

➔ EDITORIAL

## Casa nova e ainda mais conexão com a inovação

Nesta semana, vivemos um momento histórico no Jornal do Comércio. Aos 93 anos, o JC passa integrar o ecossistema de inovação do Tecnopuc. Desde 1968, a redação ocupava o número 1282 da avenida João Pessoa. Agora, o bairro Farroupilha abrigará o parque gráfico do Jornal do Comércio, enquanto o restante da operação passa a fazer parte de uma das principais comunidades de inovação do País.

A mudança reflete um movimento do Jornal do Comércio em busca de conectar-se, cada vez mais, com a inovação, trazendo para a comunicação e para o jornalismo de credibilidade quase centenário do JC os pilares tecnológicos que movem o Tecnopuc. Nós, da equipe do GeraçãoE, celebramos essa mudança fazendo um raio-X do Tecnopuc, ilustrando o porquê do espaço ser a escolha de mais de 320 empresas. Contamos as trajetórias de duas empresas: a mais antiga gaúcha alocada no parque tecnológico, a DB, e uma das mais recentes a chegar no Tecnopuc, a Blue Ville.

Com 20 anos de diferença, ambas enxergaram no ecossistema de inovação mais que um espaço de trabalho. Para elas, assim como para o Jornal do Comércio, o Tecnopuc é um meio, uma ponte entre diferentes agentes do mercado que fomentam a inovação e a economia do Rio Grande do Sul.

A equipe do GE já está a todo vapor na nova redação, explorando todas as possibilidades do Tecnopuc. Que a nossa nova casa seja berço de conexões valiosas e de muitos insights importantes para empreendedorismo. Viva a inovação gaúcha!

**ISADORA JACOBY**  
@isajacoby

➔ EXPLORAR

# O que não pode ficar em segundo plano em um negócio gastronômico



GUILHERME COELHO/DIVULGAÇÃO/JC

Zuhair Baja é o fundador do Kampeki Sushi

Atuando em Porto Alegre e Canoas, o **Kampeki**, restaurante de gastronomia japonesa, consolidou-se tanto no presencial quanto no delivery. Hoje, são mais de 500 tele-entregas por noite entre as duas cidades. O negócio é comandado por Zuhair Baja. Com 150 colaboradores, Zuhair compartilha dicas que aprendeu com o crescimento do negócio e que, muitas vezes, ficam em segundo plano para quem empreende.

### 1. Invista na cultura organizacional

Tem uma frase que diz que é olho do dono engorda o boi. Mas acredito que enquanto o negócio depender do dono, é porque não desenvolveu a cultura necessária para conseguir expandir e melhorar. Mostrar que as pessoas podem se desenvolver é algo que, hoje, a maioria dos empreendedores não enxerga. O ponto é desenvolver a cultura para que a equipe entregue sem que você precise estar 100% do tempo ali dentro.

### 2. Priorize o marketing como pilar

Ter uma estratégia de marca e posicionamento é

tão importante quanto ter um operacional bem organizado. As pessoas deixam o marketing para segundo plano, mas é o que impulsiona o negócio. Eu dou tanta importância para o marketing, porque preciso dele para transmitir o que o cliente vai receber aqui dentro do restaurante, preciso que ele tenha desejo que vir consumir aqui ou pedir o delivery.

### 3. Estabeleça rituais e metas claras

A partir do momento que estruturei um departamento de Recursos Humanos muita coisa mudou. Ter um plano de cargos e salários, dar suporte, é muito importante. E também estabelecer rituais. Antes de abrir a casa todos os dias, temos o briefing. No delivery, também temos sempre a introdução de problemas que aconteceram, elogios que precisam ser falados, ajustes, novidades no cardápio. Ter rituais faz desenvolver mais a cultura. Também é preciso ter uma meta exposta. Deixar claro para as pessoas que atuam contigo onde a empresa quer chegar e onde elas vão estar quando isso acontecer é muito importante.

## Geração-e

### Padaria de Viamão é novidade em Porto Alegre

Encerrando um ciclo de 22 anos em Viamão, onde a Padaria du Chico (@padariaduchico) virou quase um ponto turístico, Luiz Alberto Borges Alcântara, popularmente conhecido como Chico, vai ocupar agora um ponto no bairro Petrópolis, em Porto Alegre. O movimento, ressalta o empreendedor, não é o único: com a ajuda de novos sócios investidores, mais cinco padarias serão abertas no Estado.

Tendo essa primeira loja

como padaria modelo para estruturar as demais, a previsão é de que os trabalhos para abrir a próxima unidade comecem em cerca de seis meses, com os futuros CEPs ainda indefinidos. Os planos de expansão incluem outras áreas de Porto Alegre, a Região Metropolitana, Gramado, o Litoral e, possivelmente, até mesmo locais fora do Rio Grande do Sul.

Aponte a câmera para o QR Code ao lado e confira a matéria completa.



GUSTAVO MARCHANT/ESPECIAL/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