

➔ EDITORIAL

## Oferecer o que o mercado realmente demanda

Muitos são os caminhos e as dicas para começar um negócio. Decidir em que segmento investir e entender o que vai diferenciar aquela empresa de outras propostas pode ser um processo desafiador. Mas talvez a resposta seja mais simples que as muitas receitas compartilhadas por aí: escutar o mercado.

É claro que se sabe de trás para frente que empreender é oferecer soluções para dores da sociedade. Mas isso não pode ser um clichê, tem que ser um movimento ativo. Entender o que o mercado realmente precisa naquele segmento, quais são as propostas que já existem e quais as brechas deixadas por elas é fundamental. Sem isso, essa oferta dificilmente encontrará o público-alvo e, mais ainda, um público consistente o suficiente para garantir vida longa àquele negócio.

Na Página Central desta edição, contamos histórias de estúdios voltados à produção audiovisual que estão em expansão. A pandemia de Covid-19, momento em que o digital se impôs em nossas vidas, foi um divisor de águas para esses empreendedores, assim como a crescente demanda de criação de conteúdo por influenciadores e comunicadores. Cruzando as histórias, é possível observar que tanto o processo de ampliar e agregar novas frentes, quanto o surgimento dos negócios têm um ponto em comum: entender as mudanças que estão acontecendo e criar soluções, das mais nichadas às abrangentes, que atendam de fato o público.

Abriu um negócio ou ampliar uma operação existente são decisões que passam pela compreensão das tendências e do público.

ISADORA JACOBY  
@isajacoby

➔ EXPLORAR

# Longevidade de um negócio familiar



Jorge Aita faz parte da terceira geração da Santo Antônio

Após mais de quatro décadas à frente do restaurante Santo Antônio, em Porto Alegre, o empresário Jorge Aita inicia um novo ciclo profissional e passa a atuar como palestrante no mercado corporativo, especialista em sucessão familiar e em longevidade empresarial. Representante da terceira geração da família à frente do negócio fundado em 1935, Aita consolidou recentemente a transição para a quarta geração. "O Santo Antônio está em boas mãos. Agora, o compromisso é compartilhar aprendizados com outras famílias empresárias", explica. Confira as dicas:

**1. Transição geracional:** Preparar quem vai assumir o negócio leva tempo, convivência e muita prática no dia a dia. É assim que a nova geração ganha espaço de verdade, pelo que faz, não só pelo sobrenome. Quando a sucessão é bem feita, ela deixa de ser algo imposto e acontece de forma natural, quase como uma passagem de bastão. **Cada geração traz algo diferente:** quem já está há mais tempo contribui com experiência, enquanto os mais novos chegam com energia e ideias frescas.

**2. Cultura e liderança:** A cultura é o alicerce que sustenta um negócio familiar ao longo do tempo, e a liderança tem o papel de mantê-la viva enquanto faz a empresa evoluir. **Preservar os**

**valores de quem começou tudo é fundamental,** pois eles representam a identidade construída ao longo da história, mas isso não significa resistir à mudança. Pelo contrário, inovar faz parte da continuidade, seja reposicionando a marca ou melhorando a experiência do cliente.

**3. Profissionalização da sucessão:** Para o negócio familiar crescer de forma sustentável, é importante trazer mais profissionalismo para a gestão, principalmente na sucessão. Na prática, isso significa deixar claro como os familiares entram na empresa, como podem crescer dentro dela e quem é responsável por quê. Ter essas **regras bem definidas** deixa o negócio mais organizado e preparado para o futuro.

**4. Resiliência:** Crises fazem parte do caminho de qualquer empresa, e é justamente nesses momentos que a força de um negócio familiar aparece de verdade. A resiliência vem da capacidade de se organizar, tomar decisões com cabeça fria e, ao mesmo tempo, manter a família unida em torno do mesmo objetivo. **Seguir buscando melhorias, mesmo em tempos difíceis,** é o que permite se adaptar e continuar evoluindo. No fim, empresas que atravessam gerações sabem que longevidade não é fugir das crises, mas aprender a passar por elas.

Geração-e

## Estudantes da Ufrgs criam marketplace de camisas de time originais

Amantes do futebol desde que se conhecem por gente, os estudantes da Ufrgs e amigos de longa data Arthur Leal, graduando de Relações Internacionais, e Enrique Spiguel, que cursa Engenharia de Produção, aliaram a paixão pelo esporte com a arte do colecionismo. A dupla fundou, em janeiro deste ano, o Meiuca (@meiuca\_), marketplace e comunidade digital 100% focado em camisetas de futebol originais. Aponte a câmera para o QR Code ao lado e confira a matéria completa.



FABIOLA CORREA/JC



ISADORA JACOBY  
Editora-assistente  
@isajacoby



JÚLIA FERNANDES  
Repórter  
@eujuliafernandes



MANUELA CASSANO  
Estagiária  
@manu.cassano



GUSTAVO MARCHANT  
Estagiário  
@marchxnt

Editor-chefe:  
Guilherme Kolling

Projeto gráfico:  
Luís Gustavo  
Van Ondheusden