

Para além do céu colorido pelo balonismo, a Secretaria de Turismo de Torres trabalha para consolidar um plano contínuo de eventos que projete a cidade o ano inteiro



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

## Litoral Norte ganha fôlego com eventos fora do veraneio

EM PAUTA

# Rossetto & Lorenzi quer faturar R\$ 1 milhão em 2026 com foco em gestão estratégica

**Com mais de 100 projetos no portfólio, consultoria estima alcançar R\$ 100 milhões em cinco anos**

**Marina Mugnol**  
marinam@jcrs.com.br

A partir de trajetórias profissionais complementares e do propósito comum de “contribuir com a jornada de crescimento do cliente”, a Rossetto & Lorenzi, consultoria liderada por Fabio Rossetto e Matheus Lorenzi, vem se posicionando no mercado com um olhar voltado a ajudar empresas brasileiras a reverter prejuízos e alcançar crescimento sustentável. Em pouco mais de dois anos de atuação, a companhia já soma mais de 100 clientes atendidos e projeta atingir R\$ 1 milhão em faturamento em 2026.

Com mais de 25 anos de experiência em estratégia e con-

sultoria, incluindo passagens por Deloitte, KPMG e McKinsey, além de formação em instituições como Harvard Business School, FGV e PUC, Rossetto atua como Chief Growth Officer e destaca que a decisão de empreender surgiu do desejo de gerar impacto positivo nos negócios. “Sempre gostei da consultoria pela possibilidade de servir o cliente e contribuir diretamente para seus resultados. Ver o cliente satisfeito é o que me move”, afirma.

Já Matheus Lorenzi, responsável pela área de análise financeira e controladoria da consultoria, construiu sua carreira na área ao longo de 15 anos de atuação em empresas nacionais e multinacionais. Para ele, o destaque da companhia está na combinação de experiências e na forma de atuação. “Nosso maior diferencial é que unimos vivências complementares. Não somos uma consultoria padrão: além

da base técnica, temos forte atuação prática dentro dos negócios”, ressalta.

Esse posicionamento se traduz na metodologia VER (Criação de Valor e Resultado), que orienta os projetos da consultoria a partir de uma análise 360 graus das empresas. A proposta é equilibrar o desempenho financeiro de curto prazo com a construção de valor no longo prazo.

Na prática, a companhia estrutura sua atuação em três frentes complementares, alinhadas à lógica da metodologia. O Mapa de Criação de Valor realiza um diagnóstico aprofundado, avaliando indicadores como lucro, geração de caixa, eficiência operacional e potencial de valuation. Já a Captura de Valor é voltada à execução, com acompanhamento contínuo, governança e monitoramento de indicadores estratégicos. Por fim, o Mandato Executivo coloca os sócios

em posição ativa na tomada de decisão, atuando com visão de dono dentro das empresas.

Assim, enquanto os sócios lideram o direcionamento estratégico de cada projeto, parceiros estratégicos atuam diretamente na operação junto aos clientes. “Partimos do princípio de que cada empresa tem um problema a ser resolvido”, explica Rossetto. “Desenhamos o caminho estratégico e contamos com profissionais alinhados à nossa cultura para executar no dia a dia, mantendo proximidade constante com o cliente”, complementa Lorenzi.

Atualmente, a Rossetto & Lorenzi possui 15 clientes ativos, de diferentes portes e segmentos. Segundo os sócios, os atendimentos se concentram em três perfis principais: empresas em reestruturação financeira, negócios em fase de crescimento acelerado e companhias já consolidadas, mas com baixa rentabilidade.



“Nosso propósito é transformar operações em ativos de alto valor, equilibrando a urgência do lucro e caixa com a construção do patrimônio das empresas. Transformamos estratégia em valor e resultado, ajudando empresas a ganhar controle, clareza e crescimento sustentável”

**Fabio Rossetto**  
Cofundador e  
Chief Growth Officer

## Raio-X

- **Empresa:** Rossetto & Lorenzi | Criação de Valor e Resultado
- **Ano de fundação:** 2024
- **Cidade de origem:** Novo Hamburgo/RS
- **Área de atuação:** Finanças, Crescimento e Estratégia empresarial
- **Faturamento em 2025:** Crescimento de 62%
- **Projeção de faturamento para 2026:** R\$ 1 milhão
- **Principais produtos ou serviços garantindo receita:** Mandato Executivo VER e Mapa VER
- **Diferenciais competitivos:** Mais que um diagnóstico, ajudamos a encontrar valor e resultado e capturar de forma consistente. Experiência prática vivida pelos sócios.
- **Principais clientes ou segmentos atendidos:** Clínicas médicas, operadoras de saúde, metalúrgicas, supermercados, distribuidoras.
- **Investimentos em inovação e tecnologia:** Investimento em tecnologia IA para prospecção e gestão do negócio.
- **Principais desafios atuais do setor:** Escalabilidade e profissionais qualificados.
- **Novos produtos ou lançamentos previstos:** Mentoria em grupos, eventos presenciais e livros
- **Onde a empresa quer estar em cinco anos:** Faturamento de R\$ 100 milhões com equity em empresas parceiras.



Atendimentos se concentram em empresas em reestruturação financeira, em fase de crescimento acelerado e nas já consolidadas, mas com baixa rentabilidade

FEED

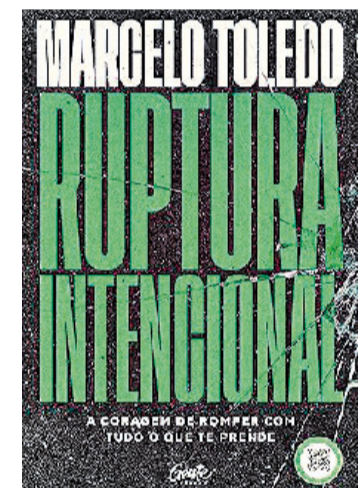


O Brasil ainda pode ser um país rico?: O desafio da produtividade; Maílson Da Nóbrega; Editora Matrix; 312 páginas; R\$ 67,72; Disponível em versão física e digital.

## Desenvolvimento econômico

Em sua nova obra, O Brasil ainda pode ser um país rico?, o ex-ministro da Fazenda Maílson da Nóbrega analisa as raízes da estagnação nacional e aponta a baixa produtividade como o principal obstáculo ao desenvolvimento. Publicado pela Editora Matrix, o livro realiza um mergulho histórico que vai da Antiguidade à ascensão das grandes potências globais para explicar por que o Brasil ainda não alcançou o status de nação rica. Com a autoridade de quem vivenciou decisões cruciais no centro do poder, Maílson argumenta que o crescimento sustentável depende de um salto de eficiência e de instituições mais sólidas.

Ao longo de 312 páginas, o autor identifica as causas do baixo crescimento e da fragilidade fiscal, propondo caminhos que passam pela modernização do debate político e pela necessidade de uma esquerda mais alinhada à realidade do século XXI. Ele também destaca desafios urgentes, como a melhor preparação técnica do Judiciário para compreender os impactos econômicos de suas sentenças e o enfrentamento do declínio populacional no mercado de trabalho. Unindo rigor analítico e visão prática, Maílson da Nóbrega oferece um roteiro lúcido para que o país possa, enfim, elevar sua produtividade e reencontrar o rumo da prosperidade.



Ruptura intencional: A coragem de romper com tudo o que te prende; Marcelo Toledo; Editora Gente; 176 páginas; R\$ 61,92; Disponível em versão física e digital.

## Carreira e autoconhecimento

Em seu novo livro, Ruptura intencional, o empreendedor e estrategista Marcelo Toledo apresenta um manifesto para quem busca abandonar o modo de sobrevivência e assumir o protagonismo da própria trajetória. Publicada pela Editora Gente, a obra utiliza a vasta experiência do autor — ex-sócio do Nubank e veterano do setor de tecnologia — para guiar o leitor por um processo profundo de autoconhecimento, focado na coragem necessária para romper com padrões que geram estagnação.

