



# Soluções para o trabalho no campo

Startups surgem com iniciativas pensadas para facilitar a rotina de quem está no dia a dia do trabalho rural. Genilson Faoro comanda a Orde Vaca, que desenvolve produtos de higienização para a ordenha da vaca

Página Central

UNICO QUE LIMPA  
COM APENAS U  
Linha gre  
limpeza e higien  
ordenhadeiras e s  
Economize água

➔ EDITORIAL

## Soluções além das paredes da empresa

O que você pode aprender sobre empreendedorismo quando não está trabalhando? Essa foi a reflexão que o Explorar, aqui ao lado, com os insights da empreendedora Fernanda Berté, do Brita e do Sofia Karaokê, me trouxe. Ela traça um paralelo entre correr uma maratona, feito conquistado por ela no último fim de semana, e comandar um negócio. E é interessante ver o quanto lições valiosas sobre os negócios podem estar escondidas, justamente, em um momento de pausa.

Muitas vezes, quem empreende tem essa sensação de ser engolido pelas inúmeras facetas que acompanham comandar um negócio. Criatividade, gestão de equipe, controle financeiro, tendências de mercado: são muitas as frentes que ocupam quem empreende, especialmente pessoas à frente de negócios menores. E a cilada nessa dinâmica pode estar em achar que todas as soluções para essas diferentes questões da rotina empreendedora vão ser solucionadas apenas ali, no escritório, na cozinha, no balcão.

Fernanda mostra que correr trouxe lições valiosas para o dia a dia dela enquanto empreendedora, inclusive apresentou o valor da pausa. Descansar é fundamental para um atleta de alta performance, em qualquer esporte. Evita lesão e garante um bom rendimento a longo prazo. Nos negócios, não é diferente. Buscar inspiração fora do ambiente da tua empresa pode ser aquele impulso que está faltando para encontrar as melhores soluções. Abrir horizontes e ter disponibilidade para aprender em diferentes lugares pode ser fundamental para a corrida empreendedora.

ISADORA JACOBY  
@isajacoby

➔ EXPLORAR

# O que correr uma maratona e empreender tem em comum



ARQUIVO PESSOAL/JC

Fernanda Berté, empreendedora à frente do Brita e do Sofia Karaokê

Fernanda Berté é empreendedora à frente do Brita Bar e do Sofia Karaokê e maratonista. No último fim de semana, correu pela primeira vez os 42 quilômetros da Maratona Internacional de Porto Alegre. Para ela, corrida e empreendedorismo têm muito mais em comum do que parece. Confira os insights da empreendedora:

### 1 – Ajuda de bons profissionais

Na empresa, as pessoas que fazem a gestão junto contigo precisam complementar habilidades que, muitas vezes, a gente não consegue dar conta sozinho.

Na corrida é igual: ter professores experientes, fisioterapeutas ou uma boa orientação faz o caminho ser muito melhor, menos sofrido e evita erros que custam caro lá na frente.

### 2 – Respeite o descanso

Existe uma ideia de que resultado vem só de muito esforço, mas isso não é verdade. Na corrida, o descanso é superimportante para recuperar e evita o desgaste do corpo. No empreendedorismo, parar um pouco, tirar férias ou até desacelerar em determinados momentos pode ser essencial pra voltar melhor, com clareza e evitar esgotamento.

### 3 – Organização e rede de apoio

Tanto empreender quanto se preparar pra uma prova longa exigem muito tempo da nossa vida pessoal. Por isso, contar com pessoas que apoiem esse processo, como família, amigos, equipe, sócios, faz muita diferença. **Ninguém constrói uma empresa ou termina uma maratona completamente sozinho**, a gente sempre precisa de outras pessoas.

### 4 – Resiliência

Para mim, a resiliência não é aprender a sofrer o tempo todo. É entender que momentos difíceis existem. Às vezes, é preciso parar, repensar a rota, dar dois passos para trás para conseguir avançar.

Na corrida, isso evita lesões por excesso de treino. Nos negócios, pode significar reduzir custos, mudar estratégias ou atravessar uma fase difícil para colher resultados melhores lá na frente.

Empreender e correr me ensinam todos os dias que não é sobre velocidade o tempo inteiro. É sobre constância, adaptação e continuar mesmo quando o processo fica difícil. Porque, no fim, tanto nos negócios quanto na corrida o objetivo é chegar mais longe e não mais rápido.

## Geração-e

## LISTA: 10 hamburguerias para conhecer em Porto Alegre

Na última semana, foi celebrado o Dia Mundial do Hambúrguer. Hamburguerias temáticas, opções veganas e vegetarianas e, até mesmo, comida japonesa estão entre as diversas opções na Capital quando o assunto é um dos lanches mais amados do mundo. O 28 de maio já passou, mas sempre é tempo de comer um bom hambúrguer. Por isso, aponte a câmera para o QR Code ao lado e confira a lista com 10 hamburguerias para conhecer em Porto Alegre.



INSTAGRAM/REPRODUÇÃO/JC



ISADORA JACOBY  
Editora-assistente  
@isajacoby



JÚLIA FERNANDES  
Repórter  
@eujuliafernandes



DENER PEDRO  
Estagiário  
@denerpedro\_



GUSTAVO MARCHANT  
Estagiário  
@marchxnt

Editor-chefe:  
Guilherme Kolling

Projeto gráfico:  
Luís Gustavo  
Van Ondheusden

# Evento de café especial deve reunir 20 mil pessoas



ABOUT MEDIA/DIVULGAÇÃO/JC

Encontro voltado aos amantes de cafés especiais prevê reunir cerca de 20 mil pessoas no Multiplan Hall

**A quarta edição do Cafestival ocorre nos dias 5, 6 e 7 de junho no BarraShoppingSul**

## ➔ AGENDA

**ISADORA JACOBY**  
isadora@jornaldocomercio.com.br

Nos dias 5, 6 e 7 de junho, Porto Alegre será o ponto de encontro para os amantes do café especial. O Cafestival chega à quarta edição com a projeção de reunir cerca de 20 mil pessoas em um evento que conta com programação gratuita, com expositores do segmento e palestras e workshops pagos sobre diversos temas do universo do café.

