa, mas, se preferirem, também há a de frutas vermelhas, preparada com as três variedades juntas.

“É uma produção caseira, e são feitas sem conservantes, apenas com frutas e açúcar. Temos um projeto de regularizar e fixar a produção de geleias para atingir novos mercados”, conta.

Giulia também tem a intenção de ampliar a atual produção, com a inclusão de novas culturas, como o mirtilo. Além disso, quer expandir a produção e o comércio das frutas congeladas.

GIULIA BORTOLON PENA/DIVULGAÇÃO/JC



Giulia Pena (d) e a mãe Rosania comandam juntas o negócio



No sítio de nove hectares, a família dedica meio hectare para a produção das pequenas frutas

Núcleos de produtores otimizam a logística em Vacaria

Nos Campos de Cima da Serra, as últimas décadas foram fundamentais para a construção de uma produção cada vez mais sólida de pequenos frutos, numa região de clima amigável às diferentes variedades dessas frutas.

Em 1997, Jair Vargas procurava uma alternativa de produção para a agricultura familiar em Vacaria, numa época em que a região era voltada à produção de grãos e criação de gado. “Mas isso foi ficando inviável e houve um êxodo rural muito grande. Quem não ia embora tinha como alternativa trabalhar como diarista em pomares de maçã. Então a gente começou a procurar alguma alternativa para as propriedades e iniciamos em 1997 com a amora”, Vargas conta.

Não demorou para os clientes começarem a pedir mais frutas. Em 2001, Vargas começou a produzir mirtilo. Pouco tempo depois, framboesa; por último, morango.

“Desde então estamos produzindo essas frutas. Hoje temos amora, morango, framboesa e mirtilo, além de produzir alguma coisa de hortaliças também.”

Vargas concentra uma produção diversificada numa área pequena, de cerca de 0,6 hectare em que as quatro culturas convivem. No total, a produção fica entre 8 e 10 toneladas de pequenas frutas por ano. Em geral, são colhidas quatro toneladas de amora e quatro de morango, além de uma ou duas toneladas de framboesa. O mirtilo, por sua vez, rende uma safra mais modesta: em torno de 500 kg.

A partir de 2001, com a expansão da produção de pequenas frutas na região, surgiu a necessidade de organização para atingir novos mercados, com negociação conjunta entre os produtores para viabilizar frete e logística.

“Foi criada uma associação que abrangia todo o município. No início, tinha cerca de 120 produtores. Com o passar dos anos, foi ficando um pouco inviável trabalhar dessa forma, principalmente pela distância entre os produtores, o que dificultava a logística. Então a gente optou por fazer por núcleos. Hoje, o nosso núcleo tem seis produtores. Temos uma unidade de armazenamento para fruta congelada. A gente centraliza ali a produção desses produtores e de outros que tenham interesse, para depois fazer a comercialização em conjunto”, explica.

A associação também conta com uma agroindústria de beneficiamento e congelamento. Depois da colheita e seleção, as frutas passam por classificação e embalagem. Elas são vendidas congeladas, sem nenhum tipo de industrialização. Segundo Vargas, foi a forma mais viável encontrada, pela alta perecibilidade desses produtos.

“Para longas distâncias a fruta in natura exige uma logística muito bem organizada”, reitera. “Assim, conseguimos vender cargas fechadas de 15 ou 16 toneladas, o que viabiliza o frete para mercados mais distantes”.

No último ano, o grupo chegou a produzir 50 toneladas de pequenas frutas.



Expansão da produção exigiu a necessidade de organização para ganhar novos mercados

Dificuldades e gargalos das pequenas frutas no Rio Grande do Sul

A mão de obra é uma das principais dificuldades citadas pelos produtores. O extensionista da Emater, Luciano Ilha explica que as pequenas frutas exigem um trabalho constante: poda, manejo de copa, limpeza, retirada de folhas. Sem falar na colheita, um processo delicado e demorado.

O produtor Gianfranco Perazzolo destaca também a falta de mão de obra especializada, por ser uma atividade itinerante: “muitas vezes a gente ensina uma

pessoa e, dali a cinquenta ou sessenta dias, ela vai embora, tem que ensinar outra”.

Além disso, a flutuação de preços também preocupa os produtores. Segundo Ilha, fatores externos como a importação têm impacto direto na renda dos produtores locais. A recente entrada de morangos da China e do Egito, por exemplo, abastecem a indústria com frutos de baixo custo.

“A aparência é boa, mas a qualidade é questionável, inclusive

em termos de resíduos, qual é o tipo de produção. Para se ter uma ideia, vou aqui no mercado da esquina e tem um pacote de 2 kg de morango chinês por R\$15,00”, afirma. Ainda, o morango gaúcho compete com o morango de Minas Gerais, maior produtor nacional.

