

Ge

Cerâmica, café & criatividade



Negócios apostam em experiência e conexão

Largar o celular para se conectar com o momento tem se tornado uma premissa estratégica para negócios que focam na experiência como diferencial. Karoline Seixas trouxe a Tinta la Vida de Minas Gerais para Porto Alegre, unindo cafeteria e produção de cerâmicas no mesmo espaço.

Página Central

➔ EDITORIAL

Copa é inspiração para negócios

Está chegando ao fim a Copa do Mundo de 2026. Não como esperávamos, já que o Brasil ficou pelo caminho. Mas esse grande evento esportivo sempre provoca insights interessantes que podem ser aplicados em diferentes frentes, inclusive no empreendedorismo.

Com a final marcada para o próximo domingo (19), o que fica da Copa já que o hexa não veio? Para mim, alguns pontos da competição podem ser comparados ao universo dos negócios.

A edição de 2026 foi a primeira com 48 seleções. Além do retorno de seleções que há tempos não participavam, países fizeram sua estreia na competição, como Uzbequistão, Jordânia, Curaçao e Cabo Verde, que roubou a cena protagonizando partidas emocionantes e mobilizando a torcida brasileira, mostrando o poder que identificação pode ter na hora de escolher para quem torcer (ou de que empresa comprar).

Antes do início do torneio, muito se falou que o maior número de seleções poderia enfraquecer o nível da competição. Mas o que percebi, como espectadora, foi justamente o contrário. Ver a emoção dos torcedores com o simples fato de suas seleções estarem em campo foi contagiante. Para nós, brasileiros, isso parece distante, já que participamos de todas as Copas. Mas a lição que fica é que não tem conquista trivial: a régua é própria, cada um tem a sua. E isso serve para os negócios. Olhar a concorrência, buscar inspiração é válido e deve ser feito. Mas celebrar as conquistas olhando para as nossas próprias metas faz com que o copo esteja mais vezes meio cheio.

ISADORA JACOBY
@isajacoby

➔ EXPLORAR

Arquitetura, marca e experiência no mercado imobiliário



Júlia Dal Magro, arquiteta e sócia da Woss Incorporadora

ARQUIVO PESSOAL/JC

A ampla oferta de empreendimentos e a crescente valorização de uma comunicação autêntica tornaram ainda mais importante a conexão durante o processo de venda. Hoje, os imóveis vão além da estética, eles precisam dialogar com as necessidades e expectativas dos compradores. Como sócia da Woss Incorporadora, busco equilibrar sensibilidade estética, estratégia e gestão. Pensando nisso, destaco cinco aspectos para unir arquitetura, marca e experiência no mercado imobiliário de alto padrão.

1 - Espaço como expressão da marca: projetos autênticos nascem de propósitos claros, e não apenas de tendências estéticas. Antes mesmo de definir materiais, formas ou acabamentos, é fundamental compreender a essência e a personalidade da marca. A arquitetura deve ser uma tradução física de seus valores, posicionamento e comunicação.

2 - Projetar com identidade local: empreendimentos que dialogam com o contexto urbano estabelecem conexões mais genuínas com a cidade e com as

pessoas. Incorporar elementos da paisagem, da cultura local e da memória dos bairros fortalece o sentimento de pertencimento e gera autenticidade.

3 - Valorização da experiência humana: pessoas se conectam com lugares que despertam emoções. Conforto, acolhimento, bem-estar e contemplação são atributos que podem ser traduzidos por meio da arquitetura. Quando um ambiente proporciona experiências emocionais positivas, ele se torna memorável e relevante para quem o vivencia.

4 - Arquitetura para gerar legado: a identidade da marca deve ser construída com coerência ao longo do tempo. Quando presente de forma sutil, ela contribui para criar empreendimentos duradouros. Projetos que priorizam a atemporalidade e o significado tendem a permanecer relevantes.

5 - Construção de uma experiência completa: a percepção de uma marca é construída em cada ponto de contato: relacionamento, materiais de comunicação, experiência dos espaços e se estende até o pós-entrega. Arquitetura, design, paisagismo, devem atuar de forma integrada, reforçando uma narrativa única.

Geração-e

Espaço na Zona Sul fomenta negócios femininos

Localizada na Zona Sul de Porto Alegre, a recém-inaugurada Casa Viva busca operar como um ecossistema de convivência, colaboração e crescimento, sob um viés de impulsionamento feminino. Funcionando através de três frentes, a arte, o bem-estar e as conexões, o novo ambiente de encontro para comunidades tem um propósito, em que tanto o empreendedorismo quanto essas três frentes se conectam de forma orgânica. A escolha das frentes de operação da Casa Viva

não é aleatória, já que acompanha o histórico de cada uma de suas três fundadoras. Juliane Mousquer, artista com ateliê próprio, Eliana Mensch, psicóloga, e Florinda Gabaldón, mentora estratégica de marca e negócios, formam o trio de empreendedoras à frente do negócio. O espaço busca impulsionar um equilíbrio entre o pessoal, com rodas de conversa, vivências artísticas e espaço de trabalho coletivo. Aponte a câmera para o QR Code ao lado e confira a matéria.



MANUELA CASSANO/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

Pizzas estilo romana são aposta de novo delivery



Eugênio Wille, 30 anos, é o empreendedor que comanda e dá nome ao negócio da Zona Norte da Capital

A Eugeniu's pertence aos mesmos sócios do Olga Restaurante, na Zona Norte

➔ NOVIDADE

MANUELA CASSANO
manuelac@jcrs.com.br

É na sede do Olga Restaurante, conhecido pela sua cozinha afetiva e operação exclusivamente diurna, que um delivery de pizzas de longa fermentação passa a operar no turno da noite. A **Eugeniu's**, inaugurada em junho, funciona como um delivery e take away de pizzas altas e quadradas, inspiradas no formato da pizzeria romana.