O festival foi idealizado por Eurico Albrecht, fundador do Café República, e Guert Schinke, da Baden Torrefação, e conta com a organização de Lucas Eibs, do Café Porto Farrô, e Gustavo Leão, da Ode Café. Em 2025, o evento levou quase 20 mil visitantes ao BarraShoppingSul. "O principal ponto positivo que nos surpreendeu e que nos deixou motivados para mais uma edição foi justamente a adesão do público. Não ouvimos críticas em relação ao café especial, que era uma dúvida que a gente tinha de como o grande público reagiria. Vimos uma multidão muito interessada em aprender", afirma Lucas.

A edição de 2026 contará com mais de 40 marcas expositoras ligadas ao universo do café, desde produtores, cafete-

rias, fornecedores de equipamentos e demais áreas afins da gastronomia. Já a programação de palestras e workshops conta com 40 atividades previstas para acontecer em diferentes espaços. "A gente sempre tenta fazer uma mescla entre profissionais locais e que venham de outros estados. A gente traz grandes profissionais que vão voltar ao evento, como a Isabela Raposeiras, que é o grande nome do café especial no Brasil. Teremos profissionais que falam sobre o preparo de café, qualidade da água, análise sensorial, degustação, harmonização. Tem uma série de pautas e referências de profissionais conhecidos nessa área", garante o empreendedor à frente do Café Porto Farrô.

### Primeira regional de Aero-press em Porto Alegre

Uma das grandes novidades da quarta edição é a realização da Regional Sul do Campeonato Brasileiro de Aeropress. É a primeira vez que uma das competições mais relevantes do universo do café acontece em Porto Alegre. Ainda, acontecerá a final do Campeonato de Latte Art, em que os baristas produzem desenhos com leite vaporizado, e a final do Campeonato de Espresso. O público que passar pelos três dias de evento também poderá votar no melhor café do festival.

Segundo Lucas, um dos principais objetivos do Cafestival é fomentar o mercado, fazendo que o público conheça mais sobre a classificação. "Neste ano, já não vão ter

bate-papos tão básicos, e já começamos a falar um pouco mais sobre degustação, análise sensorial."

Outro diferencial da edição de 2026 é a presença de mais produtores de café, aproximando as cafeterias de quem realmente produz o insumo.

**"Trazemos os produtores de café para dentro do evento em palestras, mas também em rodada de negócios com torrefações que queiram comprar seus cafés."**

O objetivo de fomentar a cena local do café especial não se encerra nos três dias de evento. Uma das iniciativas pensadas para isso é a Rota das Cafeterias, que incentiva o público a visitar diferentes cafeterias participantes e colecionar figurinhas. Neste ano, a Rota será temática de viagem, simulando um passaporte. "Cada cafeteria é um destino diferente para viver uma experiência nova. Ano passado eram 30 participantes, esse ano são 39, e aumentou o prazo para percorrer também, que agora é de seis meses. A nossa ideia com a rota é levar conhecimento sobre café especial, mas preparamos essa ação como algo mais interativo, de entretenimento", afirma Lucas.

### Quando acontece o evento

A quarta edição do Cafestival acontece nos dias 5, 6 e 7 de junho, das 11h às 21h, no Multiplan Hall, no BarraShoppingSul, em Porto Alegre. A entrada para a feira é gratuita. Já algumas palestras e workshops exigem ingressos, que estão disponíveis no Sympla.

## MURAL

➔ O **Tribunal Regional do Trabalho da 4ª Região (TRT-RS)** abriu inscrições para estágio remunerado de nível superior para formação de cadastro de reserva. A bolsa varia entre R\$ 1.317,60, para 4h diárias, e R\$ 1.976,40, considerando 6h, com vale-transporte de R\$ 12,00 por dia. As vagas são majoritariamente em Porto Alegre, com foco em estudantes de Direito, mas também contemplam outras 63 cidades do RS e cursos como Administração, Arquitetura, Comunicação, Engenharias, História, Informática, entre outros. Há ainda oportunidades específicas no interior, como Administração,

em Itaquí e Santa Vitória do Palmar, e Arquivologia, em Santa Maria. As inscrições vão até 10 de junho. Mais informações em [bit.ly/4dPUcEi](http://bit.ly/4dPUcEi).

➔ A **Unisinos** está com oportunidades abertas e afirmativas, com incentivo à candidatura de mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência e pessoas LGBTQIAPN+. Em São Leopoldo, as vagas são para assistente administrativo, analista técnico no Instituto Tecnológico Performance, técnico de eventos, assistente de redação, auxiliar de biblioteca, auxiliar de relacionamento e estágio técnico em informática. Saiba mais em [unisinos.gupy.io](http://unisinos.gupy.io).

## EVENTOS

➔ O **Tecnopuc** promove o SemiCon-LAC entre os dias 17 e 19 de junho. O Simpósio de Semicondutores da América Latina e do Caribe visa aprimorar o domínio da cadeia completa e fortalecer a soberania tecnológica de países da região. Entre os principais objetivos da iniciativa está unir em um mesmo evento conhecimento, investimento, negócios e políticas públicas. Com coorganização da Secretaria de Inovação, Ciência e Tecnologia do Estado do Rio Grande do Sul (SICT), a programação conta com painelistas nacionais e internacionais. As inscrições estão abertas para quem deseja assistir as palestras de

forma online. Mais informações em [tinyurl.com/drxd8n5h](http://tinyurl.com/drxd8n5h).

