

➔ EDITORIAL

Sempre tem mercado para o que é bem feito

Tecnologia, Inteligência Artificial, inovação, tendências. Essas palavras fazem parte do dia a dia da maior parte dos empreendedores — e também dos conteúdos que publicamos aqui no **GeraçãoE**. No entanto, nesta edição, fomos na contramão: falamos de negócios que preservam ofícios que estão cada vez mais raros e que têm como eixo o fazer manual.

São empreendedores que carregam a tradição e o propósito de manter vivo o seu ofício, seja ele costurar, engraxar ou consertar sapatos. As histórias são inspiradoras e têm lições para negócios de diversos segmentos.

Um ponto que chama atenção nos relatos é o compromisso com a qualidade do serviço. Pode parecer óbvio falar que entregar um trabalho bem feito é fundamental. Mas esse aspecto é, muitas vezes, relativizado em nome da agilidade. Trazer a qualidade como um diferencial garante um selo, fideliza clientela e, talvez, seja a chave para a longevidade, como mostram as histórias contadas na Página Central.

Outro ponto é o entendimento de que, talvez, um negócio que antes contasse com diversos empreendedores possa se tornar uma atividade de nicho. Entender que o produto ou serviço oferecido passa a ser especializado pode ser uma boa sacada para quem empreende.

Assim, um novo mercado se abre e pode ser explorado de uma nova forma. As lições são muitas, mas a principal delas talvez seja que ouvir a experiência de quem há décadas mantém um negócio pode ser fonte de bons insights — independentemente do segmento.

ISADORA JACOBY
@isajacoby

➔ EXPLORAR

Cinco insights sobre o novo consumidor de moda



Julia Luft é coordenadora de marketing da Rala Bela

Julia Luft, coordenadora de marketing da Rala Bela, lista os cinco pilares que ajudam a compreender como as marcas podem construir conexões mais relevantes com o consumidor.

1. Versatilidade passou a ser necessidade: o novo consumidor valoriza produtos que acompanham diferentes momentos do dia a dia, e a escolha por modelagens funcionais mostra um comportamento cada vez mais presente: a otimização de tempo e o olhar estratégico na compra de peças que se adaptam às necessidades com praticidade. Com isso, produtos que oferecem maior versatilidade simplificam a rotina, permitindo que a mesma roupa vá do treino a uma reunião de trabalho.

2. Tecnologia quando falamos de experiência: a inovação deixou de ser percebida apenas como um atributo técnico e passou a ser avaliada pelo impacto que gera na experiência do consumidor. Tecidos inteligentes que oferecem conforto térmico, proteção UV e secagem rápida, além de etiquetas inovadoras com conectividade NFC, ampliam a experiência de uso e simplificam a rotina. Nesse cenário, a tecno-

logia torna-se uma ferramenta que potencializa o bem-estar, a praticidade e a conexão entre produto e consumidor.

3. O conforto para além da sensação física: mais do que proporcionar conforto físico, o vestir "conforto" deixa de atender apenas a uma necessidade funcional e passa a contribuir para a qualidade de vida, proporcionando uma experiência mais leve, prática e acolhedora para promover bem-estar ao longo do dia.

4. A autenticidade se torna valor: mais do que consumir produtos, as pessoas buscam compreender sua origem, seus processos e os valores que sustentam sua construção. Essa mudança reforça a importância de destacar não apenas o que é produzido, mas também quem está por trás da criação, valorizando o conhecimento, a experiência e os vínculos construídos ao longo do tempo.

5. Experiências presenciais: eventos, ativações, encontros e espaços de relacionamento criam oportunidades para que as pessoas se conectem com histórias e interesses que compartilham em comum.

Geração-e

Chef de Porto Alegre aposta em pizzas artesanais pré-assadas com pinhão e butiá

Após anos atuando como professor de panificação, ensinando os segredos da massa de fermentação natural longa e prestando consultorias para estabelecimentos gastronômicos conhecidos de Porto Alegre, o chef graduado em gastronomia e mestre em ciência e tecnologia de alimentos Tainan Sansigolo

decidiu dar um endereço fixo ao seu projeto autoral, a Sansi Pizza Artesanal. O movimento marca a transição de uma operação que nasceu dentro do condomínio durante a pandemia para um ponto físico no estilo takeaway, focado em pizzas artesanais pré-assadas. Aponte a câmera para o QR Code ao lado e confira.



GUSTAVO MARCHANT/ESPECIAL/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