A narrativa é estruturada em quatro movimentos essenciais: Despertar, Reconstruir,

Expandir e Renascer. Ao longo de 176 páginas, Toledo utiliza perguntas provocativas e histórias inspiradoras para demonstrar que a transformação real exige encarar verdades desconfortáveis e ressignificar traumas. Mais do que um manual de autoajuda, o livro se propõe a ser uma ferramenta prática para a expansão da consciência, incentivando o leitor a abandonar ilusões e assumir o controle total sobre seus resultados. Com uma abordagem direta e íntegra, a obra convida à conquista de uma vida pautada pela liberdade e pela prosperidade consciente.

## Cidades inteligentes e inovação urbana

No livro Design Thinking Estratégico para Smart Cities: Um Novo Modelo, a pesquisadora Fabienne T. Schiavo propõe uma ruptura com a visão tradicional de cidades inteligentes, muitas vezes restrita ao uso de tecnologia pela tecnologia. A obra aborda a urgência de alinhar a urbanização acelerada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, defendendo que uma cidade só é verdadeiramente “smart” quando as soluções tecnológicas geram bem-estar real e sentido para o cidadão. A autora identifica uma lacuna na literatura e na prática urbana: a falta de modelos operacionais que coloquem as pessoas no centro das transformações digitais.

A obra apresenta o Design

Thinking como a estratégia colaborativa ideal para preencher esse vazio. Através de uma rigorosa metodologia que incluiu pesquisa-ação e um estudo de caso no bairro de Copacabana, no Rio de Janeiro, Schiavo desenvolve e testa um modelo inovador. O sistema proposto expande as etapas tradicionais do Design Thinking ao incluir os conceitos de descoberta e distribuição, este último focado na descentralização e escala das soluções. Com ferramentas práticas como o Mapa das Forças Locais Atuantes e o Mapa de Inovação Local, o livro oferece um roteiro científico e aplicado para gestores e urbanistas que desejam transformar centros urbanos em espaços genuinamente sustentáveis, humanos e eficientes.



## Universitário do Amanhã: o futuro começa com uma oportunidade

As decisões que moldam o futuro nem sempre esperam o momento ideal. Muitas surgem enquanto estamos construindo nossos caminhos e, por isso, oportunidades reais fazem a diferença, transformando sonhos em projetos de vida.

O Universitário do Amanhã nasce com esse objetivo: ampliar acessos. A iniciativa do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Social (SEDES), em parceria com o Centro de Integração Empresa-Escola do RS (CIEE-RS), disponibiliza mais de 8 mil vagas gratuitas para estudantes e egressos da rede pública que desejam se preparar para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem).

A plataforma reúne videoaulas nas quatro áreas do conhecimento – Ciências Humanas, Linguagens, Matemática e Ciências da Natureza – além de banco de questões, simulados e testes vocacionais. O conteúdo foi estruturado para acompanhar o aluno ao longo da preparação, oferecendo suporte contínuo.

“O curso é mais do que uma preparação para o Enem é uma oportunidade concreta de ampliar horizontes e abrir caminhos para o futuro dos nossos jovens. Ao garantir acesso gratuito a conteúdo de qualidade, estamos investindo em quem vai transformar o nosso Estado nos próximos anos”, destaca o secretário de Desenvolvimento Social (SEDES), Gustavo Saldanha.

Em 2026, o programa conta um aplicativo com acesso pelo celular e baixo consumo de dados, ampliando o alcance entre jovens em situação de vulnerabilidade social. A proposta é reduzir barreiras que ainda dificultam a continuidade dos estudos.

“Precisamos olhar para a educação com prioridade, fazer dela a pauta central de qualquer debate sobre desenvolvimento socioeconômico. Quantos postos deixarão de existir em razão do avanço da tecnologia? Precisamos dar condições aos jovens de se prepararem para o futuro”, ressalta Lucas Baldisserotto, CEO do CIEE-RS.

A preparação para o Enem é uma etapa importante para quem busca uma oportunidade. O formulário para inscrições está disponível no site [universitariodoamanha.org.br](http://universitariodoamanha.org.br)



Design Thinking Estratégico para Smart Cities: Um Novo Modelo; Fabienne T. Schiavo; 406 páginas; R\$ 155,45; Disponível em versão física e digital.

[www.cieers.org.br](http://www.cieers.org.br)  
(51) 3363-1000



Acompanhe as nossas novidades





**VISÃO EMPRESARIAL**

**Suzana Vellinho Englert**

Presidente da Associação Comercial de Porto Alegre (ACPA)

**O poder do ‘nós’**

Ao encerrar este ciclo de quatro anos à frente da Associação Comercial de Porto Alegre (ACPA), levo comigo a convicção de que nenhuma jornada é construída sozinha. Nossa gestão foi marcada pelo Nós, um princípio que norteou cada decisão, cada projeto e cada aproximação. Foi por meio da colaboração, do diálogo aberto e da escuta ativa que conseguimos fortalecer a entidade e ampliar sua relevância junto à comunidade empreendedora.

Tive a honra de ser a primeira mulher a presidir a Associação em seus 165 anos de história, um marco que carrego com responsabilidade e gratidão. Mais do que um feito individual, este momento simboliza o avanço coletivo e a ampliação das vozes femininas dentro e fora da entidade, um movimento que precisa continuar, crescer e se consolidar.

Ao longo deste período, trabalhamos intensamente para estreitar laços com entidades coirmãs, a CDLPOA, SindilojasPOA e Sindha, de modo a fortalecermos o ecossistema empreendedor e construirmos pontes sólidas com o Legislativo, o Executivo e poder público em geral. Acreditamos que é na convergência de esforços e no diálogo que surgem as melhores soluções. Essa crença nos levou, inclusive, a integrar a comitiva que esteve em Brasília, em um momento crítico para Porto Alegre, cobrando apoio aos empreendedores impactados pela enchente em 2024. Estar presente, representar e defender quem empreende sempre foi, e seguirá sendo, nossa prioridade.

Também ampliamos a presença institucional da Associação em pautas relevantes para a cidade, inclusive com um envolvimento mais efetivo nas discussões das eleições municipais, reafirmando nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável e com políticas públicas que favoreçam o ambiente de negócios.

Nossos eventos, MenuPOA e

Bom Dia Associado, assim como as iniciativas, foram cuidadosamente pensados para dialogar com a realidade do empreendedor, com aquilo que o impacta diretamente. Programas como o Capacita reforçaram nossa atenção com a qualificação e o desenvolvimento contínuo dos associados, enquanto os núcleos empresariais mostraram, na prática, o poder transformador da colaboração.

Celebramos, ainda, em 2025, os 165 anos da Associação Comercial de Porto Alegre, a entidade mais antiga da capital gaúcha, que vem ao encontro das mais novas para fortalecer o empreendedorismo da capital. Para marcar a data, lançamos o livro que resgata e valoriza a trajetória do comércio da cidade, onde a ACPA é personagem essencial, inspirando-nos a olhar para o futuro com coragem e inovação.

Nada disso seria possível sem o empenho e a dedicação de uma equipe comprometida — leia-se colaboradores, diretoria e todos aqueles que, diariamente, fazem a Associação acontecer. Meu reconhecimento e agradecimento a cada um que fez parte dessa caminhada.

Encerro esta gestão com a certeza de que avançamos, de que promovemos mudanças com responsabilidade e sempre com o foco no melhor para nossos associados e para a cidade. E, sobretudo, com a convicção de que o NÓS seguirá sendo o caminho — porque juntos que somos mais fortes, mais relevantes e mais preparados para os desafios que virão.

“Nós” é mais do que um pronome. É um posicionamento. É a escolha consciente de substituir o ego pela construção coletiva. Quando uma entidade empresarial adota esta pequena mas fortemente simbólica palavra como princípio, ela deixa de ser um espaço de vaidades individuais para se tornar um organismo vivo, movido por um propósito comum.

**Celebramos, ainda, em 2025, os 165 anos da Associação Comercial de Porto Alegre, a entidade mais antiga da capital gaúcha**

**OPINIÃO**

**Enoturismo valoriza o agronegócio brasileiro**

**Pablo Onzi Perini**

Diretor de Marcas e P&D da Casa Perini

O enoturismo se consolida como um dos movimentos mais relevantes do agronegócio brasileiro ao conectar produção, turismo e cultura. Mais do que a venda de vinhos, a atividade agrega valor aos territórios e fortalece um modelo de desenvolvimento rural sustentável e com identidade.