➔ No dia 17 de outubro, acontece, no Farol Santander, em Porto Alegre, o **Despertar 2026**, um encontro de negócios e liderança feminina do Rio Grande do Sul. Os ingressos para o evento, que conta com mais de 100 palestrantes em três palcos simultâneos, já estão à venda a partir de R\$ 99,00. A proposta foca em discussões voltadas a negócios, inovação, tecnologia, comunicação, crescimento e gestão, bem como os desafios que envolvem a liderança feminina. Saiba mais informações sobre o evento, que acontece das 9h às 19h, em [tinyurl.com/69vfxwkm](http://tinyurl.com/69vfxwkm).

Confira estas e outras oportunidades no QR Code ao lado



**O Hub Atividade, com financiamento da Associação da Cultura Hip Hop de Esteio, abriu o seu primeiro edital de incubação de entidades e coletivos. Com inscrições até o dia 30 de junho, o Programa Desenrola Economia Criativa visa captar 27 entidades do setor para promover suas respectivas acelerações institucionais ao longo de 18 meses. As instituições terão um escritório compartilhado. Mais informações em [tinyurl.com/4fv9ndma](http://tinyurl.com/4fv9ndma).**

# Empreendedores gaúchos levam inovação e melhorias a pequenos produtores rurais

**Para quem nasceu no campo e teve acesso à formação profissional, o retorno ao agro acontece agora, acompanhado de pesquisa, ciência e desenvolvimento de soluções capazes de alterar toda a realidade de uma cadeia**

## ➔ NEGÓCIOS

JÚLIA FERNANDES  
E MANUELA CASSANO

geracaoe@jornaldocomercio.com.br

Otimizar processos, aumentar produtividade, melhorar a qualidade de trabalho. A inovação dentro do agronegócio veio para suprir demandas, solucionar dores e, no fim, gerar ainda mais receita para o setor. No cenário nacional, em 2025, o PIB do agro alcançou R\$ 3,2 trilhões, 12% a mais do que no ano anterior. O resultado representa cerca de 25% da economia brasileira, segundo levantamento do Cepea/USP em parceria com a Confederação Nacional da Agricultura (CNA).

Reconhecido pelo alto volume de produção e pela diversidade de cadeias produtivas, o Brasil ocupa posição significativa no agronegócio global. Mas, para além das grandes indústrias e exportadoras, a inovação também chega aos pequenos produtores e à agricultura familiar, muitas vezes como ferramenta para reduzir a precariedade e transformar a rotina no campo.

Para quem nasceu no campo e teve acesso à formação profissional, o retorno ao agro acontece agora acompanhado de pesquisa, ciência e desenvolvimento de soluções capazes de alterar toda uma cadeia produtiva. No Rio Grande do Sul, esse movimento ganha destaque.

O Estado é um dos principais polos do agronegócio brasileiro, com forte atuação nas cadeias leiteira, de grãos e proteína animal, além de concentrar iniciativas voltadas à inovação no campo e ao desenvolvimento de tecnologias para pequenos e médios produtores.

A Orde Vaca é um dos exemplos de negócios que nasceram a partir da experiência familiar no meio rural. Filho de agricultores e sobrinho de produtores de leite,

Genilson Faoro encontrou na cadeia leiteira uma oportunidade de inovação. "Meus pais plantavam tomate, cenoura, entre outros, mas meus tios tinham a produção leiteira e por isso eu sempre tive uma afinidade com esse meio e uma ligação muito forte com o agronegócio", conta o fundador e CEO da marca.

Formado na área química, Genilson passou a estudar processos de limpeza e higienização utilizados em diferentes segmentos industriais. Foi então que percebeu que os sistemas adotados dentro da pecuária leiteira pouco haviam evoluído ao longo das últimas décadas.

As primeiras ordenhadeiras mecânicas chegaram ao Brasil no final da década de 1970 e passaram a ser comercializadas em larga escala nos anos 1980. Desde então, segundo ele, os produtos utilizados para higienização dos equipamentos sofreram poucas mudanças. "O pessoal atualmente utiliza soluções químicas perigosas. São dois produtos especificamente, um alcalino clorado e um à base de ácido. Eu pensei que teria como fazer algo diferente, mais moderno e que tivesse um resultado melhor", explica Genilson.

Foi dentro da Aquilla Saneantes, empresa responsável pelo

desenvolvimento das soluções químicas, que nasceu o projeto que mais tarde daria origem à Orde Vaca.

### Como funciona a tecnologia

A principal inovação desenvolvida pela empresa está em um detergente granulado voltado para a higienização de equipamentos de ordenha. Diferente dos produtos líquidos convencionais, a solução é composta por microgrânulos dissolvidos apenas no momento do uso. Segundo Genilson, a proposta busca gerar melhorias em diferentes etapas da cadeia leiteira, desde a logística até a rotina do produtor.

"O nosso produto reduz em pelo menos 80% o volume de embalagens. Um balde de 3 quilos equivale a uma bombona de 20 litros. Isso significa menos frete, menos plástico residual e menos descarte", afirma o CEO.

Além da redução de resíduos, o produto substitui os dois detergentes tradicionalmente utilizados na limpeza dos sistemas de ordenha: o alcalino clorado e o ácido. Na prática, isso reduz etapas do processo de higienização e economiza tempo na rotina dos produtores rurais. "Quem trabalha na cadeia leiteira atua de domingo a domingo. A vaca precisa ser

ordenhada todos os dias do ano. Se o produtor economiza 10 minutos em cada limpeza, no fim do ano o ganho de tempo é muito significativo", explica.

Outro diferencial está relacionado à segurança. Enquanto os produtos convencionais são classificados como perigosos e corrosivos, a solução desenvolvida pela empresa é registrada como não perigosa pela Anvisa. "O nosso detergente não tem cheiro forte, não agride a pele e reduz o contato do produtor com químicos agressivos", destaca.

Atualmente, a marca atua em cinco linhas de produtos voltadas à higienização no agronegócio leiteiro. Entre elas está a Ordenha Canalizada, solução destinada a produtores que utilizam sistemas de ordenha com linhas conectadas a diferentes pontos.

