



REPORTAGEM ESPECIAL | PÁGINAS 5, 6, 7, 8 E 9

Longevidade exige nova cultura de investimentos

EM PAUTA

Piscinas de alto padrão puxam faturamento bilionário da iGui



Empresa aposta no setor de alto padrão, vinculado a práticas de ESG, que inclui economia circular e responsabilidade socioambiental

Marca gaúcha soma expansão internacional, novos lançamentos e reconhecimento em franchising

Agnês Noll

agnes@jcrs.com.br

Fundada em Gravataí, na Região Metropolitana de Porto Alegre, em junho de 1995, a iGui transformou uma pequena sociedade de seis pessoas em referência mundial na fabricação de piscinas pré-moldadas. Aos 31 anos de mercado, a rede encerrou 2025 com faturamento total de R\$ 2,5 bilhões, alta de 4% sobre o ano anterior, sendo R\$ 2,3 bilhões gerados no Brasil e R\$ 169,9 milhões vindos da operação internacional, presente em mais de 50 países.

Para o fundador e CEO Filipe Sisson, que atua no setor de piscinas desde 1981 e comandava uma empresa familiar do ramo antes de fundar a iGui, a trajetória da marca é resultado de reinvestimento constante e de decisões tomadas ainda no início da operação. “A opção por mudar o desenho da piscina lá na inauguração da empresa foi importante”, contou, lembrando

que o modelo lançado em 1995 já trazia bancos, degraus e espaços de descanso, em contraste com as piscinas retangulares e sem conforto que eram predominantes no mercado.

A segunda decisão apontada por Sisson como determinante foi a expansão para fora do Rio Grande do Sul, iniciada em 2000, seguida da adoção do sistema de franquias em 2008. Hoje, a rede soma mais de 1.220 unidades no mundo entre fábricas, centros de distribuição e lojas das marcas iGui, Splash e Tratabem.

O reposicionamento da marca para o alto padrão, atualmente simbolizado pelo acabamento em cerâmica Atlas, nasceu da retração do crédito imobiliário no início dos anos 2010, quando bancos praticamente deixaram de financiar o produto. Os anos de investimento resultaram em um processo produtivo que reduziu em até 70% a mão de obra necessária. Em 2025, a empresa ampliou o portfólio com modelos como Rodes, Mino, Castelli, Vallauris, Arita, Cetus, Kéramos, Murano e Aquarium, somados à borda Overflow.

A pauta ambiental, hoje contemplada nas práticas ESG (sigla em inglês para os critérios usados na avaliação do compromisso

das empresas com sustentabilidade ambiental, responsabilidade social e governança corporativa), é apontada por Sisson como característica da empresa desde antes de o termo existir. “Ainda na década de 1990, desenvolvemos um estudo em parceria com a Ufrgs e a Pucrs que comprovou que uma piscina de fibra produzida pela empresa emite 32 vezes menos CO₂ do que uma piscina de concreto”, destaca o CEO.

A companhia mantém o braço socioambiental iGui Ecologia, que completa dez anos em 2025 com um centro de reabilitação de fauna silvestre em Araruama (RJ), além de práticas de economia circular que reaproveitam rebarbas de fibra de vidro na fábrica de Parobé (RS). O desempenho recente rendeu à Rede o Selo de Excelência em Franchising e o Selo Adicional de ESG 2026, da Associação Brasileira de Franchising, além do segundo lugar na categoria Internacional do 1º Prêmio FIAF, da Federação Ibero-Americana de Franquias.

Apesar dos resultados, Sisson reconhece que o setor da construção civil enfrenta um momento de cautela, pressionado pelos juros altos e por um inverno mais rigoroso que o habitual em boa parte do País. “Vamos superar,

com certeza”, afirmou, ao projetar recuperação assim que as condições de crédito para a construção civil se normalizarem.

Questionado sobre as perspectivas para os próximos anos, Sisson pondera que a linha convencional deve acompanhar o crescimento do PIB, enquanto o segmento de alto padrão depende diretamente da retomada do crédito para a construção civil. “Eu acho que o mercado é promissor demais, a gente acredita muito nisso”, resumiu. A expectativa é que o setor deve ganhar fôlego assim que os juros e o cenário internacional se estabilizarem.

Ao projetar o futuro da marca, o CEO diz que a prioridade segue sendo preservar a característica humana da gestão à medida que a Rede continua crescendo. “A nossa intenção é manter todo o caminho do produto, não só a venda pelo dinheiro, vamos dizer assim. Pensar no consumidor, na ergonomia do produto, preservar que o franqueado tenha uma condição de trabalho decente e que ganhe o dinheiro dele”, afirma. Para o presidente o que deve continuar é o respeito que passa por toda a cadeia – do consumidor ao fabricante – e que sustenta toda as expansões da iGui.

RAIO X

- **Empresa:** iGui
- **Ano de fundação:** 1995
- **Ano em que se tornou franquia:** 2008
- **Cidade de origem:** Gravataí (RS)
- **Área de atuação:** Produção e comercialização de piscinas pré-fabricadas, franchising, soluções para lazer e bem-estar, construção civil, manutenção e tratamento de piscinas por meio das marcas iGui, Splash e Tratabem.
- **Faturamento em 2025:** Superior a R\$ 2,5 bilhões.
- **Projeção de faturamento para 2026:** Crescimento de 5%, na comparação com 2025.
- **Onde a empresa quer estar daqui a cinco anos:** Consolidar ainda mais sua liderança global no mercado de piscinas pré-fabricadas, ampliar a atuação nos segmentos de construção civil e arquitetura, expandir o ecossistema de marcas e serviços e fortalecer a capacitação de profissionais especializados por meio da Tratabem.
- **Diferenciais competitivos:** Maior produtora e comercializadora de piscinas pré-fabricadas do mundo; Presença em mais de 50 países; Atendimento às novas demandas da construção civil, com projetos cada vez mais personalizados e tecnicamente complexos.



“Respeitar tanto desde o consumidor até o fabricante, que é o último interessado economicamente, o respeito a toda essa rede que trabalha para chegar ao consumidor com qualidade é o que fez a iGui chegar aonde chegou”

Filipe Sisson,
Fundador e CEO

FEED



Jogo da vida: O que o futebol pode te ensinar sobre a vida e os negócios; Tiago Brunet; Editora Academia; 176 páginas; R\$ 54,90; Disponível em versão física e digital.

Protagonismo

De forma direta, prática e profunda, Tiago Brunet, mentor e autor de diversos best-sellers, traz comparações do dinamismo do futebol, para mostrar como lidar com a pressão, tomar decisões, construir autoridade, vencer dilemas internos e avançar mesmo quando a partida parece perdida. Brunet é referência internacional em desenvolvimento pessoal, liderança e espiritualidade e em “Jogo da vida: O que o futebol pode te ensinar sobre a vida e os negócios”, ajuda a entender como o ambiente pode definir o seu destino e o que fazer para não ser mais um que ficou para trás.

O autor defende que o futebol sempre ensinou conselhos, dire-

cionamentos e inspiração, mas faltava alguém para traduzi-los. Nesta obra, Brunet exemplifica como o futebol pode mostrar os caminhos para vencer na vida e negócios sendo melhor a cada dia. Alguns dos ídolos do futebol brasileiros fizeram essa leitura e comentaram sobre: “As páginas trazem, por meio do futebol, orientações sobre como vencer, superar derrotas e traçar estratégias”, aponta Cafu, capitão da seleção brasileira pentacampeã. Kaká, jogador da mesma seleção, concorda: “Este livro não é sobre futebol. É sobre como o esporte mais apaixonante do mundo nos ensina a superar os problemas do dia a dia e a vencer na vida e nos negócios.”

Inovação

A obra “Gestão de Projetos com Inteligência Artificial” chega em um momento em que planejar bem já não é suficiente. Atualmente, vemos um cenário instável, de equipes sobrecarregadas e resultados que não aparecem, um panorama que este livro se propõe a compreender e transformar. Mario Trentim, professor, palestrante e consultor, dialoga com outros autores para apresentar uma nova forma de entender a disciplina. O autor nos mostra a gestão de projetos como um sistema de tomada de decisão em ambientes complexos, no qual dados e inteligência artificial deixam de ser assuntos de TI e passam a ser ferramentas

estratégicas nas mãos do gestor.