Ao integrar produção e experiência, amplia as fontes de receita das vinícolas, que passam a atuar também com gastronomia, eventos e visitas guiadas. Essa diversificação reduz a dependência da safra e protege os negócios das oscilações do mercado. Nesse contexto, a uva ganha valor agregado ao se tornar parte de uma vivência. O vinho deixa de ser apenas um produto e passa a representar o território, a cultura e a força produtiva local.

O impacto social também é significativo. O enoturismo gera empregos diretos e indiretos em áreas como atendimento, hospitalidade, gastronomia, guias e gestão. Ao fortalecer economias locais, contribui para reduzir o êxodo rural e incentivar a permanência de jovens no campo.

O aumento do fluxo de visitantes estimula investimentos

em infraestrutura, como estradas, conectividade e serviços, beneficiando não apenas as vinícolas, mas toda a comunidade. Ao mesmo tempo, posiciona regiões produtoras como destinos turísticos, ampliando sua visibilidade no Brasil e no exterior.

Esse movimento cria um ciclo virtuoso. O visitante que conhece uma vinícola também consome produtos locais, impulsionando toda a cadeia do agronegócio regional.

A presença do público eleva o padrão de exigência e incentiva melhorias contínuas, do manejo ao atendimento. Práticas sustentáveis tornam-se diferenciais, enquanto a paisagem passa a ser reconhecida como ativo econômico a ser preservado.

Ao integrar produção, cultura e experiência, o enoturismo transforma o campo em um espaço de convivência, aprendizado e valorização da identidade

regional. As vinícolas tornam-se centros de lazer e cultura, conectando pessoas ao território.

O futuro do agronegócio brasileiro passa por iniciativas que unem produtividade, valor e experiência. A Casa Perini acredita que o enoturismo traduz esse caminho ao valorizar a terra, o trabalho e a cultura, mostrando que o campo brasileiro oferece muito mais do que produtos. Ele oferece identidade.

Diante desse cenário, o enoturismo se firma como uma estratégia inteligente para fortalecer o agronegócio brasileiro, ao unir tradição, inovação e desenvolvimento sustentável. Ao valorizar o território, estimular a economia local e aproximar o consumidor da origem dos produtos, essa atividade amplia não apenas oportunidades de negócio, mas também o reconhecimento da identidade cultural do campo.

**O vinho deixa de ser apenas um produto e passa a representar o território, a cultura e a força produtiva local**



**Descompasso jurídico no financiamento de startups**

**Assis Camargo Costa Neto**

Advogado especialista em Direito Empresarial, Societário e Contratual e associado ao escritório GMP | G&C

O crescimento do número de startups no Brasil escancarou um descompasso relevante: a distância entre a lógica do investimento em inovação e os instrumentos jurídicos utilizados para viabilizá-lo.

Embora o Marco Legal das Startups tenha trazido avanços, a prática de mercado ainda se apoia majoritariamente no “mútuo conversível”, opção contratual com um foco em aportes em projetos em fase mais inicial.

O problema não está na validade do instrumento, mas em sua natureza. O mútuo conversível é, na origem, um empréstimo que pode ser transformado em participação societária. Até que

isso aconteça, o aporte é tratado como dívida, o que impacta a leitura financeira da empresa e cria uma assimetria em relação ao discurso do venture capital, que pressupõe risco.

Na prática, consolidou-se uma solução funcional, mas imperfeita. O investidor opera como sócio em potencial, enquanto o contrato ainda preserva características típicas de crédito, fato que fragiliza a vida útil da empresa.

É nesse contexto que surge a discussão sobre o Contrato de Investimento Conversível em Capital Social (CICC), proposto pelo PLP 252/23, que propõe uma mudança mais alinhada à realidade do mercado. A lógica é simples: reconhecer o aporte como investimento de risco desde o início, sem a expectativa de devolução do capital, vinculando o retorno ao sucesso

do negócio.

O ponto central é que o CICC ainda não está formalmente incorporado ao ordenamento jurídico brasileiro, embora já seja objeto de debate legislativo. Ainda assim, sua relevância está menos na forma e mais no que representa: uma tentativa de aproximar o Direito da dinâmica real das startups.

O avanço desse debate expõe uma questão maior. O Brasil está disposto a ajustar seus instrumentos jurídicos à lógica da inovação ou continuará adaptando modelos tradicionais a uma realidade que já mudou?

Enquanto essa resposta não for clara, o ecossistema seguirá operando em uma zona intermediária, na qual o investimento é de risco, mas o contrato ainda carrega a lógica da dívida.

## REPORTAGEM ESPECIAL

# Tramandaí espera 300 mil visitantes para a Festa do Peixe

Loraine Luz, especial para o JC  
De Cidreira

Vêm aí pelo menos dois grandes eventos que são incontestáveis ímãs puxando milhares de visitantes para o Litoral Norte do Estado fora da temporada de verão: o 36º Festival Internacional do Balonismo, em Torres, no final do mês de abril, se beneficiando do feriado de 1º de maio, e a 34ª Festa Nacional do Peixe, em Tramandaí, de 25 de junho a 19 de julho. Outras programações na região recebem incrementos ano a ano, tentando conquistar o mesmo apelo.

Em comum entre as prefeituras a certeza de que, para o bem da economia local, as praias precisam ser vividas o ano inteiro. O mosaico de eventos, em dimensões e impactos variados, tenta reduzir a dependência exclusiva do veraneio nos quesitos de maior geração de renda, empregos e oportunidades para empreendedores locais.

Para especialistas em turismo de eventos, insistir faz parte da trajetória daqueles que atingiram o patamar de ímãs e garantem picos de demanda por hospedagem, alimentação, transporte, comércio e serviços em meses nos quais a beira-mar já não exerce tanta atração.

“O turismo de eventos só se consolida em uma cidade se o trade turístico e a governança pública da cidade abraçarem a iniciativa, para ter edições futuras”, explica o professor Tiago Savi Mondo, diretor administrativo da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo/Anptur. “Senão, a gente vai morrer na primeira, na segunda, na terceira edição”, conclui. Segundo ele, a rentabilidade das iniciativas precisa ser relativizada no início.

“Muitos eventos surgem deficitários e negativos, mas a gente entende como investimento, porque depois de cinco,

dez anos, eles se tornam muito rentáveis para a cidade”, argumenta. A capacidade de criar uma marca turística se torna um ponto de virada. “O principal é a utilização dos recursos já existentes, os diferenciais competitivos que a cidade tem e que a diferenciam”, ensina.

Não é à toa, portanto, a ocorrência de eventos alusivos a peixes. Com o tempo, a comemoração gastronômico-cultural de base identitária evoluiu para algo maior, atingindo um status como o da Festa Nacional do Peixe de Tramandaí, que alcançou um formato híbrido com duração de 25 dias. A gastronomia está lá, mas abrange música, feira comercial, expositores e outros eventos em paralelo.

Com atrações de peso confirmadas nesta edição – entre elas, os shows de Ana Castela, Menos é Mais, Raimundos, Armandinho e Reação em Cadeia –, a Festa Nacional do Peixe iniciou a venda de ingressos em 30 de março. Conforme a Secretaria de Turismo, a expectativa é receber 300 mil pessoas. Na edição passada, foram 250 mil visitantes.

O investimento na realização, assim como a participação da iniciativa privada, cresce gradualmente a cada edição – este ano, é cerca de 30% superior a 2025. Todos os mais de 150 estandes em dois pavilhões e na rua coberta já estavam comercializados em meados de março, com predomínio de restaurantes, além de operações de shopping, doces e food trucks.

Conforme a organização, foram servidas 20 toneladas de tainha assada na edição passada. A projeção para 2026 é chegar a 25 toneladas. Os pescados utilizados são majoritariamente da própria região, com participação ativa dos pescadores locais, que se mobilizam especialmente para o evento.