A empresa também criou a Orde Balde ao Pé, voltada aos pequenos produtores que trabalham com ordenha em balde ou transferidores de leite. Segundo Genilson, a empresa foi a primeira do País a desenvolver um produto específico para esse perfil de produtor.

### Desafios frente um mercado tradicional

Embora a solução já esteja validada e em comercialização,

convencer os produtores a mudarem hábitos consolidados há décadas ainda é um dos maiores desafios enfrentados pela empresa. "O primeiro equipamento de ordenha chegou ao Brasil há mais de 80 anos. Desde lá, os produtores utilizam produtos líquidos e químicos para fazer essa limpeza. Criar algo diferente e transformar esse mercado foi um desafio muito grande", conta Genilson.

Segundo ele, a resistência acontece principalmente, porque qualquer alteração na rotina pode representar riscos financeiros ao produtor. "Existe uma dificuldade em convencer que há uma solução diferente que funciona."

As redes sociais, no entanto, passaram a ocupar um papel importante na expansão da marca. "Graças à internet, hoje está mais fácil apresentar nossa solução. Estamos conseguindo crescer através das redes sociais", ressalta o CEO.

A Orde Vaca vive atualmente um momento de expansão comercial. A empresa trabalha tanto no modelo B2B quanto B2C. Segundo Genilson, mais de 1 mil produtores já utilizam as soluções da marca em diferentes regiões do País, como Maranhão Bahia, Goiás, Mato Grosso, Minas Gerais, São Paulo, entre outros.



Genilson Faoro comanda a Orde Vaca, que oferece um produto mais seguro para os produtores que atuam na ordenha das vacas

ARQUIVO PESSOAL/JC

## Empresa pretende conectar produtores de lã a artesãos e indústria local

Concentrando atualmente quase 100% da produção nacional de lã, o Rio Grande do Sul mantém a liderança absoluta no setor ovino brasileiro. As regiões Sul, da Fronteira Oeste e da Campanha reúnem a maior parte dessa produção, que movimentam uma cadeia produtiva reconhecida internacionalmente pela qualidade da matéria-prima. Apesar do potencial econômico, o segmento ainda enfrenta desafios relacionados à escassez de mão de obra especializada e às limitações da industrialização nacional.

Conforme apontou uma reportagem do Jornal do Comércio, apenas 25% da lã produzida em território gaúcho é processada pela indústria brasileira. O restante segue, principalmente, para o mercado externo. O Uruguai é um dos principais destinos da produção, funcionando como elo intermediário antes da exportação para países como a China.

Anualmente, o rebanho ovino gaúcho produz cerca de 8 milhões de quilos de lã. Grande parte desse volume passa por cooperativas responsáveis por parte do processo do produto antes da comercialização. Ainda assim, a falta de processamento interno limita o desenvolvimento de uma cadeia mais robusta

e diversificada.

Foi nesse cenário que surgiu a **Inova Lã**, startup criada pelo empreendedor Thiago Cezimbra. Há pouco mais de seis meses no mercado, a empresa nasceu a partir de uma tradição familiar de mais de seis décadas ligada à esquila — nome dado à tosquia de ovelhas na região da Fronteira Oeste. O negócio foi selecionado para o programa Inova Pampa, do Sebrae Startups, e figurou entre os finalistas do Demoday. Recentemente, participou pela primeira vez da Gramado Summit.

O empreendedor representa a terceira geração de uma família ligada à atividade. A história começou com o avô, que há mais de 60 anos adquiriu uma máquina de esquila importada da Inglaterra. O pai do empreendedor segue atuando no setor. “Nasci dentro de um galpão de esquila e cresci acompanhando meu pai e meu avô. Sempre vi a necessidade dos produtores e a dificuldade em encontrar equipes para realizar o serviço”, relata Thiago.

A escassez de profissionais especializados é um dos principais gargalos identificados pela startup. Embora o Rio Grande do Sul possua um dos maiores rebanhos ovinos do País, muitos



Marcelo Chiarello e Thiago Cezimbra marcaram presença como expositores pela primeira vez

produtores precisam contratar trabalhadores uruguaios para realizar a esquila durante a safra.

Para enfrentar essa realidade, a **Inova Lã pretende implantar a primeira escola de esquiladores do Brasil**. O objetivo é formar profissionais e contribuir para a preservação de uma atividade. A startup trabalha também

para conectar diferentes elos da cadeia produtiva. A proposta inclui a comercialização da lã diretamente para artesãos e pequenas indústrias, segmento que frequentemente encontra dificuldades para adquirir matéria-prima. “Foi pensando também nos artesãos. Muitas vezes, eles não conseguem comprar lã dire-

tamente do produtor, porque a maior parte da produção já está comprometida com a indústria”, explica o empreendedor.

Desde a participação na Gramado Summit, a empresa já realizou o atendimento de aproximadamente 3 mil ovelhas.

**Leia a matéria completa em geracaooe.com**

## Startup de creme que protege produtores de tabaco mira internacionalização

Proteger os fumicultores é o escopo da **Protege Química**. A marca de Santa Cruz do Sul desenvolveu um creme de prevenção para a doença da folha verde do tabaco, muito comum em produtores da fumicultura. A empresa, que venceu a batalha de startups da Gramado Summit 2026, atualmente possui prospecções de expansão, voltadas principalmente ao processo de internacionalização.

Fundada em 2021 pelas empreendedoras Júlia Giovanaz Nunes, 25 anos, e Franciele Pedroso Carraro, 24 anos, a Protege Química começou a circulação do produto após dois anos de testes. “Foi um longo processo de evidência e estudo científico em cima do produto para garantir que é seguro, adequado e eficaz”, conta Júlia.