O livro sustenta uma tese central: a IA não substitui o gestor de projetos, mas amplifica a capacidade de análise, previsão e decisão. Ao longo de 14 capítulos organizados em sete partes, diversos temas são apresentados, como a priorização estratégica de portfólios, vieses cognitivos nas decisões, business cases orientados por dados, estimativas probabilísticas, monitoramento inteligente de projetos, gestão de qualidade e riscos, governança e liderança adaptativa. Cada capítulo é encerrado com atividades práticas que conectam teoria ao cotidiano das organizações.

Gestão

Entender a relação entre as transformações geopolíticas e o processo de tomada de decisão empresarial é um recurso importante para a gestão contemporânea. “A era da pós-normalidade: ensaios sobre geopolítica e gestão” foi pensado como um auxílio para o desenvolvimento desse recurso. A principal hipótese trazida pelo autor é a de que vivemos o fim da ordem política e social criada após a Segunda Guerra Mundial.

Segundo Antonio Gelis Filho, professor e doutor em Administração pela Fundação Getúlio Vargas, o mundo atravessa um período de mudanças aceleradas e incertezas, e analisa como a “pós-normalidade” está redefinindo a sociedade, a economia

e as relações globais. Com uma linguagem acessível, elabora pensamentos estratégicos para compreender o presente e se preparar para o futuro.

Como principal ensinamento para a carreira empresarial, Gelis Filho defende que, diante de cada nova crise geopolítica, em vez de se deixar levar pelo clima de pânico ou euforia, empresários e profissionais devem concentrar sua atenção em identificar os riscos e, sobretudo, as oportunidades que esses acontecimentos podem representar para seus negócios e para suas trajetórias profissionais. Assim, a obra torna-se um guia para navegar nessa nova realidade e transformar mudanças em oportunidades.



Novo espaço amplia oportunidades de estágio e aprendizagem para os jovens do Médio Alto Uruguai

A inauguração da nova unidade do CIEE-RS em Frederico Westphalen, que ocorreu na última quinta-feira (30), foi mais do que a mudança para um endereço com espaço maior: simboliza um novo momento para a instituição e reafirma seu compromisso com o acolhimento e a formação de jovens, o fortalecimento das empresas e o desenvolvimento regional.

Presente no município há 37 anos, o CIEE-RS consolidou sua atuação ao lado da comunidade e hoje atende os 24 municípios do Médio Alto Uruguai, administrando cerca de 1 mil contratos ativos de estágio e aprendizagem. A nova sede, localizada na Rua Aparício Borges, 470, sala 2, foi planejada para acompanhar esse crescimento e ampliar a capacidade de atendimento.



O espaço reúne laboratório de informática, salas de aprendizagem, ambiente de convivência para estudantes e aprendizes e uma estrutura voltada ao atendimento de empresas, instituições de ensino e órgãos públicos. Além de oferecer mais conforto e acessibilidade, a unidade fortalece a oferta de programas de estágio e aprendizagem, recrutamento e seleção, cursos, capacitações, processos seletivos e acompanhamento de contratos.

A ampliação da estrutura também reflete uma visão de futuro. Em um cenário em que a qualificação profissional e a aproximação entre educação e mercado de trabalho são cada vez mais importantes, investir em ambientes preparados para atender estudantes e organizações significa ampliar oportunidades e contribuir para o desenvolvimento econômico e social da região.

Para o gerente operacional do CIEE-RS, Adriano Lirio, o novo espaço materializa esse compromisso.

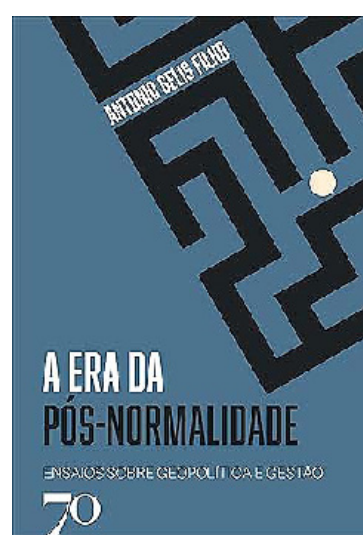
“Esta nova unidade representa um investimento nas pessoas e no potencial do Médio Alto Uruguai. Com uma estrutura mais moderna e preparada para as demandas atuais, ampliamos nossa capacidade de atendimento e fortalecemos nossos laços com os parceiros. Isso cria condições para beneficiar ainda mais estudantes e jovens aprendizes, aproximando-os do mercado de trabalho e contribuindo para desenvolver cada vez mais o estado”.

www.cieers.org.br
(51) 3363-1000



Acompanhe as nossas novidades

**con-
jun-
tos**



A era da pós-normalidade: ensaios sobre geopolítica e gestão; Antonio Gelis Filho; Editora Edições 70; 256 páginas; R\$ 69,90; Disponível em versão física e digital.



VISÃO EMPRESARIAL

Carlos Fernandes

Vice-presidente da Associação Comercial de Porto Alegre (ACPA)

Estratégia e resiliência no comércio de Porto Alegre

O cenário econômico atual impõe ao comércio um desafio que vai muito além da simples sobrevivência operacional. Entre a flutuação do poder de compra do consumidor, a pressão inflacionária nos custos e a digitalização irreversível dos hábitos de consumo, o varejo da capital gaúcha se encontra em uma encruzilhada estrutural. Para superar este momento, a resposta não reside no corte indiscriminado de despesas ou na espera passiva por ventos econômicos mais favoráveis, mas sim na sofisticação e na integração radical entre três frentes vitais: a estratégia comercial, a prestação de serviços ao cliente e a comunicação de alta performance.

Historicamente reconhecido por sua força e tradicionalismo, o comércio porto-alegrense precisa, mais do que nunca, abandonar o empirismo. O consumidor contemporâneo tornou-se extremamente criterioso. Ele pesquisa, compara e exige valor que transcende o preço da etiqueta. Nesse contexto, a velha máxima de que “um bom pro-

duto se vende sozinho” perdeu o sentido. A venda hoje é o resultado de uma jornada complexa, e as empresas que negligenciam o alinhamento entre atração, excelência na prestação de serviços e conversão estão, essencialmente, deixando dinheiro na mesa.

Uma estratégia de comunicação eficiente, em tempos de incerteza, não se resume à publicidade ou à manutenção de redes sociais ativas. Trata-se de inteligência de mercado. Significa compreender profundamente as novas dores do cliente local, mapear suas jornadas de compra - que agora misturam o físico e o digital - e comunicar de forma clara a proposta de valor da marca. Em Porto Alegre, onde o comércio de bairro ganha relevância e os grandes centros comerciais se

reinventam, o marketing precisa ser analítico, focado em dados e capaz de otimizar o custo de aquisição de clientes (CAC).

Contudo, atrair o cliente é apenas metade do caminho. É na estratégia comercial e na experiência de atendimento que o planejamento se transforma em receita sustentável. Uma força de vendas resiliente e bem treinada precisa entender que o processo comercial atual é consultivo, onde a prestação de serviços continua atua como a principal alavanca de retenção e aumento do faturamento. O foco deve migrar da transação pontual para a construção do relacionamento a longo prazo. Além de uma gestão de estoque cirúrgica e da precificação correta, a inclusão de serviços agregados cria políticas sólidas de fidelização que aumentam diretamente o valor do tempo de vida do cliente (LTV).

Quando o fluxo de caixa está pressionado, reter e rentabilizar um cliente antigo por meio de um serviço de excelência custa muito menos do que conquistar um novo. A verdadeira virada

de chave para o comércio local reside na sinergia dessas áreas. Marketing, comercial e prestação de serviços não podem operar de forma isolada. O marketing gera o desejo e qualifica a demanda; a equipe comercial e de atendimento colhe os dados da ponta, resolve as dores do consumidor e fecha o ciclo. Quando essas engrenagens giram em harmonia, o comércio cria previsibilidade, aumenta o ticket médio e ganha margem de manobra para enfrentar a volatilidade econômica. O momento exige coragem para inovar, eficiência para executar e, acima de tudo, a certeza de que a relevância de uma marca se constrói na capacidade de ser a melhor e mais completa solução para o cliente, justamente quando o cenário parece mais complexo.

O comércio porto-alegrense precisa, mais do que nunca, abandonar o empirismo

OPINIÃO

Impacto da gentileza na cultura organizacional

Michelle Matoso

Diretora de Gente & Gestão da Docile

A cultura organizacional define como o sucesso de uma empresa é construído. Engajamento, motivação e produtividade não derivam de metas e processos, são consequência direta de escolhas diárias ligadas a valores, propósito, estratégia de negócio e a ativos inegociáveis. É nesse ponto que a gentileza passa de um conceito abstrato a pilar desta equação, um sistema vivo dentro da organização.