Leia mais nas próximas páginas >>

Além da gastronomia, a iniciativa abrange música, feira comercial e outros eventos em paralelo



## REPORTAGEM ESPECIAL

ALAIDES PAIM/DIVULGAÇÃO/JC

Calendário organizado favorece economia em eventos gaúchos



# Litoral Norte é destino de tradicionalistas de todo o

## Impacto dos eventos de tradição gaúcha no PIB do Rio Grande do Sul atinge R\$ 5 bilhões

Lorraine Luz, especial para o JC  
De Cidreira

Quem aprecia e vive a cultura gaúcha vê o Litoral Norte como um destino para muito além da combinação sol e mar. Especialmente de março a maio, um calendário robusto de rodeios em diferentes cidades atrai grande público de dentro e de fora do Estado. Edições com patamar internacional abrem caminho para a presença de competidores de países vizinhos.

Para o presidente do Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG), Alessandro Gradaschi, os eventos realizados nas cidades litorâneas são muito significativos. Repletos de gineteadas, provas campeiras e atrações culturais, como dança, música e declamação, eles fortalecem a tradição, reunindo famílias inteiras acampadas por dias, e movimen-

tam a economia dos balneários.

Em 2024, um estudo pioneiro analisou o tradicionalismo como um setor produtivo, focando no mapeamento de eventos, como rodeios e festas, e de itens culturais, intitulado “A participação do Tradicionalismo no Produto Interno Bruto (PIB) do RS”. Conduzido pela Universidade Feevale em colaboração com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Rio Grande do Sul (Sedec), o levantamento apontou um valor total de R\$ 4,5 bilhões – a categoria de rodeios foi a que mais causou impacto, gerando R\$ 2 bilhões. Segundo Gradaschi, a cifra está revisada, atualmente, para R\$ 5 bilhões. O estudo não especifica o impacto por regiões.

O Litoral Norte, no entanto, oferece estrutura para dar vazão a um patrimônio imaterial dos gaúchos: o Rio Grande do Sul tem uma das culturas regionalistas mais organizadas do País, com mais de 1,7 mil CTGs e entidades tradicionalistas, e os rodeios funcionam como grandes encontros sociais, fomentando o turismo local. Enquanto as pro-

vas envolvendo a lida campeira atraem um nicho específico de público, shows – inclusive de peso nacional – ampliam o perfil dos frequentadores.

No dia 23 de abril, começa no CTG Rincão da Estância, em Arroio do Sal, a 34ª edição do Rodeio Crioulo Nacional, com o apoio da prefeitura local. Até domingo (26), o evento distribuiu mais de R\$ 80 mil em premiação. “Os tradicionalistas se mobilizam muito”, atesta o secretário de Turismo da cidade, Luciano Costa.

No início do mês que vem (de 6 a 10 de maio), o destino dos tradicionalistas será Imbé, que realiza, conjuntamente às comemorações pela emancipação política do município, o seu principal evento fora da temporada de verão: o Rodeio Crioulo Internacional, em sua 19ª edição.

Segundo o secretário municipal de Turismo, Adriano Pacheco, cerca de 40 mil pessoas devem circular na cidade, atraídas pelas competições, pelos bailes e shows, além da estrutura de apoio, como praça de alimenta-

ção e 50 estandes comerciais, espalhados pelos 16 hectares de área utilizável do Parque de Eventos Municipal. “O rodeio vem em uma crescente. Antes da pandemia, não atingia 250 duplas, por exemplo. Na edição passada, foram 429 duplas. Estamos trabalhando para atingir a sua autossuficiência. Antes de

a gente assumir aqui, o rodeio arrecadava em torno de R\$ 30 mil. Ano passado, foram quase R\$ 118 mil”, afirma o secretário.

Conforme Pacheco, o rodeio é pioneiro na informatização de ponta a ponta. Planilhas de papel foram eliminadas, e uma plataforma online conecta em tempo real desde a secretaria

## Próximos eventos tradicionalistas no Litoral Norte

📅 23 a 26 abril

### 34º Rodeio Crioulo Nacional de Arroio do Sal, no CTG Rincão de Estância

▶ Principais atrações: Jonathan Pacheco e Quarteto Coração de Potro (quinta), Estação Fandangueira (sexta), Tchê Barbaridade + Gabriel Expresso (sábado)

📅 6 a 10 de maio

### 19º Rodeio Crioulo Internacional de Imbé, no Parque de Eventos

▶ Principais atrações: Grupo Cincerro e Gabriel do Expresso, na quarta; Quarteto Fronteira e JJSV na quinta; George Henrique & Rodrigo e Bailaço, na sexta; César Oliveira & Rogerio Melo, além de Estação Fandangueira no sábado.

📅 22 a 31 de maio

### 41º Rodeio Crioulo Internacional de Osório, no Parque de Rodeios Jorge Dariva

📅 8 e 11 de outubro

### 3ª Festa Campeira da Capital das Praias, em Tramandaí

▶ O destaque da programação é o 2º Duelo de Prendas – Rainha da Capital das Praias.

## Fé impulsiona programações

A fé e a devoção motivam um tipo de visitante ou turista recorrente bastante fiel, que não depende de tendências ou modismos. Iniciativas no Litoral Norte contemplam esse movimento, que se destaca especialmente entre os viajantes com 60 anos ou mais.

Uma pesquisa do Ministério do Turismo em parceria com a Nexus, divulgada no final do ano passado, aponta que os brasileiros desta faixa etária são os que mais se interessam pelo turismo religioso e espiritual no Brasil.

Enquanto a média nacional de interesse por essa modalidade é de 20%, o índice entre brasileiros da terceira idade sobe para 30%, a maior taxa entre todas as faixas etárias analisadas. O turismo religioso ocupa o segundo lugar na preferência dos viajantes 60+, ficando atrás apenas dos destinos de sol e praia (34%). Em seguida vêm o turismo cultural/histórico (22%) e o turismo de bem-estar (14%).

As encenações da Via-Sacra são ponto alto de muitas feiras organizadas pelas prefeituras no feriado de Páscoa, como a Chocomel em Balneário Pinhal, um dos eventos mais tradicionais do calendário

cultural da cidade. Os atores da encenação são integrantes ou participantes do Centro do Idoso.

No mês que vem, as atrações na cidade se voltam para Santa Rita de Cássia, considerada padroeira dos apicultores e que tem um santuário a céu aberto no município. Uma estátua da santa se ergue no meio de um lago, cercado por grandes árvores. Estão previstas missas e a 2ª Peregrinação em Louvor a Santa Rita, quando os fiéis saem da Igreja Matriz e se dirigem ao santuário.

Inserido no famoso Túnel Verde de Balneário Pinhal, um corredor de eucaliptos de cerca de 3,5 km na ERS-040, considerado patrimônio histórico-cultural do Estado, o recanto de Santa Rita passou recentemente por melhorias: as churrasqueiras foram restauradas, os banheiros reformados e a estátua recebeu uma nova pintura. Então, também pode ser aproveitado de forma mais descontraída.

Eventos não religiosos na sua essência que incluem shows também vêm se beneficiando desse tipo de interesse espiritual, de forma indireta. Nas programações, lá estão nomes de cantores com te-



Santuário de Santa Rita, em Balneário Pinhal, é considerado patrimônio histórico-cultural do Estado

mática cristã, como a noite gospel prevista na Festa do Pescador de Arroio do Sal e os artistas cogitados para o Festival Internacional de Balonismo, em Torres. Segundo o secretário de Turismo de Torres, Gabriel de Mello, só esses nomes garantem de 5 mil a 6 mil pessoas no evento, “sem grandes forças”. A próxima Capão Fest também prevê uma noite de música gospel.

Em Imbé, a terceira edição da Marcha para Jesus está prevista para setembro. Segundo representantes da Associação dos Pastores Evangélicos de Imbé (APEIM), trata-se de um dos principais momentos de expressão de fé do calendário cristão no município. De acordo com o secretário de Turismo de Imbé, o Congresso da Assembleia de

Deus, em outubro, também atrai público para a cidade.

Dados do governo federal dão conta de que o turismo religioso é responsável por 8,1 milhões de viagens domésticas anuais, número que chega a 18 milhões se forem incluídos excursionistas (que não pernoitam nos destinos visitados). A atividade movimentada cerca de R\$ 15 bilhões por ano.

## País

até narradores e juízes. Para a edição deste ano, a prefeitura reservou um orçamento de R\$ 1,3 milhão – R\$ 100 mil a mais do que em 2025.

Há oportunidades de trabalho até 20 dias antes do evento, começando pela montagem da estrutura e depois envolvendo os serviços oferecidos no parque. Em torno de 80% dos visitantes chegam a bordo de motorhomes.