O momento descrito como virada de chave para a iniciativa foi a oportunidade de apresentar o produto para grandes líderes globais e tomadores de decisão de grandes indústrias fumageiras em um congresso da Coresta, uma associação que tem como objetivo promover e facilitar a cooperação interna-

cional e as práticas em pesquisa científica ligadas ao tabaco e seus derivados. A organização possui uma força tarefa dedicada ao problema da doença da folha verde do tabaco, e foi no evento ocorrido na Indonésia no ano passado que surgiu a possibilidade de divulgação mundial do trabalho que vem sendo feito pela empresa no Brasil.

“Depois de cinco anos de trabalho, conseguimos entrar nesse grupo. As oportunidades internacionais e as avaliações clínicas vieram. Tivemos a oportunidade de conversar com quem realmente trabalha se dedicando a esse assunto”, detalha Júlia.

Foram oportunidades como essas que impulsionaram as expectativas de levar o creme da Protege Química para outros lugares do mundo, principalmente localizados na África e na Ásia. Para as empreendedoras, já existia a percepção de necessidade do seu trabalho para fora do Brasil, visto a amplitude internacional da doença.

“A nível mundial, já havíamos feito uma pesquisa que a única forma recomendada de prevenção são as capas plásticas.



A Protege Química planeja levar o produto para África e Ásia

**Existe uma oportunidade de internacionalização, porque existe a demanda pelo nosso produto**”, conta Júlia. O tabaco é cultivado em altas temperaturas, tornando a capa de plástico, forma de proteção tradicionalmente utilizada para prevenir a doença, um incômodo. É a partir disso que os fumicultores sentem necessidade de remover a proteção. A ideia é que no momento que o trabalhador remove a capa ele tenha

a opção de utilizar o creme. “O nosso objetivo é que continue existindo as duas opções, mas que o produtor tenha uma oportunidade de escolha”, afirma.

A vitória na Gramado Summit 2026 garantiu a Protege Química um aumento ainda maior de possibilidades para o seu crescimento. “Para nós, startups, que não conseguimos investir tanto dinheiro em divulgação, essa divulgação orgânica é maravi-

lhosa. Faz com que cheguemos na casa dos fumicultores e mais gente nos conheça. Então, para nós, isso já é uma forma gigantesca de remuneração”, diz Júlia.

Como prêmio pela conquista, a marca ganha a possibilidade de negociar um aporte da Ventiur entre R\$ 200 mil e R\$ 1 milhão. Ambas as empreendedoras deixam claro que essa verba contribuiria para o processo de internacionalização.

Para a próxima safra, elas planejam lançar uma nova versão do creme, incluindo proteção solar e um fator de verificação UV, tornando o produto auditável por lanternas de luz negra para garantir que o trabalhador o está utilizando corretamente.

Existem também idealizações de possíveis outros produtos direcionados a diferentes culturas. “O produtor de tabaco, hoje, necessita de uma área de diversificação. Então, ele não produz só tabaco, mas sim muitas coisas”, detalha Júlia, que pensa alternativas para o figo, que produz uma espécie de “leite grudento” que fixa nas mãos, e o tomate, que tem uma folha urticária que causa alergias.

## A era do B2A já começou e as empresas ainda estão falando com o público errado

### ➔ OPINIÃO

Durante anos, o marketing B2B operou sob uma lógica relativamente previsível: marcas falando com pessoas, disputando atenção, construindo autoridade e, no melhor dos cenários, gerando demanda. Mas essa dinâmica acaba de mudar e de forma silenciosa.

A ascensão dos agentes de IA inaugurou uma nova camada nas relações de mercado: a era do B2A, ou Business to Agent. Não se trata apenas de automação ou ganho de eficiência operacional. Estamos falando de sistemas que passam a intermediar decisões, filtrar informações, recomendar fornecedores e, em muitos casos, decidir antes mesmo que um humano entre em cena.

Se antes o desafio era ser relevante para quem decide, agora é preciso ser compreendido, interpretado e priorizado por quem recomenda: os algoritmos. E isso exige uma revisão profunda das estratégias de marketing e ven-

das, especialmente no universo B2B, onde o ciclo de decisão é mais complexo.

Hoje, agentes de IA já participam ativamente da jornada de compra. Eles resumem pesquisas, comparam soluções, analisam reputação e indicam caminhos. Nesse cenário, não basta mais ter um bom discurso. É preciso ter uma presença digital estruturada, consistente e, acima de tudo, legível para máquinas.

Isso começa por algo básico, mas negligenciado por muitas empresas: organização de dados. Sites confusos, conteúdos genéricos, informações desatualizadas, além da falta de clareza, dificultam não só a experiência humana, mas também a interpretação por sistemas de IA. Se o algoritmo não entende o que você faz ou não encontra evidências confiáveis, você simplesmente deixa de existir na nova lógica de recomendação.

Outro ponto crítico é a autoridade digital. Durante muito tempo, a autoridade foi associada à percepção humana: branding,



**VICTOR PAIVA**  
Fundador da HIP, agência especializada em storytelling e marketing B2B

reputação, presença em eventos. Agora, ela passa também por sinais objetivos: consistência de conteúdo, menções qualificadas, avaliações, tempo de resposta e coerência de informações em diferentes canais. Agentes de IA não "acreditam" em marcas, eles

validam dados e apresentam fatos. Isso impacta diretamente a geração de demanda. O funil tradicional, baseado em atração, nutrição e conversão, começa a ser redesenhado. Parte desse processo passa a ser mediado por sistemas que chegam ao lead já com uma pré-análise feita. Isso encurta ciclos, aumenta a exigência sobre a clareza da oferta e reduz o espaço para abordagens superficiais e exige transformar o relacionamento comercial.