“Quando entra morango de Minas, o pessoal vende a dez reais a caixa. Isso aqui não cobre o custo durante aquele período”, completa.

Com relação à amora, mirtilo

e framboesa, a competição com o mercado externo também é um empecilho para os produtores do Estado. “Muitas vezes chegam ao Brasil com preços muito baixos, que não pagariam nem o custo da mão de obra aqui. Então tem sido uma grande dificuldade competir com esses preços”, Jair Vargas ressalta.

Por último, a produtora Giulia Bortolon Pena revela a constante preocupação com o clima.

“No inverno as temperaturas

extremamente negativas associadas as geadas nos fizeram perder uma estufa de 2 mil mudas. Os episódios de muitos dias chuvosos que privam as plantas da luz do sol favorecem muito as doenças. E, no verão, as flores do morangueiro são abortadas com o excesso de calor e a produção diminui, além de aumentar a incidência dos ácaros, uma das piores pragas da cultura. Mas com muita persistência e fé vamos indo em frente”, finaliza.

MINUTO VAREJO

Com origem na rodoviária da Capital, Petiskeira vai abrir fora do RS

Rede gaúcha, com mais de 40 anos, começa expansão pelo País com operação própria

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Uma das marcas de restaurante mais tradicionais de Porto Alegre, que começou na rodoviária da Capital há mais de 40 anos, vai subir o País. Isso mesmo. A Petiskeira vai abrir a primeira unidade fora do Rio Grande do Sul. Vai pular Santa Catarina, pelo menos desta vez, para desembarcar em um dos shopping centers de Curitiba, capital do Paraná.

O investimento na operação, que deve abrir em maio, será de R\$ 4 milhões. “A escolha da capi-

tal paranaense foi pela afinidade com o conceito de comfort food, além do perfil exigente do público local”, explica, em nota, Ângelo Meneghetti, sócio-fundador da casa. Este ano tem mais unidade para abrir. Uma será no Zaffari Hípica, na Zona Sul de Porto Alegre, no primeiro semestre. Estão em estudo mercados de Balneário Camboriú (SC) e São Paulo.

“Teremos um ano desafiador com a consolidação das novas unidades e o avanço pelos outros estados”, projeta o sócio-proprietário. O negócio familiar informou, em nota, que a loja será no ParkShopping Barigui e será a primeira de uma expansão que deve ir para outros estados, mas mantendo a característica de propriedade, sem franquias. A Petiskeira se consagrou com o



Projeto mostra como vai ser a primeira unidade da marca no ParkShopping Barigui, em Curitiba

cardápio de comida simples que atrai crianças a adultos e pelos famosos anéis de cebola frita à milanesa.

Quando surgiu na rodoviária, em 1984, a marca queria dar conta da necessidade de “servir comida saborosa com agilidade”, recordam os proprietários. No começo, a unidade servia mais fast-food. Depois, o menu ganhou pratos à la carte. “Essa foi a principal virada de chave e

que caracteriza o modelo atual, a entrada nos shopping centers”, acrescentam. O IguatemiPOA teve a primeira neste tipo de empreendimento, com duas unidades hoje, sendo que a maior sempre tem fila em horários de maior demanda, como almoço. “Por sermos um restaurante destino, somos, muitas vezes, uma das operações âncora de lugares que estamos presentes”, comenta Meneghetti, também

na nota. Hoje são mais de 500 funcionários e mais de 1,7 milhão de clientes por ano nas nove lojas - Porto Alegre (BarraShopping-Sul, Praia de Belas, Paseo Zona Sul, Bourbon Ipiranga, Iguatemi, Iguatemi Grill e Express), Canoas (ParkShopping Canoas) e Caxias do Sul (Villagio Caxias). Segundo a marca, o faturamento foi de mais de R\$ 100 milhões em 2025. Para 2026, a meta “é superar R\$ 120 milhões”.

Centro-Oeste puxa nova fase de crescimento da Farmácias Associadas

Enquanto as gaúchas gigantes de varejo de farmácia, São João e Panvel, ganham mais mercado no Sul e até mesmo São Paulo, uma rede consagrada pela integração de empresas amplia terreno no Centro-Oeste

do Brasil. É a Farmácias Associadas, que já tem cerca de 2 mil lojas, sendo por volta de 700 delas já na região mais central do País. A rede pisou na nova fronteira em 2018.

