

O mundo além do Vale do Silício

➔ OPINIÃO

Desde 2010, milhares de executivos brasileiros buscam conteúdos, repertório e experiências no Vale do Silício ou em outros países em franco desenvolvimento tecnológico como a China. Inovação, gestão, networking, estratégia, mentalidade empreendedora estão entre os principais interesses dessas lideranças.

Do ponto de vista de aprendizagem, tenho convicção de que as viagens são insubstituíveis na busca de inspiração e reflexão. Vivenciar, experienciar uma realidade diversa da nossa nos engrandece de forma intensa e inequívoca.

Ao mesmo tempo, acredito que, na era complexa em que

vivemos, nem sempre será na tecnologia que encontraremos as respostas ou o estofo emocional para lidar com as crises que gestores enfrentam — seja pela velocidade das mudanças, seja pela crise climática e geopolítica que aumenta a imprevisibilidade e impactam diretamente na estratégia dos negócios.

Precisamos, para construir o futuro, resgatar a sabedoria do passado. E já não é novidade que, na era de IA, é a humanidade e as skills psíquicas e emocionais — ontologicamente exclusivas da inteligência humana — que farão o diferencial nesse mundo complexo e em construção.

O mundo é muito maior do que o Vale do Silício, e as



ARQUIVO PESSOAL/JC

SORAIA SCHUTEL

Doutora em administração e CEO da Sonata Brasil

respostas que precisamos para as novas perguntas não estão somente no olhar para a tecnologia, mas também nas disciplinas perenes.

Filosofia, arte e autoconhecimento resistiram e resistirão a todas as mudanças de paradigma pelas quais passamos ao longo dos séculos. É no conhecimento clássico que residem as respostas para os desafios humanos de todos os tempos.

A pensadora Brene Brown cita em entrevistas que nas mesas mais íntimas (inclusive familiares) dos founders das big techs não estão ipads ou os últimos lançamentos tecnológicos, mas sim livros estoicos, além de discussões de arte.

Enquanto a maior parte das pessoas apenas passa a tela,

num scroll infinito de futilidades alimentado pelo próprio algoritmo, quem lidera a revolução tecnológica estuda aquilo que realmente nutre nossa humanidade e nos prepara para os desafios reais.

Parece um paradoxo, mas a beleza é que ambos, a sabedoria técnica e humanista, podem e devem caminhar juntas. Ciência e tecnologia sem o respaldo da ética e das virtudes podem gerar impactos negativos em larga escala.

Ao mesmo tempo, conhecimento clássico sem aplicação prática também não atende as necessidades de hoje. É na harmonia entre os dois que encontraremos o equilíbrio necessário para enfrentar as barreiras do nosso tempo.

Em fábrica de 22 mil m², malharia celebra 40 anos e projeta crescimento de 20%

Com foco no B2B, a Biamar, de Farroupilha, produz cerca de 700 mil peças por ano

➔ NEGÓCIOS

ISADORA JACOBY

isadora@jornaldocomercio.com.br

Quatro décadas e uma história que é referência no segmento de malhas e tricôs. Assim se traduz a trajetória da **Biamar**, malharia de Farroupilha fundada em 1986. Hoje, o negócio vive o processo de sucessão familiar, com duas gerações atuando juntas para o crescimento da marca. Instalada em um espaço de 22 mil m² que reúne fábrica, loja e toda a parte administrativa, a Biamar lançou, para celebrar os 40 anos, uma peça comemorativa, inspirada em uma das primeiras blusas de lã da marca.

Fundada pelos irmãos Devilda Marmentini Biazoli e Itacir Marmentini, a Biamar hoje vive um processo de sucessão familiar. Su Biazoli, gestora de criatividade e comunicação da Biamar, conta que a palavra-chave para o momento é respeito. "Acredito que a continuidade para esse legado é algo muito delicado. De forma super-respeitosa, a gente tem vivido esse momento em que as duas gerações têm convivido e trabalhado juntas. Acredito que a palavra

principal para que tudo isso dê certo é respeito. Respeito pela história que foi escrita até aqui e que a gente tem auxiliado eles a escreverem daqui em diante. É muito emocionante e honroso fazer parte dessa segunda geração", diz Su.

Devilda segue na rotina do negócio, trabalhando no desenvolvimento dos produtos. "Toda peça da Biamar passa pelas minhas mãos", orgulha-se a empreendedora, que hoje fica em uma sala que é praticamente um museu da marca, reunindo as primeiras peças e os objetos que contam a história do negócio. A Biamar começou como uma confecção, com tiptops para bebês e conjuntos em plush. Uma das peças que Devilda guarda com carinho foi usada por Suélen, hoje um dos nomes à frente do negócio. "Tenho 34 anos e, quando cheguei, isso já existia, mas de uma forma completamente diferente. Quando olho para aquele tiptop tão pequenininho e vejo que eu também era tão pequena, consigo perceber como nossos sonhos podem ser grandes", define Su.

A Biamar produz cerca de 700 mil peças ao ano, tendo 80% do quadro de 500 colaboradores composto por mulheres. A marca está no mesmo endereço, em Farroupilha, desde 1989, mas agora ocupa 22 mil m² em um prédio que une toda a parte administrativa, criativa, produção e venda. A loja de 5 mil m², voltada

para o B2B, recebe uma média de 2 mil pessoas na alta temporada e reúne 100 mil peças. É de lá também que saem as peças vendidas pelo e-commerce.

Em 2025, a marca registrou crescimento de 20% e projeta manter a mesma taxa neste ano. **No horizonte, a Biamar prospecta o investimento de R\$ 15 milhões em infraestrutura e R\$ 9 milhões em atualização de maquinário.** Hoje, são mais de 400 equipamentos compostos por teares japoneses, equipamentos de montagem chineses e acabamento italiano.

Sucessão familiar

Devilda e Itacir seguem no negócio enquanto a nova geração vai assumindo seus postos. Para a empreendedora, ver os filhos dando continuidade à história é motivo de orgulho. "São três pilares dentro da Biamar. A Sílvia no administrativo, a Suélen no design e marketing e o Luciano tocando a empresa como gestor. É um orgulho, tenho certeza que a Biamar está em boas mãos", diz Devilda, que encara os números como um sonho. "Foi um desafio, porque nunca imaginei chegar onde chegamos. Indo à luta, consegui chegar aqui e consegui com êxito. Passei por muitas dificuldades, mas sempre fui aquela mulher guerreira, que imagina vencer. Foram muitos passos, muitos desafios e uma família maravilhosa, que me dá suporte", orgulha-se.



ISADORA JACOBY/ESPECIAL/JC

Luciano, Suélen, Devilda e Itacir compõem a gestão da Biamar