

Ge

De olho nas novas oportunidades do mercado imobiliário

Startups, IA, marketing digital e novos modelos de negócio estão transformando a cadeia imobiliária e abrindo espaço para diferentes frentes de atuação. Verônica Kreitchmann consolidou, através do uso das redes sociais, sua presença como corretora de imóveis

➔ EDITORIAL

Balanço e projeções para o novo ano

Aqui no **GeraçãoE**, já estamos entrando no clima de festa. Isso porque, na próxima quinta-feira, celebraremos 11 anos de publicação. Foram diversos negócios, empreendedores e empreendedoras que já passaram pelas páginas do GE. Enquanto preparamos as novidades para marcar os 11 anos, fica a reflexão de como esses momentos podem servir de incentivo para reavaliar a rota.

Se no dia a dia é difícil parar um momento para ver o que está funcionando, o que pode melhorar, quais iniciativas manter, quais deixar no passado, esses marcos como um aniversário podem ser uma oportunidade para reavaliar os caminhos. Se a rotina nos exige um ritmo constante, essas datas convocam para uma pausa e reflexão. É comum que a virada de ano ou de semestre proporcione um sentimento similar. Mas fato é que não dá para verificar se as metas estão indo bem apenas uma vez por ano.

Colocar na rotina, seja nas datas comemorativas ou em uma periodicidade estipulada, momentos para ver se os rumos escolhidos são os mais promissores é fundamental. Por aqui, estamos vivendo esses dias: lembrando dos projetos legais que fizemos nessa década mais um, avaliando quais os melhores caminhos daqui para frente e, principalmente, como manter a essência, o propósito, ao longo dos anos.

Já deixo o convite para os nossos assíduos leitores acompanhem as novidades, compartilhem suas percepções, as saudades e o que gostariam de ver mais por aqui. Mais um ano novo de muito empreendedorismo está batendo na nossa porta.

ISADORA JACOBY
@isajacoby

➔ EXPLORAR

Decoração está em expansão



Stela Liz Machado Nogara, gerente de projetos da LYX Construtora

À medida em que os apartamentos compactos ganham espaço no mercado imobiliário brasileiro, cresce também a importância de projetos de interiores que valorizem a funcionalidade e o bem-estar. Um dos desafios encontrados é unir a praticidade e a funcionalidade de cada cômodo, sem gastar muito.

Cada vez mais, os jovens têm o sonho de conquistar o seu primeiro imóvel. Segundo levantamento do Grupo Quinto Andar, os brasileiros da Geração Z lideram o sonho da casa própria no País. O estudo revela que 50% dos jovens nascidos entre 1997 e 2010 pretendem comprar o primeiro imóvel, percentual maior que a média nacional com o mesmo objetivo, em 41%. Seguido estão os Millennials (nascidos entre 1981 e 1996) com 45%, Geração X (1965 e 1980), com 44%, e Baby Boomers (1946 e 1964), com 32%.

Segundo Stela Liz Machado Nogara, gerente do setor de Projetos da LYX Construtora, algumas escolhas fazem toda a diferença para aproveitar melhor cada metro quadrado. A especialista reúne cinco orientações para transformar ambientes pequenos em espaços práticos e acolhedores.

1. Aposte em cores claras e iluminação bem distribuída

Paredes claras, cortinas leves

e uma boa iluminação ajudam a ampliar visualmente os ambientes e deixam o apartamento mais aconchegante.

2. Invista em móveis multifuncionais

Sofá-cama, cama-baú, mesas retráteis e bancos com armazenamento interno ajudam a economizar espaço sem perder funcionalidade e estilo.

3. Use o espaço vertical a seu favor

Nichos, prateleiras e armários altos aumentam a capacidade de armazenamento e liberam área de circulação.

4. Misture móveis planejados e peças prontas

Uma alternativa econômica é investir em marcenaria apenas em ambientes estratégicos, como cozinha e banheiro, complementando o restante com móveis modulares, adaptações de peças antigas e soluções acessíveis encontradas em lojas populares.