Esse movimento já começa a se refletir no mercado de trabalho. Análises recentes da Organização Internacional do Trabalho (OIT) indicam que a IA não necessariamente substitui funções, mas reconfigura tarefas dentro das ocupações, ampliando o nível de exposição à tecnologia em diferentes setores. O impacto, portanto, não está apenas na eliminação de postos, mas na transformação do trabalho como um todo, exigindo novas competências e acelerando a necessidade de adaptação por

parte de empresas e profissionais. No Brasil, essa transformação tende a ser ainda mais desafiadora. Embora o País apareça entre os líderes globais em automação e adoção de IA, muitas empresas ainda convivem com sistemas de baixa maturidade digital. Na prática, isso revela um paradoxo: o Brasil avança rápido na adoção de IA, mas ainda lento na capacidade de transformar tecnologia em valor de negócio.

O resultado pode ser uma nova divisão de mercado. De um lado, empresas e profissionais que enxergam a IA como estratégia de negócio e investem em governança, integração, capacitação e geração de valor. Do outro, organizações que seguem tratando IA apenas como ferramenta pontual. Alguns setores B2B tendem a sair na frente nessa corrida. Tecnologia, serviços financeiros, saúde e indústrias com alto nível de digitalização já possuem uma base mais estruturada.

**Leia o artigo completo em [geracaoe.com](https://geracaoe.com)**

# Professor reúne memes e personagens de Porto Alegre em álbum de figurinhas

**Marcos Dill, professor de física e tecnologia, lançou a segunda edição do Poa Memes Cup**

### ➔ NOVIDADE

**JÚLIA FERNANDES**  
juliaf@jcrs.com.br

Ser baírrista é imprescindível quando se é porto-alegrense. Do vocabulário singular, que pode variar dependendo do bairro, a personagens icônicos, como o Cara da Sunga, e aos memes que contam um pouco da história da capital gaúcha, Porto Alegre coleciona momentos e histórias coletivas que dariam um álbum. E, no fim, renderam dois álbuns de figurinhas.

Marcos Dill, professor de física e tecnologia e criador de conteúdo, encontrou nos memes virais da Capital uma oportunidade na última Copa do Mundo, em 2022. Influenciado pelo álbum original da Copa do Mundo, que reúne as diversas seleções participantes do torneio mundial, Marcos resolveu realizar uma brincadeira entre os amigos.

Fiz uns 10 álbuns, de brincadeira mesmo. Como tudo que faço,

gosto de postar nas redes. Quando postei, tomou uma proporção que eu não esperava. Saíram muitos álbuns, muita gente veio atrás", comenta o professor, afirmando que, naquele ano, foram comercializados cerca de 300 álbuns.

O Poa Memes Cup 2026 foi lançado no último sábado no bar Mocambo, na Cidade Baixa — um dos pontos de venda do álbum. "A primeira e a segunda edição têm figurinhas completamente diferentes. A ideia foi não repetir os memes, e deu muito certo", conta o professor. Só no evento de lançamento, foram vendidos cerca de 70 álbuns.

A segunda edição do Poa Memes Cup tem 17 páginas e cerca de 60 figurinhas que contam, através de memes, um pouco da rotina da cidade e também do Rio Grande do Sul. Entre os colecionáveis estão o Cristo Protetor, o Brad Pitt em Erechim e o Suco de Bergamota.

"As minhas favoritas são a do Lobisomem de Sentinela do Sul e a do 'Armandinho é um terror'", conta o criador, destacando a figurinha que faz menção à notícia de uma moradora de Sentinela do Sul que registrou uma ocorrência na Brigada Militar e, ao descrever o suspeito, afirmou se tratar do personagem folclórico. A do



Entre os colecionáveis estão o Cristo Protetor, o Brad Pitt em Erechim e o Suco de Bergamota

Armandinho faz referência a um áudio viralizado que cita o cantor gaúcho de reggae.

"Na primeira edição, eu vendia por conta própria, ali na Redenção. Agora, algumas lojas se disponibilizaram a ser ponto de venda, e isso ajudou muito", conta Marcos.

O álbum e as figurinhas saem a preço de custo. Segundo o professor, a ideia é só se divertir. "O valor que sai da gráfica eu repasso para a galera", afirma.

Os exemplares custam

R\$ 10,00, enquanto o pacote com sete figurinhas sai por R\$ 2,00.

O Poa Memes Cup está disponível em três estabelecimentos: a Mais Bike Store, na rua Silva Só, no bairro Rio Branco; a Usina Bikes, na rua Washington Luiz, no Centro Histórico; e o Bar Mocambo, na rua Joaquim Nabuco, na Cidade Baixa. Marcos está em negociação com mais um ponto de venda, na rua dos Andradas.

Além de ser divertido, o professor acredita que a ideia aproxima

as pessoas, fortalecendo o senso de comunidade.

"São 64 figurinhas de coisas que aconteceram nos últimos quatro anos, com exceção de algumas mais antigas. São pessoas e situações que, às vezes, a gente não lembra, e acabamos não percebendo as coisas legais na rotina da nossa cidade", explica Marcos. Ele ainda ressalta que é um bom momento para aproximar as pessoas. "Faz a nossa comunidade interagir mais entre si", conclui.

# Jovens empreendedoras transformam hobby da faculdade em confeitaria na avenida Independência

**A dupla aposta em bolos decorados e brigadeiros autorais, como o de pão de mel e limão siciliano com hortelã**

## ➔ GASTRONOMIA

**GUSTAVO MARCHANT**

gustavos@jcrs.com.br

O que começou como um hobby para levantar um caixa durante a faculdade, virou renda fixa, e, agora, um ponto numa galeria na avenida Independência. Essa é a trajetória da **Camomila Bolos e Doces (@camomilabolos)**, confeitaria gerida pelas amigas e gastrônomas formadas pela Uf-cspa Ana Carolina Goes e Isabela Rosa. As duas se conheceram na faculdade, estagiaram juntas, e descobriram que tinham uma ótima dinâmica de trabalho, chegando a comandar a confeitaria do estágio.

No início, em 2021, foi Ana quem começou: boleava brigadeiros, produzia pães de mel, tudo em casa, para vender pela faculdade, no DCE e também fazia encomendas em datas comemorativas. Para isso, ela precisou de coragem para começar com o que tinha, porque, se não, o negócio sequer teria saído do papel.

