

## Empresas familiares: como atrair e reter lideranças

### ➔ OPINIÃO

Associadas à tradição, proximidade e legado, as empresas familiares vêm incorporando uma agenda cada vez mais relevante: atrair e reter executivos sem abrir mão dos elementos que sustentam sua identidade, especialmente em um contexto de maior competição por profissionais e transformação dos modelos de gestão.

Dados de um estudo recente do Evermonte Institute ajudam a compreender essa dinâmica. O levantamento mostra que essas organizações operam com modelos próprios de gestão, baseados em confiança, agilidade e vínculos de longo prazo, ao mesmo tempo em que adotam práticas mais estruturadas, acompanhando a evolução do

mercado executivo e a crescente exigência por governança mais clara.

Esse modelo possui um diferencial difícil de replicar: relações de confiança construídas ao longo do tempo. A proximidade entre liderança e operação fortalece o engajamento, estimula o senso de pertencimento e favorece vínculos de longo prazo entre empresa e executivos. É um ambiente em que decisões e relações são sustentadas por coerência e consistência ao longo das gerações, inclusive em momentos de transição societária.

E, à medida que ampliam sua atuação e passam por processos de profissionalização, muitas dessas empresas vêm estruturando com mais clareza seus critérios de gestão. A evolução



**GUILHERME ABDALA**  
Cofundador da Evermonte  
Executive & Board Search

de políticas de sucessão, avaliação de desempenho e remuneração tem tornado as expectativas cada vez mais transparentes, favorecendo ainda mais a atração de lideranças.

Nesse contexto, a criação de sistemas de incentivos de curto e longo prazo, alinhados à estratégia da companhia, se torna um complemento relevante. Esses mecanismos reforçam a capacidade de atrair e reter executivos de alta performance, preservando a flexibilidade característica desse modelo de gestão e ampliando a competitividade no mercado.

Outro movimento importante é a ampliação dos critérios de sucessão e desenvolvimento. É necessário entender quem são os potenciais sucessores e, a partir disso, definir o que precisa

ser desenvolvido para chegar às posições mais altas. Infelizmente, esse é um processo de longo prazo e dificilmente é resolvido sob pressão – pelo contrário. Ele naturalmente demanda um planejamento contínuo e uma visão intergeracional bastante personalizada.

Mais do que números, observe um modelo em constante transformação. As empresas familiares seguem como um dos pilares da economia brasileira e, de geração em geração, combinam visão de longo prazo, proximidade na gestão e capacidade de adaptação às novas demandas do mercado, especialmente diante de novas exigências de governança e sustentabilidade e reforçando a profissionalização contínua das estruturas de decisão e gestão estratégica.

# Dois anos após a enchente, empresenedora retoma doceria saudável no Moinhos

**A produção da True Bites acontece em uma microcozinha de apenas 4m², onde são desenvolvidos os doces autorais**

### ➔ NOVIDADE

**GUSTAVO MARCHANT**  
gustavos@jcrs.com.br

Depois de ter perdido sua cozinha em razão da enchente que atingiu Porto Alegre em maio de 2024, a empresenedora e palestrante Paula Moraes trouxe de volta à Capital seu sonho antigo, a True Bites (@truebites.co), doceria inclusiva focada em itens autorais — sem açúcar, sem trigo e sem leite —, operando agora em um espaço compacto de aproximadamente 14m² no Moinhos de Vento.

A escolha da data para abrir a janelinha no Moinhos de Vento ao público carregou um grande peso emocional. “Eu vim para cá no dia 9 de maio, exatamente dois anos após ter perdido minha cozinha”, explica Paula. O sonho da doceria era antigo e acabou adiado em decorrência da tragédia climática que atingiu o Estado e impactou sua cozinha industrial. O acaso, porém, a protegeu de perder tudo: os estoques de seus chocolates artesanais ainda não

havam sido transferidos para o depósito alagado. A marca — que inicialmente levava o nome de True Chocolate e hoje opera como Just Chocolate, sua marca independente com foco em barras recheadas — acabou se tornando sua grande válvula de escape financeira e emocional.

Com o apoio de um amigo designer gráfico, a virada aconteceu em poucas horas. Ele, que passava o dia atuando como voluntário, se dispôs a trabalhar no site da marca durante a madrugada, ajudando a colocar tudo de pé rapidamente. “Botei no site, comecei a vender, e a primeira venda foi de simplesmente de 300 chocolates. Daí eu disse: ‘gente do céu, eu vou sobreviver’”, recorda.

Para este começo, em soft opening, Paula resolveu lotar o cardápio com o que ela chama de doces destinos. “São produtos que você só vai encontrar aqui”, assegura. Dentre eles, chama atenção o Fiorentino, um doce proteico de apenas 60 calorias, feito com amêndoas em lascas, clara de ovo, adoçado com mel, flor de sal inglesa e chocolate zero poliol. Outro que se destaca é o Madeleine, clássico bolinho francês que Paulinha apresenta em uma versão funcional e rica em fibras.

As inovações do cardápio devem ganhar corpo para a inauguração oficial, prevista para agosto. Entre as novidades



Além da True Bites, Paula Moraes também está à frente da Just Chocolate, também no Moinhos

agendadas estão o lançamento de uma marca própria de matcha, chamada True Matcha, que estará disponível em pó e também poderá ser servido na máquina como sorvete soft.

Nessa onda de invenções, Paula chega com o inusitado “café salgado”, bebida inspirada em uma viagem a Nova York recriada com o uso de sal inglês Maldon. “Peguei uma fila de quase uma hora para tomar o café salgado e eu fiquei encantada”, conta.

A limitação de tamanho,

aliás, é uma coincidência que se repete nos negócios da empresenedora. Bem perto dali, na rua Dinarte Ribeiro, Paula administra sua loja da Just Chocolate que opera em espaço de menos de 9m², na Galeria Casa Prado. Como a própria Paula resume, essa aposta é a essência de seus negócios.

**“Espaços pequenos não são necessariamente negócios pequenos. Eles podem ser gigantes dependendo da forma como a gente constrói e comunica”, acredita.**

Na True Bites, a produção ocorre em uma microcozinha de apenas 4m². Para complementar as opções da vitrine, a aposta são as collabs, o espaço conta com gelatos da El Lato, marca da padaria uruguaia Sabor de Luna, e sorvetes da Meut, parceiros que desenvolveram receitas veganas e isentas de açúcar branco refinado especialmente para a marca.

Em soft opening, a True Bites abre na quinta-feira, das 12h às 17h, e de sexta-feira a sábado, das 13h às 18h.