Com a experiência de quem trabalhou na Secretaria de Agricultura do Estado e foi vice-presidente do MTG, o secretário de Turismo de Imbé afirma que o litoral gaúcho virou destino forte para quem aprecia o tradicionalismo porque um calendário sem conflito de datas foi estabelecido há pelo menos três anos. Desde então, a agenda só se fortalece em qualidade.

Um dos mais concorridos é o Rodeio Crioulo de Xangri-Lá, cuja 13ª edição foi realizada de 25 a 29 de março e distribuiu R\$ 220 mil em prêmios na Campeira com recorde de público, conforme a organização. A Cam-



XVIII Rodeio de Imbé é consagrado como o maior da história

peira teve 600 duplas inscritas em apenas dois minutos. O evento é uma realização da prefeitura, com a coordenação do GTC 20 de Setembro. Pela segunda vez, também foi internacional, com a participação de argentinos e uruguaios. “Nosso rodeio é muito conhecido dentro e fora do Estado, com inscrições do Paraná, do Mato Grosso e de Santa

Catarina”, comenta o coordenador, Sérgio Norato.

Ele afirma que é o maior do Sul do País, perdendo, eventualmente, para Vacaria, em número de inscrições. A área comercial teve 300 interessados, disputando 90 estandes, onde o visitante encontra todo o tipo de produto e serviço. “O que eu não consegui colocar

ainda foi salão de beleza, caso a pessoa queira se maquiar para ir ao baile, porque tem baile toda noite”, diz.

Capão da Canoa também teve vez, de 8 a 12 de abril, com o seu 27º Rodeio Crioulo - pela 16ª vez também internacional. A realização é do CTG João Sobrinho, com apoio institucional da prefeitura. A cota limite de

inscrições foi atingida ainda no início de março. Pela primeira vez, em paralelo, ocorreu o Festival Internacional de Danças Folclóricas e Tradicionais de Capão da Canoa, reunindo grupos e companhias de dança do Chile, México, Paraguai e Uruguai.

Leia mais nas próximas páginas ▶▶

## REPORTAGEM ESPECIAL



THAYSON MACHADO/DIVULGAÇÃO/JC  
Com programação diversificada, o evento é o maior destaque econômico do município

## 24ª Festa do Pescador de Arroio do Sal

De 29 de julho a 2 de agosto

### ► Atrações confirmadas:

Galpão das Patroas, Acústicos & Valvulados, Grupo Chocolate, DJ Cabeção, Tributo a Tim Maia, Falamansa, DJ Capu, Barbarella e Paulinho Mixaria

A edição deste ano mais do que dobrou o número de estandes comerciais, de 40 para 100. Os empreendedores locais têm prioridade: eles têm desconto de 50% na aquisição dos espaços.

Fechando o prazo, abre-se a oportunidade para comerciantes de fora do município. A programação deve reunir múltiplas atividades, envolvendo outras pastas, como as secretarias da Agricultura e da Cidadania.

Pela terceira vez, a organização promove ainda um evento esportivo: é o Pedal da Festa do Pescador, no domingo (2 de agosto), com largada às 8h30min para um trajeto de 30 quilômetros.

Desde o ano passado, a Feira do Livro da cidade também recebe atenção especial: ampliou de duas pirâmides de 10m x 10m para um grande pavilhão no centro, com duração de cinco dias e a presença de autores de peso regional. A prefeitura buscou recursos na Lei de Incentivo à Cultura. Em 2026, o evento será em outubro.

## Festa do Pescador terá cinco dias de shows em Arroio do Sal

Lorraine Luz, especial para o JC  
De Cidreira

Mais encorpada, a 24ª Festa do Pescador de Arroio do Sal será realizada de 29 de julho a 2 de agosto, no Parque Municipal de Eventos, em revitalização desde o ano passado. O ponto alto da programação são os shows, com diversidade de estilos.

“Resguardadas as proporções, realizamos aqui uma espécie de Planeta Atlântida”, compara Luciano Costa, secretário de Turismo, Esporte, Cultura e Juven-

tude. A entrada é gratuita no parque. O evento é o de maior peso econômico para o município.

Estão previstos cinco dias de música, com gospel na quarta-feira, tradicionalista na quinta, pop rock, pagode e sertanejo na sexta e no sábado, além do baillão no domingo. Um humorista sobe ao palco nas últimas horas do evento. “A Festa do Pescador é pensada para ser um evento de experiência”, define o secretário.

Com um orçamento previsto de R\$ 1 milhão, a projeção é de 35 mil pessoas circulando pelo

parque. A secretaria se movimentou para conquistar apoios financeiros junto a empresas, como no ano passado, quando a Porto Meridional Participações S/A, responsável pelo projeto de construção de um porto na cidade, e a Corsan & Aegea contribuíram, conforme Costa.

“A gente busca alguns apoios para que se consiga dar um incremento ou até mesmo sobrar um pouco desse orçamento para aplicar em outras coisas na cidade”, explica. A data foi definida levando em conta o pe-

ríodo de férias escolares.

A Festa do Pescador foi criada com esse nome em função da cultura local. É mais uma homenagem, com fomento de renda, e não uma vitrine da produção, já que o nível é bem artesanal.

O pescado vem de fora, com destaque para a tainha assada. A Associação de Pescadores (Apas) recebe um aporte da prefeitura para a aquisição da quantidade necessária para a festa. “São milhares de pratos servidos aqui, algo em torno de 5 mil nos cinco dias”, afirma o secretário.

## Festival de Inverno e ‘aquece’ de verão estão na agenda de eventos de Capão da Canoa

As opções turísticas de Capão da Canoa fora da temporada de verão têm como principais eixos o Festival de Inverno, de 20 de junho a 20 de agosto, e a Capão Fest, em outubro, para funcionar como um “esquentá” da alta temporada. “A Capão Fest com certeza vai ser o nosso maior evento”, afirma o secretário de Turismo e Desenvolvimento Econômico, Rodrigo de Souza Estevam. Até lá, a cidade tem alternativas confirmadas para atrair visitantes.

Com atletas do Paraguai, Uruguai, Colômbia, Argentina, Chile e Brasil, o 11º Open Mundial de Patinação Artística JGB ocorrerá de 10 a 14 de junho. Ano passado, o Ginásio Otto Birlém recebeu mais de 1 mil competidores na 10ª edição. Outra iniciativa, que atrai atletas amadores, é a Maratona de Capão da Canoa, cuja segunda edição está marcada para 2 de agosto, conectando o Parque Náutico e a Beira-Mar.

Um dos principais destaques do Festival de Inverno – que, de acordo com o secretário, deverá ter opções todos os finais de semana durante dois meses – envolve chope e cervejas artesanais. As duas bebidas já foram atração principal de um evento, em julho do ano passado: o 1º Festival da Cerveja e do Chope Artesanal reuniu cervejarias artesanais do município e região por três dias na Praça Dr. José Agostinelli, com shows, feira e praça de alimentação.

Resultado de um redesenho de modelo capitaneado pela secretaria, o conjunto de atrações para o ano foi pensado mais a longo prazo. De acordo com Estevam, cuja nomeação foi oficializada no início de março, a secretaria está trocando volume por qualidade, buscando eventos mais estruturados e com maior retorno. A antecedência e a maior riqueza no pla-

nejamento da secretaria, que envolve 2027, buscam ganhar eficiência e, principalmente, atrair financiamento externo.

“Para eu poder captar recursos, eu preciso de um projeto de turismo de Capão da Canoa. Porque, com planilha, projeção de gasto, de público, de pré e pós, é possível captar recursos. O calendário tem como objetivo trazer respaldo financeiro para a secretaria. A gente coloca menos evento, mas com mais força em cada um”, explica. A previsão de orçamento para pôr em prática os novos planos é de no mínimo R\$ 5 milhões.

A estratégia aposta em ações tradicionais de promoção, como materiais institucionais e presença em eventos. “Queremos fazer turismo de uma forma bem objetiva e tradicional. É a gente fazer o básico, com capricho, atenção e estratégia. Eu acredito que o básico bem feito é melhor do que

o perfeito não feito”, comenta o secretário. Um folder promocional contendo um QR Code com a integralidade das atrações, que está previsto para chegar aos hotéis, é citado como um exemplo pelo secretário.