"Aprendi que só se aprende fazendo. Se eu fosse esperar a sala pronta e perfeita, tudo redondinho, a gente não iria começar nada", aconselha a jovem.

Antes de abrirem o ponto físico, porém, a vida deu uma pausa nessa parceria. Ana foi fazer um intercâmbio e Isabela continuou no Brasil. Quando a amiga voltou, as duas se encontraram novamente e abriram o espaço juntas no fim de 2025.

Mas empreender sendo tão jovens — Isabela tem 23 anos e Ana 24 anos — e fazendo absolutamente tudo sozinhas, vem exigindo muita perseverança. A dupla coloca a mão na massa

### Endereço e horário de funcionamento da confeitaria

A Camomila Bolos e Doces fica na avenida Independência, nº 330, loja 5. A confeitaria opera todos os dias, das 9h às 18h.

de ponta a ponta. Elas cuidam das compras, produção, vendas, marketing e de toda a gestão do negócio.

As empreendedoras contam que a rotina é exaustiva, e o trabalho acontece todos os dias, das 9h às 18h. Para conseguirem respirar, inventaram uma logística própria. "A gente implementou a escala 5x2 da nossa cabeça", brinca Ana, que detalha a operação: enquanto uma está de folga, a outra fica sozinha.

Diante de tanta responsabilidade, elas reconhecem com naturalidade que ainda têm muito a aprender. "A gente é muito bebê para as coisas. Estamos aprendendo tudo durante o processo", completa a jovem.

Esse choque de realidades somado ao cansaço renderam brigas e até "arranca-rabos" na cozinha, como descreve Isabela. Para a sociedade não desandar, criaram a regra de parar e conversar toda vez que o clima pesava. "Acho que foi maturidade. Foi a gente aprender: cara, eu não quero continuar com esse clima aqui", reflete Isabela.

### Sobrevivendo ao mercado

A maturidade também foi colocada em prova logo depois da Páscoa e Dia das Mães. Para provar que a vida não é feita apenas de dias doces, as encomendas nesses períodos festivos aumentaram, mas quando chegaram ao fim, caíram drasticamente. As jovens chegaram a pensar, inclusive, em fechar as portas.

"A gente chorava, porque achava que não ia dar certo, a gente tá sem salário, a gente não tem nada. A partir desse momento a gente viu que talvez seja exatamente nesse ponto que a gente precisa passar para conseguir chegar no outro lado", lembra Ana, destacando que "o outro lado é um lindo arco-íris".

A curva de aprendizado foi abrupta, já que a formação das duas é inteiramente focada em gastronomia e confeitaria. A parte de gestão pesou e, para não desistirem e profissionalizarem a marca, investiram em uma mentoria com um especialista em gestão de confeitaria e finanças.

"A gente não conhece tudo, sempre fomos da gastronomia. Ninguém foi nos ensinar. Mas as outras partes, marketing, gestão financeira, gravação de vídeo e foto, a gente não tem esse conhecimento. Ou a gente aprende, ou a gente vai atrás de



As empreendedoras transformaram a experiência que tiveram na faculdade em um negócio

quem sabe", explica Isabela.

Uma das maiores e mais difíceis lições desse processo foi a urgência de proteger o caixa da empresa. "Acho que o principal que a gente fez desde o início, e que foi muito importante, é separar a empresa da tua vida, principalmente a parte financeira", destaca Ana.

### Depois de cinco meses, uma nova ideia

Hoje, a Camomila quer ser referência em bolos decorados e brigadeiros diferentes, como o de pão de mel e o de limão siciliano com hortelã.

O desafio, contam as confeitarias, é que o público de Porto

Alegre ainda reluta em pagar o valor justo por um doce artesanal bem trabalhado e muitas vezes tem o pé atrás com inovações, como o s'mores — um clássico americano com marshmallow, chocolate e biscoito.

Enquanto tentam "educar" o cliente, o que paga as contas no dia a dia da loja são os doces mais rápidos. Os brownies e os copos da felicidade saem muito, principalmente para os alunos do vizinho Colégio Marista Rosário, que garantem o movimento de vendas logo depois do almoço.

Nesse contato diário, as sócias também notaram que o jeito de comemorar mudou. As famílias estão cada vez menores,

e os bolos gigantes perderam muito espaço. A saída agora são os famosos bolos de pote ou os bentô cakes — bolinhos menores, voltados para duas ou quatro pessoas.

Para o futuro, além do reconhecimento pelo sabor, a dupla quer criar memórias afetivas, entendendo que a confeitaria é, muitas vezes, um luxo reservado para momentos especiais.

"Não é só um bolo qualquer. É todo o processo de fazer o bolo e de estar presente nesse momento, de não ser mais uma coisinha ali que todo mundo vai provar, mas que realmente te abraça e vai te fazer lembrar daquele momento pelo doce", conclui Ana.



Os doces de preparo rápido concentram as vendas, impulsionadas pelo fluxo de alunos do Rosário

FABIOLA CORREA/JC

FABIOLA CORREA/JC

# Novo bar aposta na movimentação das ruas e no ecossistema de negócios do Bom Fim

O Giro Bar oferta cardápio prático e promove eventos na rua João Telles

## NOVIDADE

MANUELA CASSANO  
manuelac@jcrs.com.br

Localizado na rua General João Telles, próximo ao Parque Farroupilha, está o Giro Bar, um negócio que aposta no movimento das avenidas próximas e do próprio bairro Bom Fim. Ocupando o espaço da calçada, o local foi nomeado pensando no movimento e no público diverso que atende, ofertando cardápio autoral, bebidas e promovendo eventos.

Motivados pela movimentação da rua João Telles, os amigos, e agora sócios, Leo Hudson e Ramiro Castro, inauguraram o Giro há apenas 2 meses. A idealização do empreendimento surgiu pouco tempo antes, enquanto estavam sentados na mesma calçada.