5. Evite excesso de informação visual

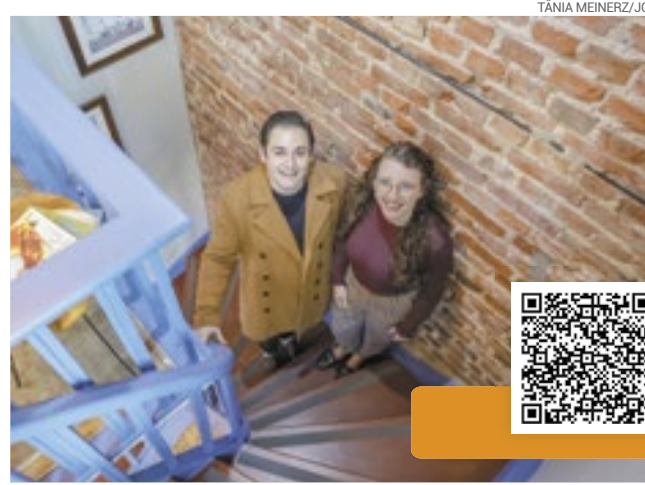
Poucos objetos decorativos, móveis proporcionais ao ambiente e uma paleta de cores harmônica ajudam a criar sensação de amplitude e organização.

Geração-e

Novo espaço une cafeteria, coworking e escola de idiomas

Diferentes culturas e idiomas, café especial, coworking e salas de reunião são as principais frentes do Noster - Coffee, Coworking & Languages (@noster.co.official), novo espaço híbrido que chegou ao bairro Rio Branco. Quem está por trás da novidade é o casal de professores Juan Díaz e Thais Nicolini. Os dois se conheceram em Porto Alegre, mas vêm de lugares distintos. Juan é natural da Argentina, da província de Buenos Aires, enquanto Thais é

gaúcha, de Passo Fundo. Agora presencialmente no número 438 da rua Cabral, o desejo foi outro: ter um local físico, mas que fosse muito além de uma escola de idiomas tradicional. O Noster fica na rua Cabral, nº 438, no bairro Rio Branco. O espaço híbrido abre de segunda a quinta, das 11h às 18h; nas sextas, das 13h às 20h; já nos sábados, a casa abre mais cedo, às 9h, e vai até 20h. Aponte a câmera para o QR Code ao lado e confira a matéria completa.



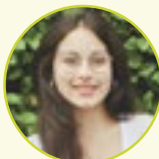
Ge



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

Plataforma aposta em jogos inclusivos



MANUELA CASSANO/ESPECIAL/JC

Paola Rocco e Fernando Palmeiro estão entre os empreendedores à frente da Autigames

A Autigames conta com jogos e ferramentas que buscam auxiliar na aquisição de habilidades e no acompanhamento dos usuários

➔ TECNOLOGIA

MANUELA CASSANO
manuelac@jcrs.com.br

Com foco na necessidade de crianças que se enquadram no Transtorno do Espectro Autista, a **Autigames** estabeleceu-se como uma plataforma gamificada de metodologia terapêutica. Operando desde 2025, a empresa, que tem como base o Instituto Caldeira, em Porto Alegre, conta com jogos e ferramentas que buscam auxiliar na aquisição de habilidades e no acompanhamento da atividade de crianças usuárias.

A psicóloga Paola Rocco e o CEO da empresa LongView Tecnologia, Fernando Palmeiro, estão entre os cinco sócios da organização.

Segundo a dupla, o projeto foi motivado pela demanda, principalmente de pais de crianças com TEA (Transtorno do Espectro Autista), por jogos digitais que tivessem viés mecânico e terapêutico capaz de auxiliar os filhos.

"Era muito mais uma pegada de dopamina, realmente de jogo mesmo, do que para ajudar a criança no processo", explica Fernando, sobre o panorama do mercado de jogos voltados ao público.

Segundo Paola, a Autigames foi lançada com o propósito principal de ajudar na aquisição de habilidades. "A gente viu realmente se ela (a plataforma) poderia trazer aquilo que a gente entendia, de **ajudar crianças a adquirir habilidades**", explica.

O primeiro jogo lançado foi o Mapa das Emoções, que auxilia no treinamento de habilidades sociais através de vinhetas com histórias dos personagens.

"São situações que as crianças vivenciaram, porque elas sabem como é que aconteceu e por que elas sentiram aquilo que o personagem está sentindo", conta Paola, acrescentando que as histórias desses personagens foram inspiradas em casos de pacientes reais, modificados para compor o jogo.

Junto ao Mapa das Emoções, a Autigames conta com o Laboratório da Calma, voltado para regulação emocional e o Que Cara é Essa?, jogo de memória, no momento em homologação, que utiliza emojis e expressões faciais para ajudar o jogador a associar emoções a situações específicas.

Ecosistema de ferramentas

Além dos jogos, a plataforma possui ferramentas de suporte, propondo um ecossistema que possibilita o desenvolvimento da criança e o acompanhamento por parte dos pais, psicólogos e professores.