Estevam afirma que a forma final do calendário recebeu o olhar de outras secretarias ligadas à organização e logística, além de representantes de diferentes ramos empreendedores da cidade. A intenção foi ouvir as demandas, especialmente da baixa temporada, e alinhar os interesses.

A maior aposta – com orçamento previsto de R\$ 3 milhões – é a Capão Fest, como principal evento de pré-temporada, reunindo gastronomia e entretenimento. A programação, conectando o centro da cidade à orla, prevê shows, festival de sorvete e de crepe, com tentativa de quebra de recorde (o maior crepe

do mundo), circuito gaúcho de churrasco e uma noite com música gospel. “Queremos envolver o nosso comércio. As ruas serão decoradas e um pórtico indicará a rota dos sabores”, explica o secretário. A organização estuda a oferta de produtos a preços acessíveis, buscando ampliar a presença de público. “Para o ano que vem, queremos trazer Gustavo Lima. Este ano, a gente queria Ana Castela, só que a Festa Nacional do Peixe, em Tramandaí, conseguiu antes”, ilustra Estevam, como exemplo do esforço com que a secretaria está comprometida.

O anúncio oficial do calendário de eventos 2026 ocorrerá neste último domingo, dia 12, no fechamento do 16º Rodeio Internacional e 27º Rodeio Crioulo, que também marcaria as comemorações pelos 44 anos de Capão da Canoa. Esta edição foi fechada antes das festividades.

## REPORTAGEM ESPECIAL

*Torres aposta em plano contínuo de eventos e atrações para toda a família*

Para além do céu colorido pelo balonismo, a Secretaria de Turismo de Torres trabalha para consolidar um plano contínuo de eventos que projete a cidade o ano inteiro. O calendário completo será apresentado no palco do Festival Internacional de Balonismo, que começa no final do mês de abril, mas já movimenta a cidade.

“É uma agenda com uma média de dois eventos mensais, entre esportivos e culturais, chegando, tranquilamente, a mais de 30 opções”, afirma o secretário da pasta, Gabriel de Mello.

Ainda que a projeção de público para o festival deste ano seja menor do que o total recebido no ano passado – 250 mil ante 350 mil –, Mello tem a expectativa de um maior impacto econômico do evento para a cidade. A lógica da programação é transformar cada visitante em alguém que vivencie a cidade. Com investimento mantido na casa dos R\$ 5 milhões, a aposta não está focada somente na bilheteria, mas na fidelização ao destino e no consumo de produtos e serviços.

A prioridade são atrações com apelo familiar, capazes de estimular permanência e os efeitos em diferentes setores, da gastronomia ao artesanato. A partir do próximo ano, a prefeitura espera mensurar com mais precisão quanto o festival e o novo calendário de eventos movimentarão a economia local. Em 2025, o evento de caráter internacional teve uma receita direta de R\$ 1,5 milhão. A prefeitura estima que o retorno chegou à casa dos R\$ 50 milhões, afirma Mello, considerando 10 dias antes e até cinco dias depois do evento. A movimentação no parque, com organização e montagem, começa cerca de um mês antes. Por conta dessa antecipação, o ano passado identificou mais de mil empregos diretos.

A importância do festival para a cidade fica clara no efeito sobre o artesanato, por exemplo. A Casa da Terra, um espaço dedicado à produção de artesãos locais, no centro de Torres, vendeu quase R\$ 16 mil em apenas quatro dias de evento no ano passado – muito próximo de um mês inteiro da alta temporada daquele ano (R\$ 23,6 mil, em janeiro). O festival é muito esperado pelos artesãos também porque há espaço para eles no parque – uma participação que vem crescendo a cada ano, via edi-

tal, como resultado de incentivo e fomento ao trabalho dos artesãos, observa Sâmara Elias, diretora de trabalho e qualificação profissional da Secretaria de Indústria e Comércio e responsável pela Casa da Terra: “Estamos sempre buscando a valorização e oportunidade para estes empreendedores”. Para este ano, são 34 estandes, além da área reservada à própria Casa da Terra, com os seus 18 artesãos – o grupo faturou no parque em torno de R\$ 61 mil na edição 2023 do festival. “Em 2025, tivemos um problema no sistema e perdemos alguns dados, mas possivelmente foi nessa média”, afirma a diretora.

Um dos itens de maior sucesso em vendas são as réplicas de balões, trabalho de Vanessa Santos. A artesã está em alta produção, em função do festival: fará 300 réplicas no tamanho pequeno e em torno de 60 dos maiores.

O fluxo provocado pelo evento impulsiona a hotelaria. “O meu hotel praticamente já está lotado para o evento. Todos os hotéis se beneficiam. O festival causa um fluxo muito bom para todos os hotéis e restaurantes”, comen-

tou, em meados de março, Ivone Ferraz, CEO do Ficare Hotéis e presidente do Sindicato de Hotéis, Bares e Restaurantes do Litoral Norte. De acordo com a Secretaria de Turismo, os 10 mil leitos da cidade ficam ocupados no período. “A gente observa restaurantes abrindo pela manhã e fechando só na madrugada”, destaca o titular da pasta. Além disso, o prestígio do festival fomenta o mercado imobiliário. Segundo o secretário, a procura sempre aumenta e a média de valores sobe.

De acordo com dados da AirDNA, em 2025, os aluguéis de curto prazo na cidade tiveram um pico de demanda por hospedagem, especialmente em 3 de maio (760 locações ativas) – o festival ocorreu de 1º a 4 de maio. A AirDNA é uma empresa de dados que analisa o mercado de aluguel de curta duração, com base em plataformas como Airbnb e Vrbo.

“Observando as datas do festival, as reservas atuais estão à frente das de 2025. A sexta-feira, 1º de maio, atualmente tem o maior número de reservas, estando 11,1% à frente da mes-

ma sexta-feira do ano passado”, comenta Bram Gallagher, diretor de economia da AirDNA. “Observo também que, nesta mesma época do ano passado, apenas cerca de um quarto das reservas finais haviam sido feitas para as datas do festival, então ainda estamos nos estágios iniciais”, acrescenta ele.

Na edição passada, o festival somou cem balões e cerca de outros 10 que têm alguma forma específica, como personagens ou objetos. Segundo a organização, para cada um tem um piloto e cerca de outras quatro pessoas formando a equipe. “Então, de 100 balões, você arranca em 500 pessoas envolvidas diretamente só com balão, sem falar na arbitragem técnica e nos organizadores”, calcula Mello.

Ainda que o festival represente o pico da programação de eventos turísticos da cidade, a intenção do poder público é manter constância em todo o resto do ano e assumir, cada vez mais, uma identidade própria. “Uma das estratégias é potencializar o turismo de endorfina”, anuncia o secretário, que projeta a