Eugênio Wille, 30 anos, empreendedor à frente da Eugeniu's junto aos sócios Deise Reis, 36 anos, e Guilherme Cunha, 35 anos, além de administrar, dá nome ao negócio.

O chef, que trabalha com a cozinha há mais de 10 anos, afirma sempre ter sido um entusiasta dos processos de fermentação. "Sempre gostei muito de pizza, de pão e de coisas fermentadas. Então, quando a gente pensou na pizza, a ideia inicial era fazer bem aquele estilo pizza romana de balcão mesmo", conta.

O negócio inicia no mesmo espaço físico do Olga Restaurante, operação já estabelecida do trio de empreendedores. Até o momento, a nova aposta não necessitou de investimentos altos, considerando o aproveitamento da infraestrutura para testar a nova empreitada. "A

gente já usava os fornos, então, de estrutura, foi mais focado na necessidade de ter uma geladeira para fazer a fermentação", detalha Eugênio.

Assim como a cozinha do Olga Restaurante, Eugênio explica que a pizzeria busca também se posicionar com um produto mais afetivo, utilizando a característica central da pizza italiana de ser mais alta, para remeter às tradicionais "pizzas de vó".

Por isso, a pizza da Eugeniu's se destaca pela altura e formato quadrado, passando por um processo de 24 horas de fermentação, assim como uma produção artesanal, com insumos produzidos no local. "É uma pizza que tem bastante ar dentro, tem bastante furinhos. Ela passa por uma fermentação mais longa de 24 horas, então ela precisa ser mais digesta. Ela acaba ficando com essa característica de ter mais crosta por fora e ser mais macia por dentro", explica.

Experiência de entrega

É na experiência de entrega dessas pizzas que o delivery próprio da marca busca se diferenciar das pizzarias convencionais.

"Como ela tem um pouco mais de bordinha, mandamos junto alguns potinhos de molho para o pessoal comer a bordinha com esse acompanhamento.

É uma experiência um pouco diferente de uma pizza tradicional", afirma.

Além disso, o produto já vem cortado em fatias, dentro de uma caixa personalizada que traz o logotipo da marca, que é inspirado no pai do empreendedor. "Ele é uma pessoa que ama pizza, qualquer situação é para pedir

pizza. A gente foi bem inspirado nele. O bonequinho da nossa logo é bem parecido com ele", conta Eugênio.

Atualmente o delivery conta com 11 sabores diferentes, sendo oito opções salgadas e três doces. Segundo o chef, entre os sabores que têm sido mais populares com os clientes se destacam o sabor marguerita, R\$ 36,90, com stracciatella e pesto de manjerico, assim como outra opção vegetariana, a de abobrinha, R\$ 33,90, com a abobrinha confitada no alho. Já entre as opções doces ele salienta a pizza de chocolate branco com frutas vermelhas R\$ 38,90 com chocolate, queijo, frutas vermelhas e farofinha de cuca por cima.

Inspirados no modelo das pizzarias em Roma, os empreendedores têm como plano para o futuro estabelecer um ponto físico, no formato de uma janelinha voltada para a rua, em que os clientes possam pedir e levar as pizzas para casa ou, até mesmo, pedir fatias individuais para o consumo imediato.

"Nos inspiramos bastante nessa ideia da pizza na Itália, que o pessoal come enquanto vai passeando. Como aqui é um lugar que tem muito fluxo, pessoas trabalhando, por exemplo, a ideia sempre foi ir para esse lado."

Endereço e horário de funcionamento

A Eugeniu's opera das 18h30 às 22h, na avenida Presidente Franklin Roosevelt, nº 1100, no bairro São Geraldo. Os pedidos podem ser retirados no local ou entregues através do delivery próprio da marca (tinyurl.com/46zrv75b).

MURAL

➔ As inscrições para o **30º Concurso Inovação no Setor Público** estão abertas até segunda (20). O concurso, promovido pela Escola Nacional de Administração Pública (Enap), reconhece iniciativas inovadoras com impacto positivo para a sociedade. A participação é voltada a equipes dos governos municipais, estaduais, distrital ou federal, com iniciativas em atividade há, no mínimo, seis meses e com resultados já gerados. Os vencedores recebem troféu, certificado para os membros da equipe e direito ao uso do Selo de Inovação em seus materiais de divulgação. Mais informações em

tinyurl.com/wwwrmd3bx.
➔ O **Sebrae-RS** abre inscrições, até 30 de julho, para imersão na NRF 2027, evento de varejo em Nova York. A iniciativa é voltada a empreendedores de micro e pequenos negócios do Rio Grande do Sul. A instituição propõe antecipar tendências e compreender mudanças que reestruturam o setor, com tradução desse conhecimento em soluções aplicáveis à realidade dos pequenos negócios. Além de roteiro personalizado para cada grupo, o programa inclui acompanhamento das melhorias após o retorno. Mais informações em tinyurl.com/27tr2wy4.