"Começamos com a ideia de que seria um jogo, mas hoje a gente entende que isso é uma plataforma", diz Fernando, acrescentando que a plataforma pode ser utilizada, hoje em dia, com crianças com outros tipos de neurodivergência.

Ele explica que a Autigames permite que os responsáveis criem a conta pessoal do usuário e compartilhem com os psicólogos e professores que também utilizem o sistema, inclusive com uma ferramenta de diário que contém as informações sobre o cotidiano da criança à frente do perfil.

"Aquele perfil é sincronizado nesses três tipos de contas, e a gente consegue compartilhar informações do dia a dia daquela criança", explica.

Entre as ferramentas existentes na plataforma, os sócios destacam o "álbum de comunicação", em que o usuário pode montar um álbum de figurinhas com seus sentimentos e imagens, podendo se comunicar ativamente.

"Pareando muito com o cartão de comunicação para crianças não verbais. Então, hoje, a Autigames pode ser jogada e, de fato manipulada, entre família, consultório e profissionais da área de educação com crianças, principalmente autistas do quadro não verbal", explica Paola, enfatizando a extensão da usabilidade da plataforma. Já o Como estou me sentindo foi idealizado como uma ferramenta que possibilita a criação de avatares representantes de sentimentos, somados a estratégias de regulação.

"Se a criança está com raiva, tem um avatarzinho com fundo vermelho, caracterizando o sentimento de raiva. O que eu posso fazer quando estou com raiva? A criança também pode digitar o que ela realmente pode fazer", explica Fernando sobre o funcionamento da ferramenta.

Leia a matéria completa em geracaoe.com

MURAL

➔ Estão abertas até 24 de agosto as inscrições para 160 vagas gratuitas em cursos de qualificação profissional do **Programa Autonomia e Renda Petrobras**, em Esteio e Porto Alegre. As oportunidades são para as formações de sinalizador amarrador, pintor industrial, operador de hidrojato e montador de andaime, formas e escoramento. Realizada no Rio Grande do Sul pelo Sistema Fiergs, por meio do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai-RS) e do Serviço Social da Indústria (Sesi-RS), a iniciativa busca ampliar as oportunidades de qualificação para pessoas em situação de vulnerabilidade social. Os participantes recebem bolsa-auxílio mensal de R\$ 660,00, valor que pode chegar a R\$ 858,00 para mulheres com filhos de

até 11 anos. Saiba mais em autonomiaerenda.com.br. ➔ O **Sebrae-RS**, assessorado pela Fundação de Apoio a Pesquisa, Ensino, Tecnologia e Cultura, acaba de abrir novas vagas para bolsistas nos Projetos de Ecossistemas de Inovação, em diversas regiões do Estado, com bolsas no valor de R\$ 5mil para agentes e de R\$ 6,5 mil para orientadores e com duração de até 36 meses. As inscrições, que são gratuitas, vão até o dia 31 de agosto, às 18h. São 65 vagas, entre imediatas e cadastro reserva, para os Agentes atuarem nas regionais CAFO (Fronteira Oeste), Norte, Vales, Sul, Sinos, Serra, Noroeste, Centro e região metropolitana de Porto Alegre. E 3 vagas para Orientadores com abrangência em todo estado do Rio Grande do Sul. Mais em fapetec.org.

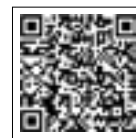
EVENTOS

➔ A **Divina Terra** realiza, no dia 29 de agosto, a primeira edição da Divina Terra Run, corrida de rua que marca a estreia da marca na modalidade no Rio Grande do Sul. Com percursos de 3 km e 5 km, o evento reúne corredores, famílias, grupos de amigos e pessoas que desejam começar uma rotina mais ativa. A programação terá ativações de marcas parceiras, degustações, produtos relacionados à alimentação saudável, suplementação e performance, além de DJ e momentos de integração. A proposta contempla diferentes perfis de participantes, desde corredores experientes até quem está começando a

praticar atividade física.

➔ O Tijolo Hub promove, nos dias 25 e 26 de agosto, no Tecnopuc, o **Tijolo Busines**, evento que tem como objetivo promover debates sobre o futuro do mercado imobiliário, reunindo lideranças, empresas, especialistas e startups que estão moldando o futuro do segmento. O evento traz como tema um novo olhar sobre empreendimentos, cidades e experiências — do funding ao uso de IA e tecnologia, passando por novos formatos de moradia e modelos de negócio — tudo sob a perspectiva do bem-estar. Saiba mais em tinyurl.com/3xuff8yr.