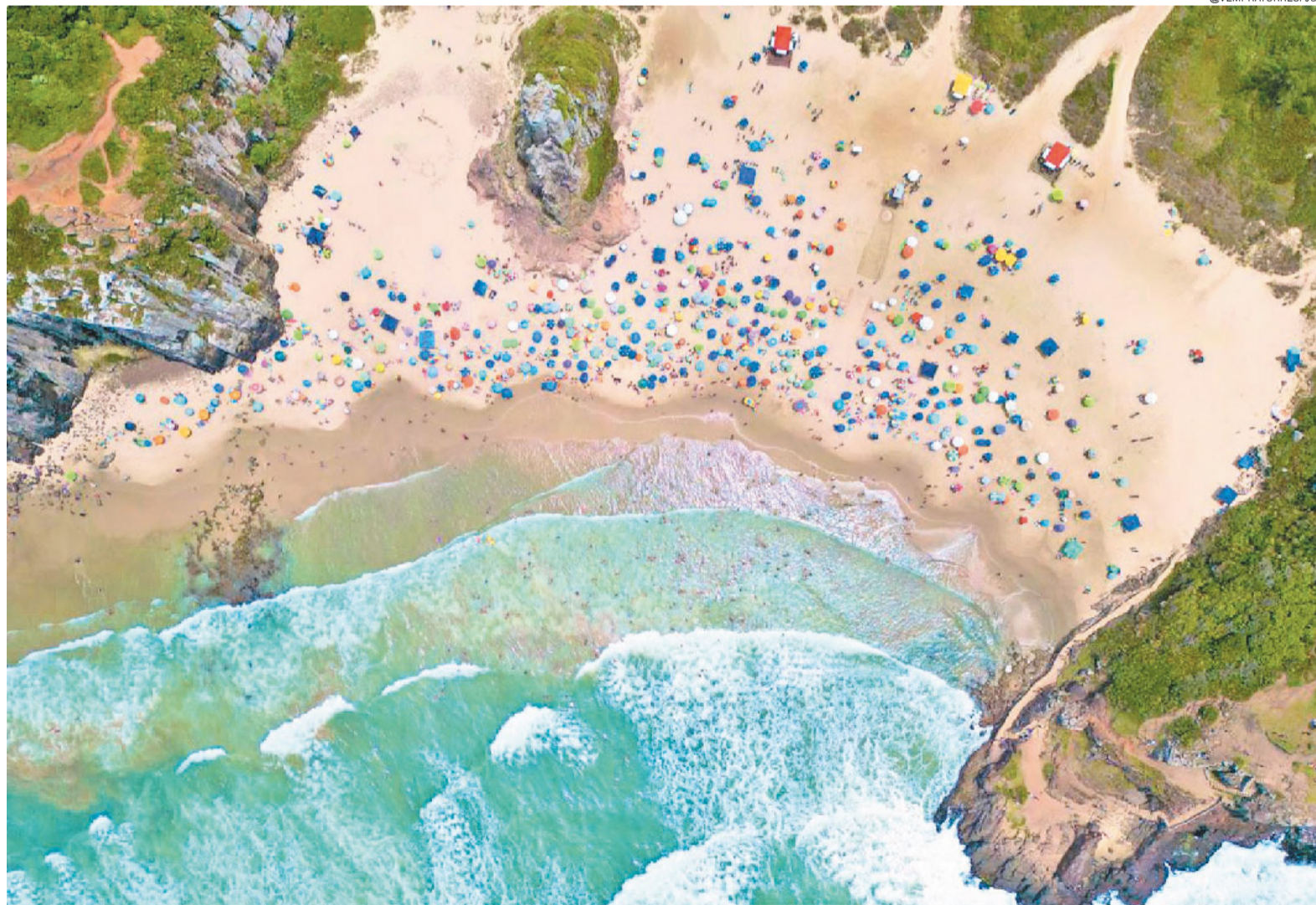
oferta de atividades físicas todos os finais de semana. O próprio parque que sedia o festival internacional deve receber, no segundo semestre, etapas do Campeonato Nacional de Handebol, além de competições de balonismo a nível estadual e municipal. Torres também será sede do Campeonato Nacional de Pesca Esportiva.

### 36º Festival Internacional de Balonismo de Torres

📅 De 30 de abril a 3 de maio

📍 Parque Odilo Webber Rodrigues

Está mantida a mistura de esporte, cultura e entretenimento. Estão previstos sete shows (três a mais que na edição anterior). O principal nome é Xande de Pilares. Outros nomes são Armandinho, Lagum e Grupo Traia Véia. A noite gospel inclui nomes como Thalles Roberto e Gerson Rufino. A feira comercial conta com 44 estandes. A área kids foi ampliada. A organização prevê ainda um planetário. A programação oficial completa do festival não tinha sido anunciada até o fechamento desta edição.



Cidade busca se consolidar como destino de turismo durante o ano todo, com ao menos dois eventos mensais, conquistando cada vez mais público

MINUTO VAREJO

# Grupos abrirão pelo menos 16 novos atacarejos em 2026

**Comercial Zaffari e Grupo Passarela, de SC, projetam 12 pontos**

**Patrícia Comunello**

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Mesmo com um ano desafiador para o caixa, grandes supermercadistas têm ritmo até certo ponto forte de abertura de lojas, com foco em atacarejos. Dois deles chamam a atenção: Comercial Zaffari, de Passo Fundo, e Grupo Passarela, de Santa Catarina, abrirão seis unidades cada um das bandeiras no Rio Grande do Sul. Também terão filiais estreando no formato o Grupo Zaffari, com mais um Cestto, mas em São Paulo, e Unidasul, que prevê três novos Macromix. Os quatro grupos somarão 16 atacarejos.

A Comercial viu sua marca Stok Center subir uma posição no

ranking da Associação Brasileira de Atacarejos (Abaas), passando de 13º para 12º lugar. É a única gaúcha entre os 20 maiores no Brasil. A rede já abriu em Porto Alegre (a menor de todas devido à limitação de área imposta por uma lei da Capital) e São Gabriel, chegando a 45 unidades. As outras quatro foram confirmadas à coluna pelo presidente da Comercial Zaffari, Sérgio Zaffari: “Carazinho, Novo Hamburgo (será a segunda filial), Rio Grande e Camaquã”, enumerou Zaffari. O número de 2026 fica atrás dos oito atacarejos de 2025, quando a varejista faturou R\$ 6,8 bilhões, segundo no ranking da Associação Gaúcha de Supermercados (Agas).

Sobre Porto Alegre, Zaffari diz que “é uma loja muito importante”: “Vamos ter uma visibilidade, mas a gente gostaria que fosse maior, mas tem a limitação da lei.



PATRICIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

O grupo de Passo Fundo já abriu dois Stok Center, um deles, o menor da rede, fica em Porto Alegre

Esperamos que mude em pouco tempo”, aposta Zaffari. O foco da bandeira é atrair a clientela do entorno, com muitos condomínios verticais, de classe média à alta -, e horizontais, de casas. Dentro do supermercado, no nível do estacionamento, há uma pequena galeria de operações, com lancheria, farmácia e pet-

shop. A segunda operação em Novo Hamburgo deve abrir em julho no caminho para Campo Bom. Em Camaquã, o atacarejo será às margens BR-116, principal ligação da Região Metropolitana e o Sul do Estado. Zaffari diz que o grupo reduziu o ritmo por cautela, ante a conjuntura econômica, e para não expor nem a gestão

nem os recursos financeiros. O presidente reforça que a meta, revelada à coluna, de chegar a 60 lojas (51 atacarejos e nove lojas de vizinhança) vai ser alcançada em 2027. O setor vem sentindo os efeitos da queda no consumo, associada ao endividamento das famílias e à concorrência das bets e canetas de emagrecimento.



GRUPO PASSARELA/DIVULGAÇÃO/JC

Unidade de Novo Hamburgo foi a segunda do Via inaugurada este ano

## Passarela já soma mais lojas no Estado

O Grupo Passarela, com origem em Concórdia, oeste de Santa Catarina, definitivamente se encantou pelo Rio Grande do Sul e já soma 14 unidades em solo gaúcho (10 atacarejos e quatro supermercados), uma a mais do que em casa. Aliás, uma das “casas”. O motivo? Desde que os donos decidiram mirar o avanço no Estado, uma sede foi montada em Lajeado, onde também está sendo erguido um centro de distribuição. A dianteira gaúcha

ocorreu com a abertura do atacarejo Via em Novo Hamburgo, no começo de abril.

“Novo Hamburgo é uma cidade relevante para o nosso plano de crescimento no Rio Grande do Sul. Estar no Canudos amplia o acesso da população e fortalece a presença da marca na região”, endereçou o diretor-presidente do Grupo Passarela, Alexandre Simioni. A operação abriu 120 empregos. São quase 200 vagas no estacionamento e 10 mil

itens no mix. O Passarela está entre as dez maiores redes supermercadistas do Sul do Brasil. Até o fim de 2026, a vantagem da “sede” gaúcha vai aumentar. A relação vai ser de 19 (RS) para 14 (SC). Este ano teve abertura de atacarejo em Venâncio Aires, em fevereiro. Em junho, é a vez de Santa Maria, depois Bento Gonçalves (julho), Igrejinha (setembro) e Gravataí (dezembro). Em Ijuí, abre supermercado em novembro.