As unidades no Mato Gros-

so do Sul, Mato Grosso, Goiânia e Brasília tiveram aumento de 50% e já chegam a faturamento de R\$ 1,3 bilhão, segundo a marca, cifra que se refere a compras diretamente com os fornecedores, indústria e distribuição. A

região representa 38% da receita da Associadas, 16% mais que a de 2024, segundo a direção repassou à coluna Minuto Varejo. A relevância da região também fez jus a outro movimento recente. A direção fincou pé no Centro-Oeste com escritório para dar conta das demandas. Foi instalada a primeira sede administrativa, em Goiânia, capital de Goiás.

Além disso, também foi realizada uma rodada do Business Meeting em Goiânia, no começo de março, movimentando R\$ 60 milhões em negócios, alta de 11% em relação ao mesmo evento de 2025. O mesmo meeting vai acontecer em Porto Alegre esta semana. A rede soma mais de 12 mil empregos diretos. Para 2026, a marca projeta ampliar faturamento e chegar a 2,3 mil unidades. Para 2027, a meta é superar esse número.

“A rede realiza os encontros sempre neste período, com o objetivo de gerar benefícios aos seus associados que podem realizar boas compras antes da alta dos preços dos medicamentos que ocorre tradicionalmente

em abril”, explica a direção, em nota. “A região Centro-Oeste passou a ter peso estratégico equivalente ao Sul para nós. A abertura da sede integra nossa estratégia de crescimento estruturado, oferecendo base operacional para que farmácias independentes ampliem competitividade e escala, mantendo proximidade com o consumidor. Nossa meta é dobrar o número de lojas no estado até o fim do ano, cumprindo a projeção de fechar 2026 com 2,3 mil lojas no país”, afirma, na nota, o presidente da Farmácias Associadas, Ben Hur Jesus de Oliveira, reeleito em 2025 para o cargo.

O Business Meeting integra a estratégia de fortalecimento do modelo associativo no setor farmacêutico. Ao ingressar na rede, farmácias independentes passam a contar com compras coletivas, melhores condições comerciais, suporte em marketing, capacitação técnica, ferramentas de gestão e assessorias jurídica e contábil, fatores que ampliam a competitividade frente às grandes redes nacionais.



Farmácias com a marca se multiplicam pela região, nova fronteira para concorrer no varejo farmacêutico

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Lar Santo Antônio acolhe e auxilia pessoas com paralisia

Instituição sem fins lucrativos atua há mais de quatro décadas na promoção do cuidado, inclusão e dignidade de crianças, adolescentes e adultos

Marina Mugnol
marinam@jcrs.com.br

Cabelo cor de rosa, olho azul, admiração pelo cantor sertanejo Daniel e carisma são características marcantes de Monalisa, de 55 anos, uma das mais antigas moradoras do Lar Santo Antônio dos Excepcionais (Lasae). Residente da instituição desde os seis anos de idade, sua origem e data de nascimento são desconhecidas. Na casa, localizada no bairro Agronomia, Zona Leste de Porto Alegre, onde ela foi batizada, ganhou um dia para comemorar sua vida e, diariamente, recebe o carinho de todos os voluntários. “Ela é uma pessoa muito especial, mora no meu coração e, de certa forma, me ensina cada dia uma coisa diferente”, confessa Tiago Cunha, captador de recursos e voluntário há seis meses.

Além de Monalisa, outras 45 pessoas moram na casa fundada em 1979 com o propósito de melhorar a qualidade de vida de crianças, adolescentes e adultos com paralisia cerebral grave ou severa. A entidade de caráter assistencial sem fins lucrativos, liderada pelo procurador de Justiça aposentado Edison Pontes Magalhães, acolhe pessoas em situação de vulnerabilidade social encaminhadas por meio do Juizado da Infância e da Juventude (JIJ) e de Conselhos Tutelares de diferentes regiões do Estado.

Os cuidados diários oferecidos pelo lar consideram as necessida-



Entidade localizada no bairro Agronomia, na Zona Leste de Porto Alegre, acolhe pessoas com paralisia cerebral grave ou severa

des individuais de cada morador e vão muito além da atenção aos aspectos físicos, como alimentação, higiene, moradia e vestuário. Semanalmente, os residentes participam de diferentes atividades como aulas de costura, sessões de literatura e cinema. Em datas comemorativas, também são realizadas festas e eventos especiais. “Aqui é um lugar de cuidado, os acolhidos são tratados como se estivessem em casa”, afirma o voluntário.