A partir da possibilidade de

### Endereço e horário de funcionamento

O Giro Bar está localizado na rua General João Telles, nº 541, no bairro Bom Fim. O negócio opera nas quartas e quintas, das 17h às 23h, nas sextas e sábados, das 17h à meia-noite, e das 17h às 22h nos domingos.

venda do ponto onde operava outro bar, eles começaram a colocar as ideias em prática, não só como empreendedores, mas também como frequentadores de longa data da "calçadinha do Bom Fim".

"Por isso que a gente fala que foi um bar que saiu de uma mesa de bar", explica Leo. Pouco tempo depois, o advogado Augusto Caye, colega de Ramiro, entrou para a sociedade.

A ideia de abrir um bar não estava nos planos de Leo. O gastrólogo, que está à frente das operações cotidianas do negócio, já tinha experiência no ramo com a sua antiga confeitaria, a ADoceArte. "Sempre quis me manter cozinhando. O plano de ter um bar era mais lá para os 50 anos, mas ele chegou antes", conta.

### Negócio de calçada

A localização foi um dos fatores principais na escolha de realizar o investimento. Como clientes frequentes das operações da região, os sócios conheciam o potencial de captação do público vindo de pontos próximos. "Tem muita gente passando, muito movimento, é uma rua que tem muita vida pelos bares e pelas festas", percebe o chef. O Giro também conta com a proximidade do Auditório Araújo Vianna, que recebe shows durante todo o ano. "Às vezes, é quarta-feira que está explodindo de gente, porque tem um show bem grande", comenta.

A presença do público depende de um fator comum em algumas regiões da cidade, a calçada. O negócio se encontra próximo a mais três bares, formando um



Como clientes frequentes dos bares da região, os sócios conheciam o potencial de captação de público

ecossistema de empreendimentos que reconhecem sua codependência. "Existe um apoio mútuo entre todos, sabendo que ninguém vai vir sozinho aqui para o bar do Giro, as pessoas vêm para a João Telles", enfatiza Leo.

No intuito de manter o espaço da calçada movimentado, os quatro bares promovem eventos e shows para manter o ambiente frequentado. O Giro Bar participa impulsionando o Samba da João Telles, que acontece de 15 em 15 dias.

### Presença digital

Mesmo em pouco tempo de operação, o projeto possui destaque nas redes sociais, através

da criação de conteúdo original. A marca optou por investir em um quadro para redes sociais o 'Gira que eu te escuto'. O bate-papo apresentado pela criadora de conteúdo Julia Wischral, aposta em conversas descontraídas com os clientes na calçada. Segundo Camila Menezes, social media do Giro Bar, a estratégia tornou-se um bom atrativo para o empreendimento. "O ponto principal da ideia é que os clientes se tornassem protagonistas. A gente promove essa conversa, como um bate-papo para a gente conseguir demonstrar mais ou menos o que acontece no dia a dia aqui", diz.

Com um investimento de cerca de R\$ 180 mil, os empresá-

rios apostaram em equipamentos e reformas, que necessitaram de dois meses de trabalho.

Na área da gastronomia, a especialidade de Leo, o cardápio foi pensado para oferecer praticidade. "Se a pessoa quiser comer em pé, ela consegue. Se ela quiser comer sentada e compartilhando, ela também consegue. Até mesmo a pizza, o cliente pode segurar a bandeja na mão e compartilhar com seus amigos", detalha.

Entre as opções mais populares estão as empanadas, que custam R\$ 12,00 a unidade. A cerveja de litrão, muito consumida pelos clientes, pode chegar a custar R\$ 20,00. Nos doces, as trufas são a pedida por R\$ 8,00 a unidade.

## Bufê na Zona Sul de Porto Alegre aposta em self-service de pastéis

## GASTRONOMIA

GUSTAVO MARCHANT  
gustavos@jcrs.com.br

Recheiar e comer pastéis, consumir hambúrgueres, cachorros-quentes e sorvete à vontade por um preço único. Essa é a proposta do Circuito Gastronômico, bufê livre localizado no bairro Hípica, Zona Sul de Porto Alegre, que opera no modelo self-service, no qual o próprio cliente monta, de acordo com sua preferência, a base do pastel com condimentos entre mais de 20 sabores disponíveis.

Quem comanda essa experiência gastronômica é a empresenedora Gislaine Krampe. Moradora da Zona Sul desde pe-



Gislaine Krampe comanda o Circuito Gastronômico, na Zona Sul

quena, ela recorda que a avenida onde o restaurante se encontra era "só mato". Hoje, no entanto, ela acredita fielmente no potencial da região. "Quando eu ia para

escola, passava pela avenida e parecia uma eternidade, não tinha nada. Hoje, percebo que está todo mundo vindo para cá, todo dia abre algo novo", analisa Gislaine,

destacando que, nos últimos meses, o bairro recebeu uma arena de beach tennis, lojas de roupas e clínica veterinária.

Mesmo com esse boom, ela avalia que, nos arredores, ainda há uma carência quando o assunto são opções gastronômicas diferenciadas.

Com capacidade para 60 pessoas, o espaço divide as atenções com um atrativo à parte para as famílias: uma área kids anexa, equipada com grandes brinquedos que fazem sucesso entre as crianças e até adolescentes.

No dia a dia, a operação é propositalmente enxuta, tocada apenas por Gislaine, seu marido e uma funcionária, com o reforço de freelancers nos momentos de

pico. Pelo valor fixo de R\$ 69,90, o cliente tem acesso ilimitado a refrigerante, sorvete e à ilha de lanches.

### Endereço e horário de funcionamento

O Circuito Gastronômico fica na avenida Edgar Pires de Castro, nº 1000, na Hípica, em Porto Alegre. O buffet funciona de terça a sábado, das 19h30min às 23h30min. Eventos privados como aniversários e demais comemorações são realizados aos domingos mediante reserva pelo número (51) 99907-9534.