



VISÃO EMPRESARIAL

Adriane Hilbig

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

Porto Alegre: O renascimento do turismo e os caminhos para o futuro

Nos anos 70, Porto Alegre vivenciou um turismo pujante, mas, ao longo das décadas, esse cenário mudou. Testemunhei de perto esse movimento, do entusiasmo inicial ao enfraquecimento do setor. Hoje, é gratificante perceber a retomada da força turística da cidade. Após períodos de estagnação, Porto Alegre investe e acredita novamente em seu potencial, construindo uma nova fase para o turismo local.

Essa transformação é resultado de um processo contínuo, valorizando o turismo por meio de revitalizações, parcerias público-privadas, novo plano diretor e oportunidades de negócios. Esses avanços indicam que Porto Alegre caminha para reposicionar-se como referência. Essa evolução baseia-se numa visão estratégica que une tradição e inovação, reconhecendo o turismo como fator de geração de empregos e desenvolvimento econômico.

O sucesso não vem de ações isoladas, mas da união entre poder público, iniciativa privada e entidades. Essa sinergia é fundamental para que a cidade aproveite suas riquezas naturais, culturais e históricas, atraindo mais visitantes e consolidando uma posição de destaque regional e nacional.

Entretanto, a continuidade das ações é motivo de preocupação, pois a descontinuidade de projetos públicos é um risco real. Mudanças bruscas de direção prejudicam o desenvolvimento sustentável e minam a credibilidade do destino. Por isso, é essencial planejar a longo prazo e adotar políticas estáveis, que resistam às alternâncias de governo, garantindo segurança para investidores e para a cadeia produtiva do turismo.

Como cidadãos, precisamos estar atentos às propostas dos pré-candidatos sobre turismo e captação de eventos. O engajamento cívico é vital para cobrar dos representantes prioridade ao setor, assegurando transparência e continuidade das iniciativas.

É indispensável fomentar a cultura de hospitalidade e promover a capacitação constante dos profissionais do setor. A qualificação dos serviços, aliada à diversidade cultural, gastronômica e natural, torna a cidade mais atrativa para turistas de todo o Brasil e do exterior. Valorizar as tradições gaúchas e as manifestações artísticas diferencia a capital, criando experiências únicas para os visitantes.

Outro ponto relevante é promover grandes eventos e criar polos de atração, como centros de convenções, festivais e feiras, que movimentam vários segmentos da economia. Parcerias com universidades, associações e empresas estimulam inovação e empreendedorismo, consolidando Porto Alegre como destino dinâmico e competitivo.

Por fim, é preciso olhar para o futuro com esperança e responsabilidade, garantindo que o turismo seja sustentável, respeitando o meio ambiente e integrando as comunidades locais. O compromisso de todos, aliado à participação ativa da sociedade, pode transformar Porto Alegre em exemplo de sucesso nacional.

Porto Alegre está pronta para um novo salto. Cabe a nós, cidadãos e profissionais, manter o compromisso para que o turismo siga crescendo e beneficiando a todos, construindo uma cidade ainda mais vibrante e próspera.

Como cidadãos, precisamos estar atentos às propostas dos pré-candidatos sobre turismo e captação de eventos

OPINIÃO

Tomar boas decisões é uma habilidade treinável

Juliana Zellaui

Especialista em Neurociência e Comportamento, com formação em Psicologia Positiva e em Mindfulness

Muita gente acredita que tomar boas decisões é uma espécie de dom, que ou a pessoa “nasceu com isso” ou está condenada a escolher mal. Contudo, a neurociência e a psicologia cognitiva mostram o contrário, que decidir bem não depende apenas de inteligência ou sorte, mas é uma habilidade treinável.

Um dos aspectos mais intrigantes é que, muitas vezes, seu cérebro decide antes de você saber. Parte da atividade neural envolvida na escolha acontece antes de ela chegar à consciência. Isso não elimina nossa liberdade, mas revela que decidir é resultado de processos complexos, muitos deles automáticos, que antecedem a nossa percepção consciente.