Não falo de uma gentileza circunstancial, e sim daquela que orienta decisões, molda comportamentos e sustenta relações. Um atributo genuíno, que não evita conflitos ou suaviza exigências, mas que engloba cuidado, empatia, respeito, transparência e viabiliza um ambiente seguro mesmo diante da alta cobrança por resultado. A gentileza que não reduz a régua, mas qualifica a forma como alcançamos nossas metas.

Dados do relatório People at Work 2025, do ADP Research, divisão de pesquisas sobre mercado de trabalho e desempenho dos colaboradores da ADP, mostram que um em cada cinco trabalhadores

no mundo se considera totalmente engajado no trabalho. No Brasil, este percentual é maior: 27% afirmam estar comprometidos, o que coloca o país na terceira posição entre as 34 nações estudadas.

Entre as variáveis que explicam este engajamento estão equipes de alta qualidade, que se constroem em ambientes onde há confiança, respeito e coerência. Percebo um movimento crescente das organizações em direção a culturas mais conscientes. Ambientes nos quais a gentileza é levada a sério tendem a ter mais clareza nas relações, menos ruído na comunicação, maior senso de responsabilidade individual e vínculos mais fortes com o negócio.

A gentileza está presente na

forma como líderes se posicionam, como decisões são comunicadas, como processos são desenhados e como o erro é tratado. Como padrão, educa o ambiente, contamina positivamente, cria referências e estabelece um modelo de convivência que se perpetua. Pessoas que se sentem respeitadas e consideradas se comprometem, se conectam com o propósito e contribuem de forma mais consistente para o crescimento do negócio. Gentileza não é sobre tornar o ambiente mais leve. É sobre torná-lo mais forte, mais sustentável e mais humano, sem abrir mão de resultado. Porque, quando incorporada de forma genuína, a gentileza não é apenas um valor, passa a ser uma forma de operar.

Gentileza não é sobre tornar o ambiente mais leve. É sobre torná-lo mais forte, mais sustentável e mais humano, sem abrir mão de resultado



Onde o mercado imobiliário ainda cresce

Alexandre Medeiros

Diretor da Casin Conquista

Em um cenário de juros elevados e crédito mais restrito, muitos segmentos do mercado imobiliário reduziram o ritmo. O médio e o alto padrão seguem impactados pelo custo do financiamento, levando compradores a adiar decisões enquanto aguardam um ambiente econômico mais favorável. Na contramão desse movimento, a habitação de interesse social consolidou-se como a principal força da construção civil em 2026.

Os números ajudam a explicar essa realidade. A carteira habitacional da Caixa Econômica Federal ultrapassou R\$ 1 trilhão, com cerca de 3 mil contratos assinados por dia e mais de R\$ 1 bilhão liberado diariamente em financiamentos. O banco também ampliou os recursos destinados à produção imobiliária, reforçando um segmento que segue aqueci-

do mesmo em um ciclo de juros elevados.

Essa diferença tem uma explicação simples: o Minha Casa, Minha Vida não depende diretamente das oscilações da Selic. Suas condições de financiamento são estruturadas pelo FGTS, oferecendo estabilidade para famílias que encontram parcelas compatíveis com sua renda.

Outro movimento importante ocorre na Faixa 4, destinada à classe média. O crescimento das contratações mostra que existe demanda consistente, mas a oferta ainda não acompanha esse avanço. Muitas famílias aptas ao programa encontram dificuldade para localizar imóveis dentro do teto de preço, criando uma oportunidade para incorporadoras preparadas para atender esse público.

Nesse contexto, o desafio das empresas deixou de ser esperar uma melhora no cenário macroeconômico. O diferencial

está em desenvolver produtos enquadrados no programa sem abrir mão de qualidade, eficiência construtiva e boa localização. O consumidor pesquisa, compara e faz escolhas cada vez mais criteriosas.

Há ainda um indicador pouco destacado: a inadimplência superior a 90 dias na carteira habitacional da Caixa permanece em apenas 1,56%. É um dado que demonstra a prioridade que a moradia ocupa no orçamento das famílias e reforça a previsibilidade para quem investe e produz nesse segmento.

O mercado imobiliário brasileiro vive uma mudança estrutural. Enquanto parte do setor continua condicionando suas expectativas aos movimentos da política monetária, o Minha Casa, Minha Vida consolidou-se como o principal motor da produção habitacional e um dos pilares do desenvolvimento do mercado imobiliário nacional.

REPORTAGEM ESPECIAL

Planejamento financeiro é a chave para envelhecer com autonomia

Ana Esteves

Especial para o JC

A ideia de que a aposentadoria está distante pode ser confortável, mas também perigosa: para 41% dos brasileiros, o futuro financeiro ainda é tratado como um problema a ser resolvido mais adiante, quando a velhice chegar. O comportamento, no entanto, contrasta com uma transformação demográfica que já está em curso: as pessoas estão vivendo mais e precisam se preparar para financiar um período de vida mais longo.

Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a expectativa de vida da população brasileira chegou aos 76,6 anos em 2024, número maior para mulheres (79,9 anos), que vivem mais que os homens (73,3 anos).

Com o tempo de vida aumentando gradativamente, vem a necessidade de se ter, além de saúde e qualidade de vida, longevidade financeira. Essa preocupação tende a aumentar entre a população 50+, especialmente para os que chegam nessa idade sem ter planejado uma aposentadoria acompanhada de tranquilidade monetária.

Além dos mais de 40% de brasileiros que não se programam financeiramente, a pesquisa Planejamento financeiro do brasileiro: da consciência à prática, realizada pela Associação Brasileira de Planejamento Financeiro (Planejar) em 2025 com 2 mil entrevistados de todas as regiões do País, mostra ainda que 32% se avaliam como razoavelmente organizados e apenas 27% afir-

mam ser muito ou extremamente planejados. Já 64% dizem planejar os gastos com frequência e 59% afirmam conhecer sua renda mensal.

É o caso do administrador de empresas Paulo Schons, do município de Não-Me-Toque no Norte do Rio Grande do Sul, que, aos 40 anos, começou a se organizar para poder se aposentar sem ter que depender apenas do INSS. “Apliquei recursos em previdência privada, investi em renda fixa e imóveis para ter mais tranquilidade na hora de parar”, afirma.

Com o tempo de vida aumentando gradativamente, vem a necessidade de se ter, além de saúde e qualidade de vida, longevidade financeira

Para o embaixador da Planejar no Rio Grande do Sul, Roberto Cazzetta, por uma série de questões históricas, sociais e culturais, o planejamento de longo prazo é um desafio no Brasil. A mentalidade de que “o governo cuida de nós”, so-

mada à dificuldade de poupar e investir, levou a geração que está aposentada atualmente a depender majoritariamente da previdência social, o que é insuficiente para fazer frente ao aumento na expectativa de sobrevida e inflação contínua.

Embora existam outras formas de investir para o objetivo de ter uma renda futura, o fato de apenas 15% das pessoas possuírem um plano de previdência privada comprova a dificuldade de planejar a aposentadoria. “Estimo que, a maioria desses 15%, não investe o suficiente para gerar uma renda que vai fazer frente às despesas no futuro. Daí a importância de planejar adequadamente”, aponta.

Leia mais nas próximas páginas >>

DRAGOS CONDREA/MAGNIFIC/DIVULGAÇÃO/JC



REPORTAGEM ESPECIAL

Pesquisa do Sicredi aponta que 70 milhões de brasileiros não se preparam para a aposentadoria

Com expectativa de vida maior, especialistas alertam para a necessidade de construir patrimônio e garantir renda para um período mais longo

Ana Esteves
Especial para o JC

O planejamento financeiro pode começar em qualquer idade, inclusive depois dos 50 anos, mas pensar a longo prazo nem sempre é confortável. “Tem estudos que mostram que o cérebro entende o guardar dinheiro como se estivessemos dando esse valor para estranhos”, explica a consultora de desenvolvimento do cooperativismo da Central Sicredi Sul Sudeste, Júlia Elisabeth Marx Tagliari. Uma pesquisa sobre Prosperidade do Brasileiro, realizada pelo Sicredi em parceria com o Datafolha, aponta que 70 milhões de brasileiros em idade ativa estão fora de qualquer sistema de previdência pública ou privada.