EVENTOS

➔ No dia 22 de julho, a Fundatec Estágios promove a palestra **Felicidade como Estratégia de Gestão**. O evento gratuito acontece das 9h às 10h30min no auditório da instituição, sendo voltado a líderes, gestores de recursos humanos e empreendedores. O momento propõe tratar da felicidade como estratégia de gestão capaz de impulsionar o desempenho no ambiente de trabalho e favorecer uma cultura organizacional mais sólida, promovendo resultados sustentáveis e fortalecer a liderança. Mais informações em tinyurl.com/ufcz9n6a.
➔ O **CIEE-RS**, promove, na sexta-feira (17), uma nova edição do evento Trocas, em

um debate sobre a Inteligência Artificial e a ciência de dados no futebol. A iniciativa do Instituto de Ciência, Tecnologia e Inovação Social (ICT-S), acontece às 15h, na Unidade Centro Histórico do CIEE-RS, de forma gratuita mediante inscrição prévia. Com a presença de especialistas como William Borges, da área de Análise de Dados de Saúde e Performance do Grêmio, e Márcio Chagas da Silva, ex-árbitro Fifa, o evento propõe o debate do uso dessas tecnologia para acompanhar o desempenho de atletas, com foco em aplicações práticas e análise de dados, no alto rendimento. Mais informações em tinyurl.com/3ccsmdmy.

Confira estas e outras oportunidades no QR Code ao lado



O UniSenac está com inscrições abertas, no campus de Porto Alegre, para os cursos gratuitos de Informática e interação para o mundo do trabalho e Agente de informações turísticas. Podem participar do processo seletivo candidatos que atendam aos critérios de renda do Programa Senac de Gratuidade (PSG) e estejam cursando ou já tenham concluído o Ensino Médio. As atividades iniciam em agosto. Mais em tinyurl.com/2vpbafa7.

Negócios de Porto Alegre investem em experiências de conexão entre pessoas

Esses negócios focam nas experiências feitas através das conexões entre pessoas, indo desde vivências gastronômicas até as atividades artísticas

➔ NOVIDADE

JÚLIA FERNANDES E
MANUELA CASSANO

geracaoe@jornaldocomercio.com.br

Uma palavra vem guiando o empreendedorismo nos últimos anos: experiência. Os negócios entenderam que vender produtos e serviços já não é mais o suficiente para captar clientes, principalmente o público mais jovem. Da pequena padaria de bairro às grandes marcas globais, negócios passaram a apostar em ações que exploram o sensorial para chamar atenção do público, que provavelmente irá compartilhar em suas redes sociais o que experienciou.

Em um mundo acelerado, aqueles que apostam em experiências compartilhadas e que prometem um momento para se desconectar viram espaços de encontros entre casais, familiares

e amigos. Na próxima segunda-feira, 20 de julho, é celebrado o Dia da Amizade. A data se torna uma oportunidade para essas operações que apostam em diferentes possibilidades de conexões entre as pessoas.

Entre os negócios está o Tinta la Vida. É com ênfase na criatividade que a franquia originária de Minas Gerais chega a Porto Alegre. O estabelecimento propõe uma experiência que mescla cafeteria e arte por meio da pintura de cerâmicas em um ambiente pensado para ser aconchegante e independente das telas de celulares. De forma integrada à vivência criativa, o empreendimento oferece um cardápio que conta com doces e salgados.

Fundado em 2024, na cidade de Belo Horizonte pela empreendedora Danielle Rodrigues, o Tinta la Vida, nasce de uma inspiração em cafés europeus e norte-americanos que carregam conceitos semelhantes.

Empreendedorismo entre amigas

A chegada da franquia em Porto Alegre foi proporcionada por uma amizade de longa data. Karoline Seixas, a sócia à frente da operação de Porto Alegre, é amiga de Danielle desde a faculdade, assim como as outras

pessoas à frente das franquias em outras cidades. "São mineiras indo para as capitais brasileiras, levando esse gostinho mineiro, tanto no café quanto no pão de queijo e no jeito que a gente trabalha", detalha.

Segundo Karoline, essa amizade entre as franqueadas representa um passo importante para sua trajetória empreendedora, sendo Danielle responsável por incentivar as amigas a iniciarem nesses mercados, mesmo sem experiências anteriores. "É uma história superbacana de muito incentivo e de coragem entre amigas", conta Karoline.

Atualmente, o Tinta La Vida conta com franquias em Belo Horizonte, São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e agora, em Porto Alegre.

Capital de potencial

Antes de empreender, Karoline costumava atuar no RH de uma empresa do ramo calçadista em Belo Horizonte. Ela visitava frequentemente a filial gaúcha dessa empresa. Segundo ela, foi rápida a percepção de potencial que Porto Alegre tinha para comportar uma nova franquia do Tinta la Vida.

"Era uma boa Capital e eu vi que ela era conhecida também por ser um lugar onde é aceita inovação. Vindo aqui, vi que as

pessoas tinham essa cultura de ficar na rua e nos cafés."

Após escolher a localização da nova franquia em dezembro de 2025, Karoline se estabeleceu em Porto Alegre em fevereiro. O Tinta la Vida abriu as portas no dia 4 de junho, após alguns meses de planejamento, e com convite para influenciadores visitarem o local.

"Desde esse primeiro dia, o pessoal já começou a postar alguma coisa nas redes sociais. Já ficou cheio", conta.

Cerâmica e Café

Trabalhando com esquema de reservas, a casa tem estado lotada aos finais de semana, sendo possível realizar atendimentos sem agendamento prévio somente de terça-feira a quinta-feira.

"Todas as idades, famílias, amigos, amigas, casais, todo mundo pode vir. Desde a criança que adora até os adultos com os amigos. É um lugar, literalmente, para todo mundo", enfatiza.

Após a chegada, o cliente realiza a experiência, que possui duração de duas horas. Tudo inicia com a escolha de uma peça de cerâmica para realizar a pintura. As peças disponibilizadas são de uma empresa pertencente à mesma franquia, a Terra la Vida.