Além disso, a tomada de decisão não é uma função isolada. Ela é fruto da integração de várias funções executivas como atenção, controle inibitório, regulação emocional, memória de trabalho e flexibilidade cognitiva. Ou seja, decidir bem exige foco, contenção de impulsos, organização de informações, avaliação de cenários e capacidade de ajuste.

Daniel Kahneman ajuda a compreender esse processo ao descrever dois modos de pensar. O Sistema 1 é rápido, intuitivo

e econômico, útil em situações familiares ou que exigem agilidade, mas suscetível a vieses. O Sistema 2 é mais lento, analítico e deliberado, essencial para decisões complexas, embora mais custoso em termos de energia mental. Boas decisões pedem discernimento para saber quando confiar na agilidade do Sistema 1 e quando e como acionar a profundidade do Sistema 2.

Também é um erro imaginar que decidir bem seja escolher “pela razão” e excluir as emoções. Emoções não são inimigas da lucidez, visto que elas trazem informações valiosas. O problema surge quando dominam completamente o processo ou quando são ignoradas. Boas decisões exigem, portanto, equilíbrio entre razão e emoção.

O mesmo vale para instinto e

intuição. O instinto é mais primário, ligado à sobrevivência. Já a intuição costuma vir da experiência e da leitura sutil de padrões. Ambos podem ajudar, mas não devem substituir a análise criteriosa em decisões complexas.

Mas veja, tão importante quanto saber decidir é saber quando não decidir. Cansaço, estresse, fome, prazos curtos ou excesso de informação comprometem a qualidade das escolhas, levando o cérebro a buscar alívio imediato ao invés de boas decisões. Por isso, também é essencial buscar dados confiáveis, reconhecer vieses inconscientes, alinhar a decisão aos seus valores e objetivos de longo prazo e considerar seu impacto no coletivo. Afinal, decidir nunca é um ato neutro e as nossas escolhas individuais também reverberam nos outros.

Também é um erro imaginar que decidir bem seja escolher “pela razão” e excluir as emoções. Emoções não são inimigas da lucidez, visto que elas trazem informações valiosas



Inteligência corporativa e emocional: liderando em tempos de crise

Robinson Meira

Sócio de Auditoria Contábil da BDO

Em um mundo corporativo marcado por mudanças rápidas e crises inesperadas, empresários precisam dominar duas competências essenciais: inteligência corporativa e inteligência emocional. Juntas, elas garantem decisões estratégicas, resiliência e crescimento sustentável. Mas como aplicá-las na prática? E qual é o papel da auditoria nesse cenário?

É importante entender o conceito de inteligência corporativa. É a capacidade da empresa de coletar, analisar e usar informações estratégicas para tomar decisões assertivas. Inclui moni-

toramento de mercado, análise de concorrência, gestão de riscos e antecipação de tendências.

Empresas com inteligência corporativa forte reagem rápido, inovam e se mantêm competitivas.

Para o empresário, é um desafio, especialmente durante crises, internas ou externas, e em ambientes dinâmicos. A grande dica aqui pode parecer óbvia, mas é preciso ter autocontrole nas decisões e evitar agir por impulso. Então, a minha orientação é analisar dados e avaliar cenários. Ao mesmo tempo, em momentos difíceis, comunicação clara e empática fortalece engajamento - líder estando bem, reverbera para a equipe.

Crises exigem líderes flexíveis e abertos à mudança, isso sem

perder o equilíbrio. E quem pode contribuir com este processo de tomadas de decisão é a auditoria das demonstrações contábeis, desde que feita de forma contínua. Isso porque ela garante dados confiáveis, recomendação de melhorias e assegurar o cumprimento das normas vigentes.

Além disso a auditoria confere transparência e credibilidade das demonstrações contábeis - fatores essenciais para atração de investidores. O fato é que uma governança forte mitiga boa parte dos riscos em cenários adversos. Empresas que unem inteligência corporativa, emocional e auditoria não apenas sobrevivem às crises - elas crescem com segurança e constroem vantagem competitiva.