São pessoas que trabalham, muitas vezes como autônomas, mas não fazem investimentos direcionados à aposentadoria. O dado acende um alerta diante do aumento da longevidade. De acordo com o IBGE, uma pessoa que hoje tem 40 anos e se aposenta aos 65 pode precisar financiar 22 anos ou mais de vida sem a renda do trabalho.

Na prática, o período após a aposentadoria pode ser tão longo quanto a própria trajetória profissional. “Pela expectativa de vida, temos exatamente o tempo que provavelmente está trabalhando para viver, mas sem essa renda do trabalho”, afirma Júlia.

Segundo a especialista, para quem tem 50 anos ou mais, a

sensação de que “já é tarde demais” pode se transformar em mais uma barreira. A orientação, porém, é justamente o contrário. “Não está tarde para começar”, aconselha. Júlia destaca que o Sicredi conta com cursos de educação financeira online gratuitos, abertos ao público em geral, e assim como palestras para diferentes públicos.

“Tivemos mais de mil ações falando sobre o tema de educação financeira”, diz Júlia, referindo-se à 13ª Semana Nacional de Educação Financeira (Semana ENEF) com o tema Educação Financeira: construindo um futuro com longevidade e prosperidade, realizada em maio deste ano.

Entre as recomendações para quem quer começar a se planejar, ela indica que, a cada três meses, seja feito um levantamento exato de quanto entra e quanto sai. A tarefa inclui considerar a renda líquida e detalhar os gastos por categoria: alimentação, combustível, energia elétrica, lazer, transporte e demais despesas.

Também é importante identificar custos fixos e sazonais. A ideia é transformar o orçamento em uma imagem real da vida financeira. Muitas vezes, pequenos gastos passam despercebidos no dia a dia: os R\$ 10 de uma compra, os R\$ 29 de uma assinatura ou as pequenas corridas de aplicativo parecem pouco isoladamente. Somados, porém, podem representar um valor significativo ao fim do mês. “São aqueles R\$ 10,00, mais R\$ 10,00, mais R\$ 10,00 na fatura do cartão de crédito que podem virar R\$ 3 mil”, resume a especialista.

Fazer um raio-X das finanças também pode ajudar quem está endividado a enxergar a própria situação sob outra perspectiva. Júlia conta que, quando trabalhava em uma agência bancária, era



Pequenos gastos podem passar despercebidos no dia a dia, mas, somados, tendem a gerar valor significativo

comum ouvir clientes afirmarem que não tinham patrimônio porque “tudo era do banco”. Nesses casos, ela propunha um exercício simples: calcular quanto da dívida já havia sido quitado e quanto ainda faltava pagar. “Se eu já paguei mais de 50% dessa dívida, essa parcela do patrimônio já é minha”, explica.

A mesma lógica vale para a renda. Além do salário, benefícios como vale-alimentação, plano de saúde e cesta básica represen-

tam valores que deixam de sair do orçamento mensal. O FGTS e investimentos já realizados também devem ser considerados na fotografia financeira. O objetivo é enxergar o patrimônio e os recursos existentes antes de concluir que não há nada construído.

Depois de entender a própria realidade, a orientação é estabelecer objetivos e automatizar o hábito de investir. Uma das estratégias sugeridas é tratar o investimento como uma conta fixa,

com desconto automático todos os meses.

A lógica é “se pagar primeiro”, em vez de esperar o fim do mês para guardar o que eventualmente sobrar. O valor inicial, segundo Júlia, não precisa ser alto. Até mesmo R\$ 20 mensais podem ajudar a criar o hábito. A automatização reduz a possibilidade de o dinheiro ficar disponível na conta e ser consumido por uma compra por impulso ou por uma promoção.

TÂNIA MEINERZ/JC

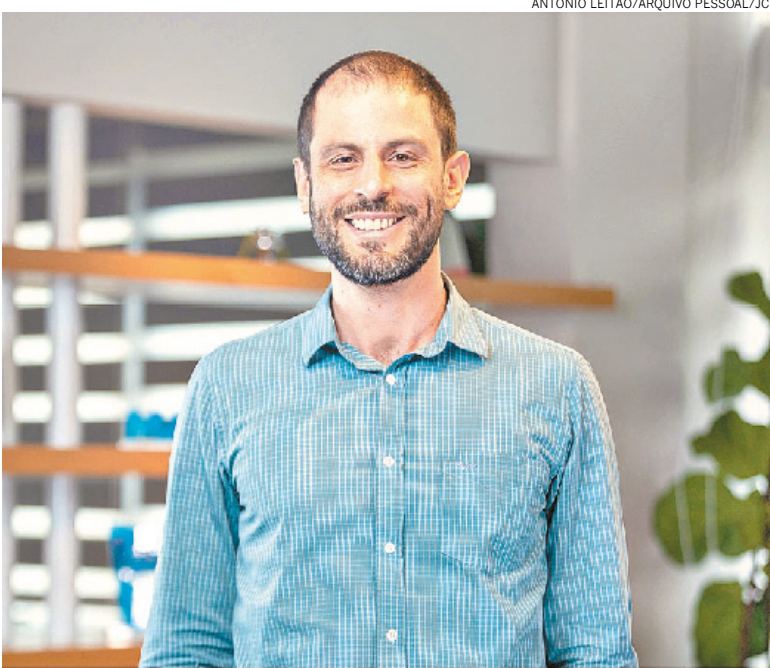
Dependência da aposentadoria pública é arriscada e não supre todas as necessidades

A dependência da aposentadoria pública como principal estratégia de planejamento representa um risco, segundo especialistas. “Se você põe na mão do Estado a responsabilidade do seu sustento, saiba que não vai ser suficiente”, afirma a psicóloga especialista em Psicologia do Dinheiro, Valéria Meirelles. A preocupação não se restringe aos trabalhadores da iniciativa privada e aos autônomos. Servidores públicos e profissionais que hoje possuem renda elevada também podem enfrentar uma queda significativa nos ganhos após a aposentadoria.

A perda de benefícios e vantagens que integram o orçamento durante a vida profissional pode alterar de forma importante a capacidade de consumo. O risco é tentar manter o mesmo padrão de vida sem considerar a nova realidade financeira. “Quanto tempo você acha que vai viver? Quanto vai custar?”, questiona. Para Valéria, a preparação financeira para a velhice não está relacionada apenas à capacidade de pagar contas, mas também à autonomia das pessoas e à relação entre recursos financeiros e poder de decisão. Uma pessoa que sempre administrou a própria vida pode, diante da falta de dinheiro, passar a depender de filhos ou outros familiares para movimentar recursos, pagar despesas e tomar decisões cotidianas. “Saúde mental e saúde financeira estão alinhadas”, resume.

Para o especialista em longevidade do Instituto de Longevidade MAG, Antônio Leitão, um dos problemas é não acreditar na própria longevidade, pois muita gente pensa que vai viver até os 75, mas pode viver até os 90, 100 anos. “Não conhecer a importância de meios de proteção, como um bom seguro de vida ou plano de previdência também é outro erro. Um seguro pode ajudar, por exemplo, quem não conseguiu guardar dinheiro suficiente, mas de repente fica doente e precisa de auxílio financeiro por um tempo”, argumenta.

Outra questão, segundo o especialista, é não conhecer os pontos básicos da educação financeira, como consumir de forma consciente, aprender a fazer renda extra e saber investir mi-



ANTÔNIO LEITÃO/ARQUIVO PESSOAL/JC

Leitão diz que um dos problemas é não acreditar na própria longevidade

nimamente para fazer o dinheiro crescer.

Mesmo aos 50 anos, há tempo para rever escolhas, definir prioridades e reorganizar os recursos. O primeiro passo, segundo Valéria, é estabelecer uma visão concreta do futuro. “Como você vai querer chegar aos 80?”, provoca. A pergunta ajuda a transformar um horizonte distante em uma meta e o planejamento não se limita à formação de uma reserva, envolve também a manutenção da saúde, da capacidade funcional e a previsão de despesas que tendem a aumentar com o avanço da idade.

“Você tem que abrir mão de alguma coisa hoje para ter posses no futuro”, pontua Valéria. O problema é que, na prática, a lógica do consumo costuma falar mais alto. A cultura do “eu mereço” e o prazer imediato proporcionado por uma compra tornam mais difícil priorizar um benefício que só será percebido anos ou décadas depois. Ela dá como exemplo uma televisão adquirida para assistir a uma Copa do Mundo: a compra pode estar associada à reunião da família, à recepção de amigos e à experiência de acompanhar o evento em casa. Depois que a competição termina, no entanto, a necessidade e o desejo podem perder força. “O gasto permanece. A satisfação, não necessariamente”, diz.

Sobre as maneiras de equilibrar o planejamento para o futuro com os gastos atuais, Leitão diz ser uma realidade que requer

ainda mais educação financeira, estabelecimento de prioridades, conhecimento dos próprios direitos sociais e capacidade e vontade de fazer renda extra. “Sabemos que a renda média do brasileiro fica ao redor de R\$ 3 mil e que 80% da população está endividada, então consumir de forma consciente e conhecer as próprias receitas e despesas é um ponto básico. Se estiver faltando dinheiro mesmo consumindo de forma consciente, é hora de pensar em como ganhar mais”, aponta.

Segundo o especialista, existem alguns pilares estratégicos que ajudam a reorganizar a vida financeira e o primeiro deles é poupar mais. Mas como poupar mais sem conhecer receitas e despesas muito bem? Por isso, a primeira ação é conhecer para onde está indo o dinheiro e quanto dinheiro efetivamente está chegando.

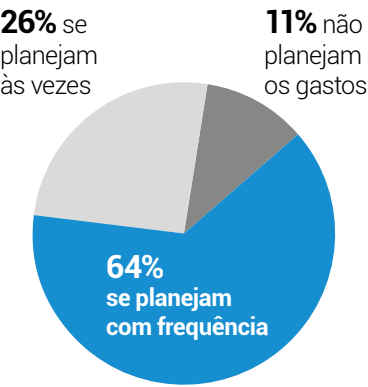
“É olhar para a conta sem medo com o objetivo de resolver. E poupar mais requer consumir de forma consciente, ou seja, entender se realmente a pessoa está comprando o que precisa ou pode cortar ou substituir gastos”, explica. Outro ponto importante é estar atento a alternativas para gerar renda extra. É possível usar conhecimentos e tempo livre para aumentar a renda, produzindo algo para vender ou até negociando o que não usa mais. Essas são algumas estratégias que precisam ser colocadas em prática no dia a dia.

O que diz a pesquisa O planejamento financeiro do Brasileiro: da consciência à prática

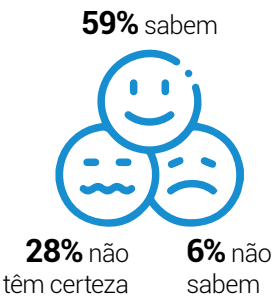
Como os brasileiros planejam as finanças

- 27% extremamente planejadas
- 32% razoavelmente planejadas
- 41% pouco ou nada planejadas

Frequência de planejamento de gastos dos brasileiros



Sabem quanto é a renda mensal



Sabem quanto gastam por mês

41% sabem
52% não têm certeza
7% não sabem

Entre as pessoas que se consideram planejadas

74% sabem
19% não têm certeza
3% não sabem

Se possui reserva financeira

59% possuem
43% não possuem

Entre as pessoas que se consideram planejadas

79% possuem
21% não possuem

Maioria da população das classes ABC não consegue obter renda que supere suas despesas

39% gastaram mais que a renda

35% gastaram aproximadamente o que ganham

23% gastaram menos do que a renda

Entre as pessoas que se consideram planejadas

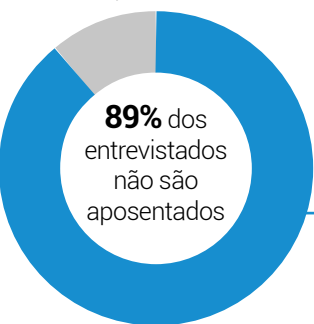
22% gastaram mais que a renda

34% gastaram aproximadamente o mesmo

42% gastaram menos do que a renda

Aposentadoria

11% são aposentados



Entre os aposentados: principais fontes de renda

82% INSS
17% Previdência privada
14% Continuar trabalhando

Entre os não aposentados: principais fontes de renda para o futuro

64% INSS
31% Reserva própria
22% Previdência privada

REPORTAGEM ESPECIAL

Planejamento para a longevidade começa muito antes da aposentadoria

Ana Esteves*

Especial para o JC

A aposentadoria deixou de ser uma preocupação de longo prazo para se tornar um tema cada vez mais presente entre os brasileiros que chegam aos 50 anos de idade e que terão de custear mais anos de vida, sem a renda do trabalho. Nessa entrevista concedida com exclusividade ao Jornal do Comércio, a planejadora financeira Carla Rossi defende que esse cenário exige uma mudança de comportamento: revisar constantemente o planejamento financeiro e abandonar a busca por ganhos rápidos em investimentos de alto risco.

Empresas & Negócios – O aumento da expectativa de vida faz com que muitas pessoas precisem sustentar uma aposentadoria de 20, 30 ou mais anos. O que muda no planejamento financeiro quando alguém chega aos 50 anos?

Carla Rossi – Os 50 anos costumam ser o momento em que as pessoas passam a olhar com mais atenção para o patrimônio construído e passam a pensar de que forma ele garantirá renda na aposentadoria. Ao mesmo tempo, algumas despesas típicas do início da vida adulta deixam de existir, como gastos com educação dos filhos, faculdade ou financiamento imobiliário. Em contrapartida, aumentam os custos com saúde, principalmente com planos de saúde, exames e tratamentos. O ideal é que o planejamento financeiro seja revisto continuamente ao longo da vida. Quem faz isso não precisa promover grandes mudanças aos 50 anos, apenas ajustar a estratégia conforme a realidade muda.

E&N – Ainda é possível recuperar o tempo perdido para quem chega aos 50 anos sem uma reserva financeira?

Carla – O melhor momento para começar foi há 20 ou 30 anos, mas o segundo melhor momento é agora. Quem inicia cedo aproveita melhor o efeito dos juros compostos, mas isso não significa que quem chegou aos 50 anos sem patrimônio esteja condenado. Sempre digo que algum investimento é melhor do que nenhum. O importante é começar imediatamente e construir uma estratégia com-

patível com a realidade financeira da pessoa.

E&N – Qual deve ser a prioridade para quem nunca conseguiu se organizar?

Carla – Primeiro, colocar o orçamento em ordem, depois, garantir a contribuição ao INSS, principalmente no caso dos trabalhadores autônomos. A aposentadoria pública talvez não seja suficiente para manter o padrão de vida, mas representa uma renda vitalícia importante. A partir daí, o ideal é criar o hábito de investir regularmente, mesmo que os aportes iniciais sejam pequenos.

E&N – Muitos brasileiros procuram investimentos de alta rentabilidade para recuperar o tempo perdido. Esse caminho faz sentido?

Carla – Não. Esse é um dos maiores equívocos que vejo. Rentabilidade sempre está associada a risco e muitas pessoas acreditam que precisam encontrar um investimento que renda muito para compensar o tempo perdido, quando, na verdade, o patrimônio é construído pela disciplina de investir regularmente. Hoje vemos pessoas tentando enriquecer por meio de apostas ou aplicações extremamente arriscadas e isso não constrói patrimônio, pelo contrário, aumenta a chance de perder o que foi acumulado durante anos. Existem investimentos bastante seguros e com rentabilidades interessantes, como títulos públicos e outras aplicações de renda fixa. Não faz sentido correr riscos elevados quando o objetivo é financiar a aposentadoria. Principalmente para quem está próximo de utilizar esse dinheiro. Quanto menor o tempo para recuperar uma eventual perda, maior deve ser o cuidado com a preservação do patrimônio.

E&N – Como calcular quanto será necessário para manter o padrão de vida depois da aposentadoria?

Carla – Existe uma regra bastante utilizada no planejamento financeiro baseada na retirada anual de aproximadamente 4% do patrimônio. De forma simplificada, basta multiplicar o custo mensal de vida por 300. Quem pretende manter uma renda de R\$ 10 mil por mês precisaria construir um patrimônio próximo de R\$ 3 milhões para retirar esse valor de forma sustentável



CARLA ROSSI/ARQUIVO PESSOAL/JC

Carla destaca a importância da disciplina e de iniciativas seguras

ao longo da aposentadoria, preservando o patrimônio no longo prazo. É um cálculo aproximado, mas ajuda as pessoas a visualizar o tamanho do desafio.

E&N – Muitas pessoas acreditam que a aposentadoria do INSS será suficiente para manter o padrão de vida. Essa percepção corresponde à realidade?

Carla – O INSS é fundamental, mas dificilmente será suficiente para quem deseja manter o mesmo padrão de vida da fase ativa. Hoje existe um teto de benefício e muitas pessoas contribuem sobre salários superio-

res a esse valor. Quando a aposentadoria chega, ocorre uma redução importante da renda, por isso, quem ganha acima do teto precisa pensar desde cedo em uma fonte complementar de recursos. Se a pessoa pretende viver com R\$ 10 mil por mês e sabe que receberá cerca de R\$ 8 mil do INSS, por exemplo, basta construir patrimônio suficiente para gerar os R\$ 2 mil restantes. Isso torna a meta muito mais clara.

E&N – Quais despesas tendem a aumentar depois dos 60 anos e precisam entrar nessa conta?

Carla – Os custos com saúde costumam crescer de forma significativa, pois os planos de saúde ficam mais caros, aumenta a necessidade de exames, consultas e medicamentos e podem surgir despesas inesperadas. Além disso, muitas pessoas acreditam que gastarão menos depois da aposentadoria, mas isso nem sempre acontece. Existe um conceito da psicologia econômica chamado adaptação hedônica que fala que nos acostumamos ao padrão de vida que construímos. Quem

passou décadas vivendo com determinado nível de consumo dificilmente conseguirá reduzir os gastos pela metade, apenas porque deixou de trabalhar. Se a pessoa pretende viajar mais ou aproveitar o tempo livre, o custo pode até aumentar.

E&N – Como proteger o patrimônio da inflação em uma aposentadoria que pode durar três décadas?

Carla – A estratégia depende da realidade de cada investidor, mas, de forma geral, faz sentido priorizar aplicações atreladas ao CDI ou à inflação, como títulos indexados ao IPCA. Esses investimentos ajudam a preservar o poder de compra ao longo do tempo. Já aplicações prefixadas exigem mais cautela, porque ninguém sabe qual será o comportamento da inflação ou dos juros nas próximas décadas. Quando falamos de aposentadoria, estamos planejando um horizonte de 30 ou 40 anos, e não apenas o cenário econômico atual.

E&N – Que cuidados quem está próximo da aposentadoria deve ter em relação ao INSS?

Carla – O primeiro passo é acessar o aplicativo Meu INSS e conferir se todas as contribuições foram registradas corretamente, principalmente as mais antigas. Também vale a pena buscar orientação especializada quando a pessoa teve diferentes vínculos de trabalho ao longo da vida, alternando períodos como autônomo, empregado ou contribuinte individual. Em alguns casos, uma estratégia adequada de contribuições nos últimos anos pode melhorar o valor do benefício.

E&N – Além da organização financeira, quais outros fatores precisam ser considerados para uma aposentadoria tranquila?

Carla – Saúde é um deles, pois quem tem plano de saúde precisa prever esse custo no orçamento e quem depende do SUS deve conhecer a estrutura disponível na cidade onde vive. Também considero importante conversar com a família sobre dinheiro, pois muitos pais continuam comprometendo a própria aposentadoria para ajudar filhos adultos. É uma decisão compreensível do ponto de vista emocional, mas que pode gerar uma dependência ainda maior no futuro.



O importante é começar imediatamente e construir uma estratégia compatível com a realidade financeira da pessoa

REPORTAGEM ESPECIAL

Planejamento financeiro iniciado aos 40 anos garantiu aposentadoria tranquila

Quando decidiu começar a guardar parte da renda para o futuro, há mais de 20 anos, o administrador de empresas Paulo Schons não sabia exatamente como seria sua aposentadoria, mas tinha uma certeza: não queria depender exclusivamente do INSS quando chegasse o momento de deixar o mercado de trabalho.

Hoje, aos 61 anos, colhe os resultados de um planejamento iniciado por volta dos 40 e que lhe permitiu encerrar a carreira com segurança e autonomia financeira. Morador de Não-Me-Toque, no Norte do Rio Grande do Sul, Schons parou de trabalhar em 2025, após atuar durante mais de três décadas no Scred, da sua região.

Embora sua trajetória profissional fosse voltada para a área de crédito, o contato diário com o mercado financeiro despertou a preocupação em construir uma



PAULO SCHONS/ARQUIVO PESSOAL/JC

Além da previdência complementar, Schons diversificou o patrimônio

reserva para o futuro. “Quando a gente pensa em parar de trabalhar, sabe que a renda da ativa vai acabar. É preciso criar outras fontes de renda além da aposentadoria pública”, afirma.

O planejamento começou ainda quando os filhos eram pequenos, pois a prioridade da família sempre foi garantir recursos para a educação das crianças, mas, paralelamente,

o casal Schons passou a reservar mensalmente parte do orçamento para investimentos voltados à aposentadoria. Em vez de buscar aplicações de maior risco, ele optou por um perfil conservador, concentrando investimentos em renda fixa.

Também aderiu ao plano de previdência privada oferecido pelo empregador, no qual a empresa contribuía com um valor equivalente ao aportado pelo colaborador. Além da previdência complementar, diversificou o patrimônio, investindo em imóveis que hoje geram renda adicional complementar ao orçamento da aposentadoria. “Não fiz apenas um investimento, procurei diversificar, pois o imóvel tem pouca liquidez, mas oferece segurança e ajuda na geração de renda”, explica.

Ao se aposentar pelo INSS, em 2019, optou por permanecer na ativa durante mais cinco anos

e a combinação entre salário e benefício previdenciário permitiu aumentar os aportes financeiros e fortalecer ainda mais o patrimônio antes do desligamento definitivo. Segundo ele, permanecer trabalhando depois da concessão da aposentadoria foi uma decisão estratégica. “Esse período ajudou bastante porque foi possível investir uma parcela maior da renda e aumentar a reserva para o futuro”.

Mesmo com formação em Administração de Empresas e MBA em Gestão Financeira, Schons afirma que a principal aprendizagem ocorreu na prática, durante a carreira no sistema financeiro. Próximo da aposentadoria, também participou de um programa interno de preparação oferecido pelo Scred, que incluía orientações sobre investimentos, planejamento financeiro e adaptação à nova fase da vida.

Bancos apostam em produtos e serviços específicos para fortalecer relação com público 50+

O aumento da expectativa de vida e o envelhecimento da população brasileira têm levado instituições financeiras a repensar a forma de atender um público que ganha cada vez mais relevância no mercado. Foi o que fez o Banco Mercantil, com sede em Minas Gerais, ao redirecionar sua estratégia para um público que busca mais confiança, segurança e um relacionamento duradouro com a instituição financeira.

A ideia, segundo o superintendente de Planejamento e Performance do banco, Vagner Conte, é compreender a realidade de cada cliente e incluir tanto pessoas que conseguiram se organizar ao longo da vida e chegaram à maturidade com recursos para investir, quanto os que continuam trabalhando para complementar a renda. “Pensando nessas pessoas que chegaram nessa idade com investimentos para ter segurança e também em outras que ainda não se prepararam e precisam ser orientadas para tal”, afirma Conte.

Embora ofereça produtos para diversos perfis, o banco consolidou sua atuação junto ao público 50+, grupo que, na avaliação da instituição, historicamente foi “mal” atendido pelas grandes ins-

tuições financeiras. A proposta conta com oferta de crédito, investimentos e serviços bancários tradicionais, além do estabelecimento de uma relação de longo prazo baseada em confiança e proximidade. A estratégia é oferecer orientação personalizada, respeitando a realidade de cada cliente. “Para quem já acumulou patrimônio, a instituição disponibiliza soluções de investimento e para os que enfrentam dificuldades financeiras, a proposta é identificar produtos e serviços compatíveis com cada situação, sempre com apoio de equipes treinadas para compreender as necessidades individuais”, diz Conte.

Outro eixo considerado estratégico é a educação financeira e para tal o banco participa do Portal Viva, iniciativa desenvolvida em parceria com o jornal O Estado de São Paulo que reúne conteúdos sobre planejamento financeiro, segurança digital, qualidade de vida e bem-estar, além de orientações para ajudar clientes a tomar decisões financeiras mais conscientes.

“O envelhecimento da população reforça a necessidade de ampliar a educação financeira, inclusive para quem acredita

que já é tarde para começar a poupar. A orientação é que o planejamento tenha início o quanto antes, mas que mesmo quem chega aos 50 anos sem patrimônio acumulado ainda pode melhorar sua condição financeira”, acrescenta Conte.

Aqui no Estado, o Banrisul desenvolveu o BanriEduca, uma plataforma de educação online criada para oferecer cursos gratuitos voltados principalmente à educação financeira, além de conteúdos de gestão e desenvolvimento profissional. Aberta ao público em geral, não apenas a clientes do banco, a plataforma disponibiliza capacitações sobre temas como planejamento financeiro, reserva de emergência, dívidas, financiamentos e investimentos, com acesso pela web no banrieduca.com.br e por aplicativo.

Entre os produtos do Banrisul para o público que já passou dos 50 anos está o Bem Viver, um seguro de vida desenvolvido para pessoas entre 66 e 80 anos que priorizam os cuidados consigo e com a família. Para quem busca uma ajuda extra na busca por se organizar, a opção é o Crédito Consignado INSS Banrisul, um empréstimo exclusivo para

aposentados e pensionistas do INSS, com margem consignável, em que as parcelas são descontadas diretamente do benefício do INSS.

O Mercantil também aposta na combinação entre atendimento humano e tecnologia, pois embora reconheça o avanço da digitalização entre a população mais madura, que utiliza cada vez mais aplicativos bancários e o WhatsApp, entende que muitos clientes ainda valorizam o contato presencial, especialmente quando precisam resolver questões mais complexas ou tomar decisões financeiras importantes.

“Por isso, mantemos uma rede de agências físicas distribuídas pelo País e procuramos adaptar nossos canais digitais às necessidades desse público, com aplicativos com fontes maiores, melhor contraste de tela e navegação simplificada, além da possibilidade de o cliente escolher entre o atendimento presencial e o digital”, explica o executivo.

A presença física, a convivência e a troca de experiências levou o Banrisul Cultural a criar o Clube do Livro Banrisul 60+, uma iniciativa desenvolvida em parceria com o Acervo Literário



BANCO MERCANTIL/DIVULGAÇÃO/JC

Conte diz que é preciso oferecer atendimento humanizado

Erico Verissimo (ALEV), com o objetivo de incentivar a leitura e momentos de interação entre pessoas com mais de 60 anos. O projeto oferece gratuitamente livros, materiais de apoio à leitura e encontros virtuais de debate, promovendo o acesso à literatura e o fortalecimento dos vínculos sociais entre participantes de diferentes regiões do Rio Grande do Sul.

MINUTO VAREJO

BarraShoppingSul: um quebra-cabeça de novidades

Complexo combina marcas internacionais, reposicionamento de outras e lounges com muito sofá e paisagismo

Patricia Comunello

patricia.comunello@jornaldocomercio.com.br

“A gente está com um grande movimento no shopping”, avisou a superintendente do BarraShoppingSul, o maior em área bruta locável (ABL) do Rio Grande do Sul, Stelamaris Parenza, no programa Minuto Varejo Semana, que pode ser assistido pelo canal do JC no Youtube e podcast da coluna no Spotify. Stelamaris detalhou o que está por trás desse “movimento”, com troca-troca de posições de lojas para abrir caminho à volta de duas gigantes internacionais ao mix. Tem ainda novidades com o Studo Barra, para produção de conteúdos, e os lounges que viram sala de estar para a paradinha dos clientes.

A espanhola Zara, do grupo Inditex, líder global em moda, e a francesa Sephora (fora do mix desde 2019), vão desembarcar no primeiro piso, bem perto uma da outra. Para ter mais espaço para o que deve ser a maior loja da Zara no Estado, com quase 3 mil metros quadrados, dobro da anterior que fechou em 2022 (a outra fica no Iguatemi), o shopping moveu Youcom (reinaugurada na semana passada no segundo piso), Superlegal (foi para outro ponto no mesmo nível) e Ri-Happy (subiu para perto da



São 15 ambientes distribuídos nos dois pisos do empreendimento para a “paradinha” dos frequentadores

Riachuelo, no Nível Guaíba).

A filial da rede espanhola deve estrear na segunda quinzena de agosto ou começo de setembro. “O cliente do Barra merece ter uma Zara. A gente também aposta no crescimento da Zona Sul”, valoriza Stelamaris, citando os projetos imobiliários da Multiplan, dona do Barra, que estão sendo erguidos ao lado e que trarão também público com mais renda. “Marcas que já existem fizeram novas lojas, como a Superlegal, com uma operação mais tecnológica e mais experiência. O cliente busca novidades.”

A coluna postou vídeo no Instagram do JC comparando as mudanças das marcas a um quebra-cabeça. A Pop Me reabriu ao lado da espanhola. “A Zara vai

trazer muito público. As clientes vão escolher moda na vizinha e aqui. Vai ter para todo mundo. Estamos prontos”, avisa a cofundadora da rede do Paraná, Gabriela Giaccio. A Iplace (produtos Apple) se moveu um pouco no segundo andar, para a entrada da Youcom. A Fast Shop subiu para o segundo piso, liberando área para a Superlegal.

O Barra também inaugurou o Studio Barra, com sets para gravar conteúdos por lojistas e público. O foco é a Geração Z e ofertar dentro de casa (no shopping) estrutura para lojistas fazerem live commerce e vídeos para vender mais. O uso é gratuito, basta agendar pelo app. “Produzir conteúdo passou a fazer parte da rotina das marcas”, cita Stelamaris.

Exemplos estão nas novas lojas. A Youcom apelidou o provador de “Experimenta”. “Amigas podem fazer conteúdos aqui como se es-

tivessem em casa”, cita o diretor da rede, Claudio Barone.

Outra nova faceta do complexo foi bem recebida. Basta caminhar pelos corredores para ver os 15 lounges (com sofás, poltronas e cadeiras) distribuídos em diversos pontos sempre repletos de clientes. O Minuto Varejo postou vídeo no Instagram do JC mostrando a novidade, e leitores reagiram: “Estacionamento de marido”, “Amo os lounges do Barra” e “Por que o Iguatemi não tem?”, rendendo até provocação ao concorrente. As instalações, para prolongar a permanência do público e com mais conforto - que influencia lojas de diversos segmentos -, fazem parte da renovação das áreas de convivência. Novo paisagismo trouxe mais verde e deixou mais leve o percurso dos frequentadores. “Criamos ambientes que acompanham novos hábitos de consumo”, resume a superintendente.

PATRICIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC



Pop Me liberou loja para a Sephora e reabriu ao lado da futura Zara

Di Paolo muda marca para reforçar cultura italiana e expandir pelo Brasil

CARLOS AUGUSTO PEREZ GONZALEZ/DIVULGAÇÃO/JC



Símbolo com galetto, uva e temperos já decora filial de Foz do Iguaçu

Uma das galeterias com raízes na colônia italiana gaúcha ganhou novo visual para lastrear a expansão nacional. O rebranding (renovação ou ressignificação da marca) da Galetto Di Paolo já começa a ser levado às unidades, informa a rede para a coluna Minuto Varejo. A 22ª galeteria vai abrir na segunda quinzena de setembro em Brasília, a primeira no Centro-Oeste. “Visualmente uma essência construída ao longo de mais de três décadas, reforçando atributos como tradição, qualidade, hospitalidade, alegria, cultura e fartura”, elenca a Di Paolo, sobre os valores da nova identidade. A galeteria nasceu em 1994, em

Garibaldi, na Serra Gaúcha. A família do fundador, Paulo Geremia, é oriunda de Vicenza, na região italiana do Vêneto. A galeteria está em 18 cidades (oito gaúchas) e cinco estados. No Estado, está em Bento Gonçalves, Caxias do Sul, Garibaldi, Gramado, Porto Alegre, Recanto Maestro, Torres e Novo Hamburgo. Fora, a marca já desembarcou em Itapema e Chapecó, em Santa Catarina, Foz do Iguaçu e Curitiba, no Paraná, São Paulo, Sorocaba, Campinas, São José dos Campos e Campos do Jordão, em São Paulo, e Rio de Janeiro, na capital fluminense.