"As ferramentas, pincéis,

tintas. Tem todas ferramentas disponíveis na experiência", explica. Após a finalização, existem processos internos que são realizados, como a esmaltação e ida ao forno, de modo que a peça fica pronta para retirada 15 dias após a pintura.

O valor da experiência é cobrado por pessoa, existindo três categorias baseadas na escolha entre as opções de cerâmicas a serem pintadas. As peças menores podem ser adquiridas pelo valor de R\$ 108,00, as intermediárias, que abrangem uma quantidade um pouco maior, custam R\$ 168,00, e as grandes, que possuem mais detalhes, R\$ 208,00.

O Tinta la Vida conta também com um cardápio que, segundo a empreendedora, é mais enxuto, já que foi pensado para que as pessoas possam consumir à parte enquanto pintam. Entre os itens, destaca-se o pão de queijo, que sai por R\$ 12,00 com quatro unidades. Nos doces, o Bolo Chocolateado custa R\$ 22,00. Já na parte de bebidas, o local aposta no café especial proveniente de uma fazenda em Minas Gerais. O café coado custa R\$ 8,00.

O negócio fica na rua Doutor Timóteo, nº 794, Floresta. O estabelecimento opera de terça-feira a domingo, das 10h às 20h.

DANI BARCELLOS/ESPECIAL/JC



Karoline Seixas está à frente da unidade de Porto Alegre do Tinta la Vida; a marca, criada em Minas Gerais, está presente também em Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro

Negócio em Viamão oferece piquenique e vivência com lhamas e alpacas

Nativas da Cordilheira dos Andes, lhamas e alpacas encontraram um novo lar longe de casa. Em uma propriedade de 73 hectares em Viamão, na Região Metropolitana de Porto Alegre, o **Lhamastchê** se tornou um espaço voltado à criação, ao bem-estar animal e ao turismo rural.

Integrado à rota turística do município, o local oferece experiências de contato com lhamas, alpacas e outros animais, além de atividades voltadas ao descanso e à conexão com a natureza. A proposta é que os visitantes desacelerem a rotina e aproveitem o ambiente cercado por áreas verdes e uma lagoa.

“É um projeto montado para eles. Criamos tudo pensando no auto sustento dos animais. No início, não imaginávamos que teria essa proporção”, conta Dagmar. Embora o projeto turístico tenha sido inaugurado há apenas nove meses e faça parte da rota oficial de turismo de Viamão há cerca de dois meses, a propriedade pertence à família há aproximadamente 40 anos.

Até 2019, Dagmar trabalhava na área de Tecnologia da Informação do escritório de contabilidade da família, em Porto Alegre. Após encerrar esse

ciclo profissional, decidiu mudar-se definitivamente para o sítio e transformar a paixão pelos animais em um novo propósito de vida. “Sempre gostei do trato com os animais e queria me dedicar a algo que realmente me realizasse”, comenta. Atualmente, ela é responsável pelos cuidados diários dos animais. A rotina começa às 4h30min, quando inicia o manejo da propriedade. Apesar de contar com o apoio de três veterinários, especializados em grandes animais, pequenos animais e aves, é Dagmar quem acompanha de perto toda a criação.

O marido da empreendedora, Valtuir Silveira, também administra o negócio. A história da família com as lhamas começou em 2016, durante uma viagem do casal pela Bolívia e pelo Chile. Encantados com os animais, decidiram iniciar uma criação no Brasil. Em 2021, trouxeram quatro fêmeas e um macho do norte da Argentina. Foi a partir desse primeiro grupo que nasceram Francisco e Aparecida, filhotes que hoje são as grandes estrelas das visitas. As alpacas chegaram mais tarde. Os primeiros animais foram importados do Peru e hoje o local conta com quatro animais adultos. “Em fevereiro de 2026 nasceu o Pitoco, nossa primeira alpaca gaúcha”, relata Dagmar. O Lhamastchê abriga centenas de outros animais. São mais de 200 pavões, emas, cavalos, coelhos, galinhas,



Dagmar Silveira aposta no turismo rural para oferecer uma experiência conectada com a natureza

cães, gatos e outras espécies, sendo muitos deles adotados.

Experiência pé na grama

Mais do que visitar os animais, a proposta do Lhamastchê é proporcionar uma experiência de descanso. Logo na entrada, uma placa convida os visitantes a tirarem os sapatos para caminhar descalços pelo gramado durante o verão.

“A ideia é esquecer a correria da semana e relaxar. No verão é muito engraçado porque todo mundo acaba andando descalço pela propriedade”, conta Dagmar. O carro-chefe do empreendimento é o piquenique. Os visitantes reservam uma cesta e escolhem um dos diversos espaços da

propriedade para aproveitar a tarde observando o pôr do sol às margens da lagoa.

Além dos piqueniques, o espaço oferece visitas guiadas, almoço rural, chá da tarde, passeios a cavalo, passeio de pedalinho no lago, pescaria, sessões de yoga, pilates e massagens relaxantes. As experiências variam entre R\$ 30,00 e R\$ 120,00.

A propriedade também disponibiliza hospedagem em uma casa com vista para a lagoa, chamada de Casa das Alpacas - disponível na plataforma Airbnb - locação de churrasqueiras, salão para eventos, espaço para ensaios fotográficos e, em breve, cabanas para hospedagem e um quiosque. A empreendedora

explica que o número de visitantes é controlado para preservar o bem-estar dos animais. São disponibilizados cerca de 40 ingressos por dia, que devem ser reservados através do WhatsApp do Lhamastchê.

Segundo Dagmar, o público já vem de outros estados. “Estamos recebendo famílias de São Paulo, Santa Catarina, Paraná, Pernambuco e Salvador. Muita gente está incluindo Viamão no roteiro de viagem para viver essa experiência”, comenta. A loja de souvenirs reúne artesanato da região, produtos personalizados confeccionados no próprio ateliê do Lhamastchê e vinhos produzidos por pequenos empreendedores de Viamão.

Tradicional brunch norte-americano é aposta para alcançar novo público

Operando há dois anos no bairro São João, em Porto Alegre, o **L'unico Restaurante** lançou recentemente um novo formato dentro do negócio. O brunch aos sábados foi uma estratégia desenvolvida para captar um público diferente dos antigos frequentadores do local, além de usar a operação em um horário em que a estrutura ficava ociosa.

Alex Côrrea, chef e empreendedor à frente do negócio, conta que já é perceptível o público conquistado pelo brunch.

“Temos muitas famílias, que representam esse novo público aos sábados. São pessoas que não vinham à noite, mas esse novo horário favorece a vinda delas até o restaurante”, explica o chef.

Além das famílias, grupos de amigos costumam ter o brunch do L'unico como ponto de encontro.

Segundo o empreendedor, o brunch do restaurante é inspirado no tradicional norte-americano.

“Morei em Nova York por cinco anos e tive a oportunidade de conhecer o brunch de verdade. Então, decidimos criar a mesma proposta para o público de Porto Alegre, com pratos autorais”, comenta Alex. Ele acrescenta que todas as criações têm um toque italiano e ingredientes locais, seguindo a ideia original do restaurante de oferecer uma culinária italo-gaúcha.

Operando no formato à la carte, todas as opções do cardápio são artesanais. Dos pães ao salmão defumado e à costela 16h, tudo é produzido na cozinha do restaurante. “Meu molho de redução, tudo é preparado com muito cuidado, muita técnica e sabor”, afirma o chef.

Cerca de 10 pratos fazem parte do menu do brunch do L'unico. Entre os destaques está o Uova Benedetto Costine I Patate Fritte, uma costela defumada com demi-glace, que tem como base uma panqueca de batatas e é finalizada com ovos



Alex Côrrea conta que já é perceptível o público conquistado

pochês e molho holandês. “Gaúcho ama costela, e esse leva nossa costela 16h. Acho que é o favorito”, observa Alex.

Outros destaques são a focaccia frita com salmão defumado e o sanduíche de lagosta. “O Panino All'Aragosta é um prato clássico americano, mas o panini também é muito consumido na Itália”, comenta o chef.

Entre os doces, está a rabanada de pandoro - bolo italiano - com banana frita caramelizada, creme de tiramisu e chocolate. As opções variam entre R\$ 59,00 e R\$ 135,00.

“O L'unico tem uma cozinha criativa, desenvolvida por mim. Sempre temos pratos novos com ingredientes locais, em um mix de cozinha internacional”,

declara o chef, que acumula experiências em diferentes países.

A história de Alex na cozinha começou de maneira despretenhosa, quando dividiu apartamento com um amigo cozinheiro em Londres. Foi com esse amigo que Alex aprendeu a cozinhar. Depois de passar por alguns restaurantes, o chef foi convidado a trabalhar em iates de luxo.

A partir disso, o empreendedor ficou conhecido entre as celebridades que frequentavam os iates. Nos cinco anos em que morou em Nova York, Alex trabalhou para estrelas como Leonardo DiCaprio, Bradley Cooper e Bono Vox.

Endereço e horário de funcionamento

O L'unico Restaurante está localizado na rua General Couto de Magalhães, nº 1195, e o brunch acontece todos os sábados, das 12h às 15h. De terça-feira a sábado, a operação funciona das 19h às 23h para janta.

A IA está economizando tempo ou criando uma nova camada de trabalho invisível?

➔ OPINIÃO

A promessa é sedutora: menos tarefas repetitivas, mais produtividade e decisões mais rápidas. Enquanto as empresas aceleram a adoção da Inteligência Artificial, um fenômeno silencioso vem chamando a atenção: o tempo gasto para aprender a usar a tecnologia raramente entra na conta.

O resultado é uma falsa sensação de produtividade, em que os ganhos esperados demoram a aparecer porque o esforço necessário para fazer a IA funcionar é subestimado.

Existe uma curva de aprendizado real no uso de Inteligência Artificial, mais complexa do que parece à primeira vista. Ela acontece em dois níveis: o

do usuário e o da organização que quer automatizar os seus processos. Para os profissionais, o desafio começa ainda na escolha das ferramentas. São muitas opções, e o usuário testa um pouco de cada uma, sem gerar aprofundamento e qualidade em nenhuma.

Quando o assunto é produtividade, os ganhos existem, mas costumam vir acompanhados de um esforço invisível. É preciso formular boas instruções, testar abordagens, revisar o que foi gerado e ajustar quando o resultado não está certo. Muitas empresas deixam de considerar esse investimento de tempo ao avaliar os resultados da adoção da tecnologia.

Esse esforço sempre existiu; o que falta é reconhecê-lo.



BIANCA AICHINGER

Especialista em desenvolvimento de lideranças e transformação cultural e sócia da Quantum Development

Quando a empresa ignora esse tempo, deixa de alocar recursos para treinamento, não cria espaço para compartilhamento de conhecimento e para errar e aprender, e não desenvolve padrões internos de uso.

O papel da liderança na aprendizagem

Nesse contexto, o papel da liderança torna-se decisivo. O que determina o resultado não é a tecnologia em si, mas a forma como a liderança conduz sua adoção. Quando a IA chega sem direção clara, cada pessoa resolve o problema do seu jeito. Frente à esta oportunidade, os líderes precisam criar um ambiente seguro para experimentação e aprendizado, no qual a equipe tenha espaço para testar,

errar e aprender juntos.

As organizações que conseguem extrair valor real da Inteligência Artificial são justamente aquelas que utilizam a tecnologia para revisar a forma como trabalham. Elas tratam a tecnologia como um pretexto para repensar seus próprios processos e percebem que a IA expõe o que sempre existiu: processos mal definidos, decisões sem dono, regras que vivem na cabeça das pessoas.

Mais do que escolher a ferramenta certa, o diferencial está na capacidade de transformar aprendizado individual em conhecimento coletivo. A diferença está no que a organização faz com o que aprende ao usar a tecnologia, muito mais do que na tecnologia em si.

EmpREENDEDORES cristãos apostam em delivery de hambúrguer em Porto Alegre

Hoje, o casal entrega mais de 1,3 mil pedidos de lanches por mês

➔ GASTRONOMIA

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

Com identidade visual jovial e mensagens de conforto escritas à mão nas embalagens, a **Filhos do Reino Hamburgueria** surgiu como uma hamburgueria cristã delivery, mas mudou de rota ao longo do caminho.

Tudo começou em meados de 2022, quando Eliton Fonseca e Luísa Rassier se conheceram na Igreja Brasa, no bairro Azenha. O relacionamento veio no ano seguinte, junto com o desejo de empreender, que partiu dele. Na época, Eliton liderava o bistrô da igreja, onde preparava hambúrgueres voluntariamente aos sábados para os jovens.

Luísa, por outro lado, é formada em Direito, atuava como advogada e, inicialmente, não tinha planos de abrir um negócio. A decisão de empreender veio ao acompanhar de perto o envolvimento de Eliton com a cozinha e o amadurecimento da ideia. "Achava muita loucura abrir uma empresa no Brasil", lembra.

A ideia inicial era abrir uma "hamburgueria cristã", voltada principalmente ao público

da igreja, inclusive como um espaço de convivência após os cultos. Esse posicionamento se manteve até o início de 2026, quando o negócio passou por uma inflexão.

Maturidade para mudar

Um vídeo publicado em janeiro, mostrando os bastidores da operação — como a compra de insumos — viralizou nas redes sociais e gerou uma onda de críticas ao negócio. "Me machucou bastante, disseram que a gente estava se apropriando da palavra", conta Luísa.

A repercussão acelerou um reposicionamento que já vinha sendo refletido internamente. Eles não utilizam mais a nomenclatura, por entenderem que o termo comunicava de forma equivocada a proposta e criava uma barreira com parte do público. Hoje, a principal estratégia está nas embalagens: cada pedido leva uma mensagem escrita à mão, com versículos ou palavras de conforto. "A gente sempre recebe mensagens positivas, tipo: 'eu não estava esperando e essa palavra veio no momento certo', ou 'eu não tenho fé, mas achei muito legal como me ajudou'. Qualquer pessoa precisa, às vezes, de um abraço, e é exatamente isso que a gente acredita", diz Luísa.

No cardápio, a proposta também busca diferenciação. Eliton diz que, ao invés de apostar no exagero comum em hambur-

guerias — com combinações volumosas —, o casal se inspira em operações de São Paulo, priorizando insumos de qualidade, como pão de fermentação natural e queijos não processados.

Entre os destaques está o Sinai, que leva o nome do Monte Sinai, no Egito, onde Moisés recebeu os 10 mandamentos entregues por Deus. Carro-chefe da casa, por R\$ 46,00, ele é montado com pão australiano, creme de gorgonzola, cebola caramelizada, rúcula e maionese caseira. O Jordão, uma versão clássica com pão brioche e queijo fior di latte, custa R\$ 36,00. Já o Serafim, que remete ao anjo de seis asas citado na Bíblia, aposta no agridoce, com geleia de pimenta com morango e rúcula por R\$ 40,00. Os hambúrgueres levam discos com 180g de carne Angus, maionese caseira e contam com versões vegetarianas.

A operação registra cerca de 1,3 mil pedidos mensais, com uma taxa de recompra próxima de 70%. Eliton conta que o feito foi alcançado devido ao foco na qualidade, sem precisar "sangrar" o caixa com promoções agressivas.

Com a operação mais estruturada, o casal já pensa nos próximos passos: expandir o delivery para outras regiões de Porto Alegre antes de considerar um ponto físico. **"A gente prefere um crescimento gradual, para não comprometer a excelência e o propósito",** diz o empreendedor.



Luísa e Eliton estão à frente do delivery de hambúrgueres

Para reduzir as telas, irmãs levam oficinas de yoga e arte para escolas gaúchas

Yoga e arteterapia são apostas para reduzir os impactos do excesso de telas

➔ NEGÓCIOS

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

Desconectar os pequenos do uso excessivo de telas é uma recomendação da Organização Mundial da Saúde (OMS). Em alternativas, vêm à cabeça futebol, natação ou artes marciais. Mas e se a proposta for outra: combater o estresse e os impactos dos dispositivos digitais por meio do equilíbrio entre corpo e mente?

É nessa direção que as irmãs Pâmella e Eduarda Ferreira criaram o **Labirinto Criativo** (@labirintocriativo_), apostando no yoga e na arteterapia como ferramentas para desacelerar e trazer as crianças para o presente. Elas atendem mais de 500 crianças em escolas da Região Metropolitana, desenvolvendo concentração e a autorregulação emocional desde o berçário.

Naturais de Pernambuco, elas vieram ao Rio Grande do Sul há seis anos em busca de oportunidades. Pâmella é professora de yoga e trabalha com crianças há 9 anos, enquanto Eduarda é professora de artes e inglês há 8 anos, além de ilustradora infantil. O projeto começou pequeno, com oficinas de arte livre, pintura em festinhas de aniversário e encontros ao ar livre na Redenção, envolvendo os pais.

Essa perspectiva tem fundamento se analisarmos o levantamento Panorama da Primeira Infância: O que o Brasil sabe, vive e pensa sobre os primeiros seis anos de vida, executado pela Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, em parceria com o Datafolha.

A pesquisa aponta que crianças de 0 a 2 anos ficam em média 2 horas por dia usando telas, dado que vai na contramão da recomendação da Sociedade Brasileira de Pediatria, que desautoriza o contato com telas nessa faixa etária. Para quem tem de 2 e 5 anos, o limite é de 1 hora por dia e dos 6 aos 10, entre 1 e 2 horas. O estudo aferiu que 78% das crianças de 0 a 3 anos estão expostas às telas, e esse número é alarmante

entre as de 4 a 6 anos, chegando a 94%.

O que as crianças aprendem nas oficinas

Para combater essa agitação e trazer as crianças para o presente, as irmãs uniram suas especialidades em yoga e arteterapia. Atuando há dois anos, as abordagens mostram-se eficazes para combater os superestímulos causados pelo excesso de telas, ajudando na fase de descoberta do corpo. "Eles começaram a sentir, reparar no próprio corpo, tem algumas coisas que a gente faz que eles nem sabiam que eram capazes. Eles estão numa fase que tem muita elasticidade", observa Pâmella, que também destaca outras valências adquiridas pelas crianças, como aprender a respirar, lidar com frustrações e descobrir a flexibilidade e os limites do próprio corpo.

As oficinas começam com uma música de acolhida e exercícios de respiração para que as crianças se conectem com o corpo. Em seguida, elas exploram posturas de yoga adaptadas, como a Árvore, que trabalha equilíbrio e atenção, e o Camelo, voltada à flexibilidade e à consciência corporal. No encerramento, os pequenos participam do Shavasana, a postura do Dorminhoco, um momento de relaxamento em que fecham os olhos para absorver a prática antes da musiquinha final.

Ao longo do encontro, a proposta é complementada com atividades artísticas, que exploram desenhos e pinturas capazes de estimular a criatividade e a coordenação motora. Essa parte é ministrada por Eduarda, que dá aulas de inglês e arteterapia para a criançada e explica que o teor das oficinas está centrado na emoção, não na estética visual.

"O meu foco sempre foi a arte e a questão da motricidade, da criança poder pegar um lápis, poder pegar uma tinta, ela saber se desenvolver, se expressar sem ficar se sentindo mal, ter uma liberdade", sentencia Eduarda, que projeta dois novos produtos do Labirinto Criativo pensados para os pequenos levarem para casa. Tratam-se de um livro voltado ao público infantil e de um conjunto de cartas de yoga que funciona como um tutorial de calma: os pais, nos momentos em que querem fazer algo diferente com os filhos e precisam de opções para não deixá-los na



Pâmella e Eduarda Ferreira ensinam yoga, arte e inglês por meio do projeto Labirinto Criativo

frente da TV, utilizam o material — com exercícios de respiração e posturas de yoga —, ajudando a acalmá-los. A ilustração será feita por Eduarda, responsável pelo mascote do Labirinto Criativo, um coelho inspirado em Alice no País das Maravilhas, criado para despertar a curiosidade.

Nessa esteira, elas asseguram que a redução de danos pode ser praticada em casa, a começar pela substituição dos próprios desenhos animados. Um dos mais famosos, Peppa

Pig, é classificado pelas fundadoras como uma animação estimulante e com um vocabulário que não é o mais adequado para o comportamento infantil, com ressalvas em relação ao tratamento entre as crianças e os pais. As duas incentivam o desenho Bluey, apontado como exemplo ideal de desenho de baixo estímulo. Por ter diálogos mais conversados e adequados à idade, a criança absorve a história de forma tranquila.

"Essa recomendação visa

diminuir aqueles momentos de birra, porque é natural a criança, nessa idade, ter esses momentos de estresse, é natural. Mas, se a gente superestimula isso, acaba piorando. Então, a gente tenta fazer esse link orientando os pais", elucida Pâmella.

As empreendedoras atendem Porto Alegre e Região, oferecendo oficinas nas modalidades de yoga, arteterapia e inglês. Mais informações no Instagram (@labirintocriativo_) ou pelo número (51) 99246-9590.



Aulas começam com exercícios de respiração, para que as crianças se conectem com o próprio corpo

Escola na Restinga busca profissionalizar mulheres no mercado da faxina

A Escola da Diarista capacita mulheres que empreendem com limpeza

➔ NEGÓCIOS

MANUELA CASSANO
manuelac@jcrs.com.br

Com o objetivo de preparar mulheres para empreender, com foco na profissionalização, valorização e resgate da autoestima de pessoas que trabalham com limpeza, surgiu **A Escola da Diarista** na Restinga, em Porto Alegre. O negócio de impacto social, criado no fim de maio, é o braço principal da Gabi Valente Soluções, um ecossistema criado pela empreendedora Gabi Valente.