Atualmente, o lar conta com cinco voluntários fixos e outros que participam de atividades pontuais. Segundo Cunha, o número de pessoas voluntárias vai de dez a zero muito rápido e a escassez de verba financeira é um gargalo permanente. “Além de capital,

necessitamos de itens diversos, como fraldas e alimentos não perecíveis e um rodízio maior de voluntários”, explica. Com isso, as metas propostas para este ano focam em três pontos específicos: “queremos conseguir uma emenda parlamentar para comprar camas elétricas, que atendam às necessidades físicas deles e, no banheiro, precisamos de banheiras novas, que são caras, pois são feitas sob medida. Também queremos reformar o solar, que é o local onde eles pegam sol de uma maneira segura”, explica.

Além da verba do Poder Público e do Benefício de Prestação Continuada (BPC) que os moradores recebem mensalmente, todo o resto é captado por meio de doações. Segundo Cunha,

desde a pandemia de Covid-19 e a enchente de 2024, as doações caíram 70%. Por isso, o propósito do Instagram da instituição é justamente alcançar mais público. “Muitas das doações são feitas por pessoas mais velhas, principalmente mulheres entre 35 e 50 anos. Por isso, queremos trazer mais jovens para a causa, pois é um serviço que nunca vai parar, sempre vai nascer alguém em situação de vulnerabilidade social com alguma paralisia cerebral.”

A importância da ajuda comunitária permeia toda a história da instituição. Na década de 1970, a urgência da prefeitura de Porto Alegre de acolher pessoas de baixa renda com paralisia cerebral resultou na estruturação da casa, que de início ficava localizada na

Cidade Baixa. Posteriormente, o terreno na Agronomia foi doado pelo então prefeito da Capital, Guilherme Socias Villela. As atividades começaram em uma pequena casa de madeira que, aos poucos, começou a ser aperfeiçoada por meio de doações e da verba pública. “O lar foi construído com a ajuda da população e, agora, todo ano, renovamos a concessão do terreno”, acrescenta Tiago. A casa é dividida. “Tem o salão dos acolhidos, onde eles dormem, a capelinha, destinada a orações, a sala das assistentes sociais, a lavanderia, o refeitório, a cozinha, que é bem equipada e conta com uma equipe completa, o solar, a sala de costura e uma câmara fria, onde são guardados os alimentos”, descreve Cunha.

Lar recebe apoio financeiro por meio de evento beneficente e de doações via Funcriança

Parte da verba financeira usada para manter as despesas do Lar Santo Antônio dos Excepcionais é arrecadada por meio do Brick Beneficente Lar Santo Antônio dos Excepcionais. Localizado na avenida Bento Gonçalves, 7186, o bazar funciona de segunda a sexta, das 7h45min às 17h45min e revende livros, roupas, calçados, louças e itens diversos doados

pela comunidade. Além do Brick, parte da verba é captada por meio de doações em dinheiro que podem ser realizadas via Pix, por meio do Funcriança ou pela plataforma de captação de doações online Bliiv.

Para contribuir via Funcriança é simples e rápido, basta acessar a aba correspondente no site da instituição ou o link. Desde que

utilizem o modelo completo de declaração, pessoas físicas podem destinar até 6% do Imposto de Renda para o Fundo. A doação não aumenta o valor do imposto, apenas reserva parte do que seria pago ao governo para projetos sociais que acolhem crianças e adolescentes. Já empresas tributadas pelo lucro real podem doar até 1% do imposto.

Doações de via Pix ou de itens diversos, como cestas básicas, produtos de higiene, medicamentos, livros, roupas, calçados e louças podem ser combinadas pelo WhatsApp da casa, no número (51) 3336-2422, ou pelo e-mail lar@larsantoantonio.com.br. Para colaborar por meio da plataforma Bliiv, é necessário acessar o link e realizar a doação. Já quem tem

interesse em se tornar voluntário, é necessário realizar um curso online disponibilizado na plataforma “Parceiros Voluntários” e, após a conclusão, um atendimento com a assistência social. Depois da conversa, o novo voluntário pode escolher a área em que mais se sentir confortável para atuar em escalas divididas conforme a disponibilidade de cada um.

Crédito Consignado CLT

Feito para quem tem
carteira assinada.

Solução ideal para
quem quer dinheiro
na carteira.

O **Crédito Consignado CLT** é um empréstimo facilitado para trabalhadores com carteira assinada. Uma solução para quem busca juros baixos e prazos flexíveis. Tudo isso com segurança e a praticidade do desconto em folha.

Para contratar, é simples:

Acesse o **app Banrisul**

>> **Empréstimos**

>> **Empréstimos Consignados**



* Sujeito a análise de crédito.

Banrifone

Porto Alegre (51) 3210 0122

Interior e Outros Estados 0800 541 8855

SAC 0800 646 1515

Ouvidoria 0800 644 2200

Baixe o app:



 **banrisul**

Siga nossas redes sociais:

