



**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.

**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.