Em 2019, Gabi trocou um trabalho CLT pelo empreendedorismo em busca de autonomia, de liberdade para conduzir a própria rotina e de condições para desenvolver uma atuação alinhada ao que acreditava. "Já me coloquei no lugar de 'eu quero fazer isso por escolha, porque eu gosto de fazer isso'. E, em 2019, pedi demissão para fazer faxina", conta.

Durante a pandemia, a partir da escuta de um relato de uma colega de profissão em um programa de rádio, em que ela relatou que passava dificuldades, necessitando inclusive de doações de alimentos em um semáforo, a empreendedora percebeu que poderia contribuir com o segmento. O episódio a fez enxergar, de forma concreta, a vulnerabilidade enfrentada por muitas trabalhadoras da área. "Veio a percepção de que eu tinha um conhecimento. Busquei entender mais sobre o trabalho para além de só usar o balde. Busquei conhecimento em relação a esse trabalho", conta.

Gabi questionou por que a mesma profissão gerava resultados tão diferentes e iniciou a Escola da Diarista de forma itinerante, levando as aulas para diferentes espaços e testando o interesse das alunas em uma proposta que unia orientação prática e valorização pessoal.

A vontade de se estabelecer em uma localização específica foi o sonho da empreendedora, pela necessidade de autonomia para tocar o projeto que, até então, dependia de locais cedidos por outras instituições e pessoas. Após ministrar o curso para uma quinta turma no espaço da ONG Renascer da Esperança, ela decidiu que só

abriria uma próxima classe em um local próprio, com estabilidade para o funcionamento da escola.

"Querida muito comprar um terreno e construir esse espaço. Mas seria um dinheiro e um valor agregado. Mesmo na Restinga, mesmo sendo um bairro de periferia, ainda assim é caro", detalha.

A coincidência tomou conta de sua vida quando a possibilidade de alugar um imóvel ao lado do terreno que sonhou em construir a escola foi proporcionada através de contatos próximos. Ela conseguiu realizar um contrato de aluguel para o espaço onde hoje funciona a Escola da Diarista, na Restinga, região em que a empreendedora passou a concentrar parte de sua trajetória.

O espaço, que estava deteriorado, foi reformado com aporte do Instituto Mari Johannpeter, que financiou 100% da obra e possibilitou transformar a estrutura em um ambiente adequado para receber as alunas, com salas organizadas e condições mínimas para a rotina de aprendizagem.

Módulos de aprendizagem

Atualmente, a Escola da Diarista conta com um curso de três meses focado em pilares que preparam a profissional para o mercado moderno, unindo conteúdo técnico, desenvolvimento pessoal e noções de posicionamento profissional.

Entre os módulos do curso existem momentos para capacitação emocional e valorização do serviço, assim como o posicionamento dentro do mercado, para que as alunas entendam não apenas como executar o trabalho, mas como se reconhecer como profissionais.

Quando se trata de educação financeira, a Escola da Diarista promove aulas em parceria com o Sebrae-RS, visando tratar de assuntos sobre formalização e cuidados financeiros. "Eles trazem isso de uma forma bem popular, bem mastigada para entenderem que é importante sim prestar atenção nessa parte do trabalho", conta Gabi.

Existe um momento focado na parte das redes sociais, com o intuito de capacitar as alunas para a utilização do Instagram, para criar confiança digital e aumentar a visibilidade para possíveis clientes, algo que hoje faz diferença direta na captação de trabalho.

"É você divulgando o que faz, mostrando o refino do teu trabalho, mostrando o antes e o depois e criando confiabilidade via digital", enfatiza a empreendedora



Gabi Valente é a empreendedora à frente da Escola da Diarista, que abriu um espaço físico na Capital

ra, sobre a importância da etapa. Por último, existe um momento de capacitação técnica com foco na parte tradicional da profissão, retomando práticas essenciais com orientação aplicada ao dia a dia. "É conhecer os produtos, os equipamentos, entender onde usar, como usar, e, depois, apresentar esse perfil de atendimento que você vai ter."

Ao final do curso, as alunas recebem kits de produtos profissionais para utilizarem em seus próprios negócios e são direcionadas para uma base de clientes de forma gratuita, o que amplia as chances de início da atuação após a formação.

Impacto Social

Como um de impacto social, a Escola da Diarista mantém sua sustentabilidade, segundo Gabi, através dos outros setores da Gabi Valente Soluções e de parcerias estratégicas, construídas para garantir continuidade sem perder o propósito original.

Ela detalha que os negócios de impacto social geram resultados, mas necessitam de recursos financeiros para sobreviver. A indústria química Pisoclean, por exemplo, arca com o aluguel da sede e desenvolveu o produto de limpeza Valente em conjunto com Gabi, em uma relação que conecta apoio estrutural e colaboração comercial. **"Todo mundo vence onde uma mulher ganha e se sente valorizada, e ganha mais, começando a aprender a gerir o seu trabalho."** É nesse momento

que ela proporciona educação para os filhos e possibilidades para uma criança que, daqui a pouco, poderia estar nas ruas", compartilha.

Como projeções para o futuro da Escola da Diarista, Gabi pretende expandir sua grade para cursos pockets de passadoria de roupas

e Personal Organizer, ampliando o alcance da proposta sem abandonar o foco principal na profissionalização das alunas. "Pensei em fazer esses cursos, porque tem mercado, tem pessoas que têm necessidade dessa profissional", afirma a empreendedora.



Os módulos abordam desde melhores produtos à gestão financeira



Ao final do curso, as alunas recebem kits de produtos profissionais