## Havan terá mais três filiais gaúchas este ano

A rede catarinense Havan, do empresário Luciano Hang, vai abrir três novas filiais em 2026 no Rio Grande do Sul. O empresário, que recebeu o prêmio Libertas no Fórum da Liberdade, em Porto Alegre, informou onde será o trio de lojas. Para 2027, devem ser duas a três novas unidades, uma delas na Zona Sul de Porto Alegre. “Estamos em busca de terrenos”, condiciona Hang,

sobre outras localidades, além da Capital. A expectativa era que a nova loja porto-alegrense fosse este ano. “Serão em Taquara (30 de maio), Garibaldi (6 de junho) e mais uma no Litoral, em Tramandaí”, revela. A unidade de Garibaldi, na Serra Gaúcha, está sendo erguida às margens da BR-470.

O empresário de Santa Catarina citou que a rede tem hoje 20 filiais gaúchas. No palco do Fó-

rum da Liberdade, no Centro de Eventos da Pucrs, Hang lembrou que esperou mais de 20 anos para ter licença para erguer a loja de Porto Alegre, em operação desde 2021 na Zona Norte, ao lado da loja do Stok Center. Outros detalhes dos empreendimentos: média é de aporte de R\$ 100 milhões e de 300 empregos diretos por loja. Com isso, serão R\$ 300 milhões em 2026 e quase mil postos de trabalho.



GUILHERME KOLLING/ESPECIAL/JC

Obra da operação de Garibaldi avança às margens da BR-470

## RESPONSABILIDADE SOCIAL



Ao integrar educação, tecnologia e práticas sustentáveis, a organização está reconfigurando o cenário socioambiental no Rio Grande do Sul e estimulando novas práticas

# Green Thinking coloca discurso sobre sustentabilidade em ação

**Plataforma de educação ambiental online promove a preservação do meio ambiente no dia a dia**

Sofia Kramp Leke  
sofial@jcrs.com.br

Diante de um momento em que a responsabilidade social já não é mais um diferencial, mas quase se torna uma obrigação para empresas e organizações, iniciativas que conciliam educação, sustentabilidade e impacto verdadeiro na sociedade começam a ganhar mais atenção. É dentro desse cenário que surge a Green Thinking, uma organização brasileira que aposta na educação ambiental como caminho para promover mudanças concretas e ampliar o impacto social de maneira sustentável.

Com atuação em Porto Alegre, a iniciativa se apresenta como um “agente polinizador da sustentabilidade”, em que um de seus projetos começa no Zero Waste Lab Porto Alegre. O espaço une pessoas e projetos para promover o conceito de Zero Waste - Resíduo Zero - em várias áreas, como universidades, escolas, empresas e comunidades. O objetivo é impulsionar uma sociedade mais consciente e ativa, com inovação, tecnologia e práticas sustentáveis, de forma que elas contribuam para a economia local e regional. A ideia não fica só no discurso ambiental: a proposta é colocar

em prática ações que integrem aspectos sociais, econômicos e ecológicos no dia a dia.

Um dos pontos fortes da organização é justamente a diversidade de públicos que atende, indo além do ambiente corporativo e envolvendo diferentes setores da sociedade. A Green Thinking desenvolve projetos tanto com empresas quanto com comunidades em situação de vulnerabilidade, além de atuar com governos e ambientes de inovação. Esse tipo de ação reforça o papel da educação como ferramenta de transformação social, principalmente em contextos onde o acesso à informação ainda é limitado.

Lucas Fontes, educador ambiental e diretor do Green Thinking, conta que “desde o início, o nosso objetivo foi justamente resolver essa lacuna: transformar sustentabilidade em ação. Queríamos sair do discurso e criar soluções que ajudassem pessoas, escolas, empresas e comunidades a entender, implementar e medir práticas mais sustentáveis, especialmente no contexto da gestão de resíduos e da economia circular. A partir disso, estruturamos o Green Thinking como uma plataforma que une educação, tecnologia e inovação social para gerar impacto real nos territórios”.

Entre as iniciativas desenvolvidas, o Programa Rumo ao Lixo Zero visa apoiar organizações na criação de estratégias para reduzir resíduos, adotar práticas mais

sustentáveis e construir indicadores ESG para receber a Certificação Lixo Zero. “O nível de maturidade das empresas brasileiras em relação à sustentabilidade ainda é bastante heterogêneo no Brasil. Temos, desde grandes a pequenas empresas, que já incorporaram a sustentabilidade de forma estratégica, com metas claras, indicadores ESG e integração nas decisões de negócio.

Por outro lado, ainda existe uma grande parcela de organizações em estágios iniciais, tratando o tema de forma mais pontual ou até reativa”, afirma Fontes. Ao mesmo tempo, o programa também oferece gratuitamente oficinas, cursos e palestras sobre temas como ecofeminismo, inovação social, marketing verde e economia circular, o que torna o conteúdo mais acessível e aplicável a todos. Ainda na linha da educação, a Green Thinking possui um ebook com 68 dicas aplicáveis de como reduzir gastos financeiros de forma sustentável em casa.

Outro aspecto importante é a formação de pessoas que possam multiplicar esse conhecimento. Através do curso Agente Lixo Zero, a Green Thinking capacita participantes para levarem práticas sustentáveis para suas próprias comunidades. O curso possui quatro módulos: o módulo 1, A Semente, começa plantando a sustentabilidade na consciência dos participantes

através de conceitos, definições e a apresentação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS); o módulo 2, O Cuidado, cultiva a apresentação inicial e desenvolve temas sobre consumo ético, gestão de resíduos e comunicação sustentável; o módulo 3, O Crescimento, expande para o conhecimento ecológico para diversas áreas como escolas e corporações; o módulo 4, Os Frutos, colhe e multiplica os resultados ao final do curso, onde os participantes já possuem uma integração completa do conceito Lixo Zero com práticas de longo prazo e recebem um certificado de conclusão do curso.

Além da atuação local, a organização também vem ampliando seu alcance para outros países, acumulando centenas de milhares de pessoas influenciadas positivamente por suas iniciativas. Esse crescimento acompanha uma demanda cada vez maior por soluções que consigam equilibrar desenvolvimento econômico com responsabilidade socioambiental.

Atualmente, mais de 600 mil pessoas já foram impactadas com o conteúdo da plataforma, inclusive fora do Brasil, como em Portugal, Indonésia, Itália, Estados Unidos, Holanda, Moçambique, Bélgica, Espanha e França. No total, a Green Thinking possui uma equipe de 213 membros na plataforma online e o objetivo continua sendo crescer cada vez mais de maneira sustentável.

A metodologia adotada pela Green Thinking se baseia em três pilares, chamados de IEI: Inspirar pessoas, organizações e governos; Executar projetos e ações de educação ambiental; Integrar boas práticas na sociedade. Na prática, isso significa ir além da conscientização e garantir que o conhecimento realmente se transforme em ação.

A proposta é simples, mas desafiadora: fazer com que a sustentabilidade deixe de ser apenas uma ideia e passe a fazer parte da rotina das pessoas. “A ideia de que sustentabilidade é cara ainda é muito comum, mas ela é, em grande parte, um mito, ou, no máximo, uma visão de curto prazo. De fato, algumas soluções exigem investimento inicial, especialmente quando envolvem mudanças de processos ou infraestrutura. No entanto, quando olhamos para o médio e longo prazo, a sustentabilidade tende a gerar eficiência, reduzir custos operacionais, evitar desperdícios e mitigar riscos”, diz Fontes.

Diante de desafios como as mudanças climáticas e o aumento das desigualdades sociais, iniciativas como essas mostram que a sustentabilidade pode ser mais do que um conceito distante. Quando colocada em prática, ela se torna uma ferramenta concreta de transformação, capaz de gerar impacto real na vida das pessoas e nas comunidades onde estão inseridas.

**BanriWay.**  
A vida financeira  
do seu filho  
começa aqui.

**banri  
way**



A nova conta para crianças e adolescentes do Banrisul.

- Cartão de débito
- Mesada agendada
- Acompanhamento pelo app

Para eles terem mais autonomia e segurança.



Acesse seu  
app **Banrisul** e abra  
a conta do seu filho.

**Banrifone**

Porto Alegre (51) 3210 0122  
Interior e Outros Estados 0800 541 8855

SAC 0800 646 1515  
Ouvidoria 0800 644 2200

Siga nossas  
redes sociais: [f](#) [@](#) [v](#) [in](#) [y](#)

**banrisul**