O Instituto Arbo fez o rebranding após “amplo estudo sobre

posicionamento da marca, trajetória e desafios de ampliar a percepção de valor do Di Paolo fora do Rio Grande do Sul”, detalha a rede. Uma curiosidade: a rede criou um símbolo próprio, baseado no galetto al primo canto, que é o carro-chefe na mesa da marca. Uvas e temperos compõem o visual. “Traduzimos o patrimônio (imigração italiana e cultura da Serra) em um sistema de marca com potencial real de nacionalização”, traduz, na nota, Rafael Frozi, fundador do Arbo. “A nova identidade prepara o Di Paolo para os próximos passos de sua expansão, mantendo intacta a nossa essência”, aposta Geremia.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Iniciativas gaúchas recebem auxílio do Educar para Transformar do MRV&CO

Ações do Instituto MRV&CO no RS já formaram 2,4 mil professores em cursos gaúchos e alfabetizaram 127 colaboradores em canteiros de obra

Sofia Paiva
sofiap@jcrs.com.br

Mais de 900 mil pessoas já foram impactadas diretamente pelos programas do Instituto MRV&CO (IMRV&CO), organização criada pela MRV&CO - plataforma de soluções habitacionais que reúne marcas como MRV, Sensia, Urba, Luggo e Resia - para concentrar seus investimentos sociais na área da educação. Ao longo de 12 anos, a instituição estruturou iniciativas voltadas a estudantes, professores, colaboradores e organizações sociais em todo o País, tendo a educação como principal ferramenta para promover transformação social.

Criado em 2014, em Belo Horizonte, o instituto é uma organização sem fins lucrativos, com CNPJ e equipe próprios, responsável por desenvolver e coordenar os programas sociais da MRV&CO. Atualmente, sua atuação está organizada em quatro frentes: MRV Voluntários, Educar para Transformar, Seu Filho, Nosso Futuro e Instituto longo.

“Em 2014, sentimos a necessidade de direcionar os nossos esforços para uma área específica de atuação, que foi a educação. Já nascemos com a intenção de criar



As ações do Instituto já impactaram diretamente a vida de mais de 900 mil pessoas em todo o País

projetos e apoiar iniciativas com foco no poder transformador da educação. É pela educação que a gente consegue melhorar a saúde, a moradia e todas as outras áreas da sociedade. Se temos estudantes com uma educação básica melhor, quer dizer que a gente tem um futuro melhor”, explica Blenda Alves, gestora do Instituto.

A primeira iniciativa a surgir foi MRV Voluntários, em 2015, mas com caráter empresarial corporativo, portanto, voltada apenas aos colaboradores da MRV que podem se candidatar para participar do programa. Blenda explica que a ação é direcionada para que os tra-

balhadores representem a empresa via voluntariado. Em 11 anos, os voluntários da MRV&CO totalizaram 27 mil horas dedicadas a ações sociais, com 4 mil pessoas já tendo participado. Blenda afirma que o resultado dos projetos reflete nos voluntários também.

“O trabalho voluntário sempre reverbera e seu resultado nunca é individual, mas coletivo. Depois de um dia de ação, a sensação é outra no escritório. O clima muda, as risadas são outras, o ambiente se torna mais agradável e colaborativo, com pessoas mais engajadas e com a autoestima lá em cima”, reflete.

O Educar para Transformar teve

sua primeira edição em 2016. A iniciativa convida instituições sem fins lucrativos a inscreverem seus projetos sociais por meio de edital. As propostas passam por um processo seletivo e as iniciativas selecionadas, após passarem por votação popular, recebem financiamento do IMRV&CO para viabilizar sua execução. Além do recurso financeiro, o Instituto promove mentorias para capacitar as organizações, abordando temáticas de comunicação, sustentabilidade, organização financeira e gestão de pessoas. O time de voluntários da MRV&CO ministra e auxilia esses momentos, participando também

da seleção dos projetos inscritos.

Quatro programas gaúchos já receberam financiamento por meio do Educar para Transformar. O “Tecnologia ao Alcance da Educação” aconteceu durante a 4ª edição e ensinava programação a alunos de uma escola municipal em Canoas.

Na 5ª edição, “Produzindo o Primeiro Documentário” foi um material elaborado que investigava a evasão escolar em uma escola estadual em Viamão. “DUXTec Escolas”, da Fundação Gerações, e “Ressignificando as Flores na Ilha”, do Instituto Redecriar, viraram realidade na 9ª edição, na Capital, visando fomentar o empreendedorismo em jovens da rede pública e promovendo a reconstrução social após as enchentes que ocorreram no Estado, respectivamente.

Três anos após a criação do IMRV&CO, o Seu Filho, Nosso Futuro tornou-se realidade. A intenção do projeto é contribuir na educação dos filhos dos colaboradores. Anualmente, o IMRV&CO distribui kits escolares, incentiva a leitura por meio de podcasts e proporciona bolsas de estudos para os jovens das famílias dos trabalhadores.

Já o Instituto longo, fundado em 2020, surgiu com o propósito de promover o desenvolvimento profissional dos professores da educação pública. O longo possui parceria com 16 Secretarias de Educação em diversos estados, incluindo o Rio Grande do Sul. É por meio da ação conjunta entre o Instituto e as secretarias, que os professores são recrutados para os mais diversos cursos.

Atualmente, o Instituto longo é uma organização própria, com autonomia. Blenda explica que a decisão de emancipá-lo foi para que as ações da empresa pudessem se desenvolver livremente. O IMRV&CO é um dos mantenedores do longo.

Educação e voluntariado movimentam milhões e transformam vidas

O Relatório de Vidas Transformadas 2025, lançado no último mês, é um material produzido pelo Instituto MRV&CO, que reúne os resultados dos investimentos sociais da organização. A gestora do IMRV&CO, Blenda Alves, explica que “transformar a transformação social em números é muito complexo, porque a gente tá falando de resultados que não são visíveis, muitas vezes”. O Relatório é feito com a ideia de tornar tangível o papel do Instituto e a capacidade transformadora da educação e do voluntariado.

Em 2025, o IMRV&CO impactou 28,8 mil pessoas diretamente e até 86 mil indiretamente – cálculo este feito considerando o perfil da família brasileira apresentado pelo IBGE. “Todo o impacto que a gente causa, nunca para na pessoa diretamente afetada. O impacto passa para frente, ajudando no desenvolvimento e na qualidade de vida da família, mas também da comunidade. Na alegria do dia a dia, na disposição emocional e física, na saúde mental e no financeiro”, destaca a gestora. No total, R\$ 3,2 milhões foram investidos

em ações sociais no último ano.

No Relatório consta que, a Escola Nota 10, iniciativa do Instituto voltada à alfabetização de trabalhadores da construção civil, alfabetizou 678 colaboradores em 2025 em todo o País. No Rio Grande do Sul, desde 2021, 127 alunos gaúchos aprenderam a ler e escrever em canteiros de obras da MRV. O Instituto longo, por sua vez, por meio do curso “Cartografias: projetos de vida e educação para as relações étnico-raciais” ultrapassou 2,4 mil participantes ativos no Estado desde outubro de 2024.

“Sempre que a gente tem alguma coisa no Rio Grande do Sul, o resultado são projetos incríveis. A galera se entrega absurdamente com muita paixão e intenção de mudar, de transformar. É muito bacana de ver. Com o longo vemos que os professores do Rio Grande do Sul estão buscando fazer diferente para que os alunos do Estado sejam mais qualificados e saiam da educação básica mais preparados para o futuro”, destaca a gestora.

Com o objetivo de tornar visível o retorno que as atividades do

Instituto promovem, o IMRV&CO começou a aplicar a metodologia internacional de Retorno Social do Investimento (SROI, na sigla em inglês) nos seus projetos. A cada R\$ 1,00 investido no Seu Filho, Nosso Futuro, R\$ 2,73 retornam para a sociedade. Igualmente, a cada R\$ 1,00, R\$ 3,36 retornam a partir do Educar para Transformar. “Sentimos a necessidade de transformar um pouco o que a gente faz em números, para que pessoas que não estão por dentro do que fazemos, consigam entender de uma forma mais palpável”, esclarece Blenda.

*Sujeito a análise de crédito.

Tá com crédito

Soluções de crédito
com ótimas taxas.*

Precisando de capital de giro?

Banrisul Capital de Giro

- Prazo de até 36 meses para pagamento
- Aceita uma ampla variedade de garantias
- Crédito em conta corrente na data do registro da operação
- Condições especiais com taxas atrativas para o seu negócio

Precisando renovar o estoque?

Conta Única

- Isenção de tarifa na contratação
- Renovação automática
- Diversificação de garantias
- Comodidade no pagamento dos encargos por meio do débito em conta corrente

Quer investir na sua empresa?

Desconto Digital de Duplicatas

- Liquidez imediata para o seu negócio
- Processo digital e simplificado
- Antecipação de duplicatas com vencimento em até 180 dias
- Operações isentas de tarifa de abertura de crédito

Saiba mais:



 **banrisul**
empresas