Confira estas e outras oportunidades no QR Code ao lado



As inscrições para o Comanda Aberta, que integra as Arenas Interativas do Salão Abrasel 2026, terminam nesta sexta-feira (21). A iniciativa reúne gestores de negócios de alimentação para compartilhar cases durante o evento, que acontece nos dias 15 e 16 de setembro, em São Paulo.

Presença digital e diversificação de serviços transformam mercado imobiliário

Do marketing à tecnologia, as empresas que olham para o setor imobiliário gaúcho buscam inovação e projeção para a área

➔ NEGÓCIOS

JÚLIA FERNANDES E
MANUELA CASSANO

geracaoe@jornaldocomercio.com.br

Com a expansão do alcance de informações e conteúdos on-line, o mercado imobiliário, ou real estate, passa a contar com novas estratégias de marketing que se adaptam a mudanças no comportamento do consumidor. A pesquisa do grupo OLX, Influência da Inteligência Artificial (IA) na busca por imóveis, mostra que a IA é considerada relevante por 65% dos compradores e 66% dos locatários no processo de aquisição imobiliária. Entre as novidades do setor, a presença do corretor de imóveis como um

influenciador digital começa a se popularizar.

Acumulando milhões de visualizações nas redes sociais e quase 40 mil seguidores, a corretora de imóveis **Verônica Kreitchmann** passa por uma virada de chave profissional graças ao marketing nas redes sociais.

Como corretora em unidades da Auxiliadora Predial, Verônica soma quatro anos de experiência. O início de sua trajetória on-line partiu da vontade de se destacar no mercado, atrelada à necessidade de diversificar materiais para visualização dos clientes. "Chegava na visita e o cliente sempre dizia 'nas fotos não é como eu esperava'", conta.

A partir dessas experiências, ela optou por produzir conteúdos audiovisuais, apostando, principalmente, no formato de tour. "É aquela sensação para o cliente de estar dentro do imóvel e dá supercerto. A partir daí, foi o boom que a minha carreira deu", compartilha.

Corretora-influenciadora

A presença digital dos profissionais trouxe, segundo

Verônica, novas tendências para o mercado imobiliário. Entre as principais diferenças, a figura do corretor passa a ser percebida como fonte de confiabilidade antes mesmo que o lead realize encontros físicos. "Vemos muitos corretores influenciadores, mas a gente sabe quem é o corretor ou pelo bordão ou pelo jeito que ele se apresenta. Isso é muito bom, porque eles se identificam", explica.

Lidando diariamente com clientes que entregam suas chaves antes mesmo de conversarem com ela, a especialista conta que a criação de seu bordão — "e olha essa oportunidade", que abre todos os vídeos de tours —, foi uma estratégia que, além de transformar a sua imagem, a diferenciou da concorrência. **"O bordão só ajuda a identificar quem realmente é o corretor. Todo mundo que passa na rua grita 'olha essa oportunidade'",** compartilha.

No comportamento dos clientes, o modelo digital de operação, percebido há pouco tempo no setor imobiliário gaúcho, passa a mudar as formas de

atendimento. Verônica conta que os atendimentos on-line realizados com leads de outros estados e, até mesmo países, tornaram-se frequentes. "Diminuiu muito o fluxo de clientes que entram na nossa loja e aumentou muito o fluxo de rede social", detalha, acrescentando que para cada cliente presencial existem 20 em atendimento via internet.

Para acompanhar essas mudanças, existem evoluções jurídicas e financeiras que possibilitaram otimizar os processos. Apenas nos últimos anos, passou a existir a possibilidade de contratação dos financiamentos imobiliários 100% on-line "Perdi muito tempo em me deslocar para ir para uma assinatura. E, hoje, completamente digital, me ajudou a dar o próximo passo", conta.

Investimentos e operação

Com novas formas de consumo e compra, os investimentos necessários para a operação dos corretores também evoluem. Já na rotina operacional, existem mudanças realizadas para comportar as necessidades

de marketing e atendimento simultâneos. Atualmente, ela conta com apoio para realizar as conversas com clientes, ao mesmo tempo em que divide sua rotina com a produção de conteúdos. "Terça e quinta eu não coloco nenhum cliente na agenda. Fico das 7h até umas 18h gravando. Faço quatro, cinco vídeos, e, se eu demoro um dia para postar, os clientes já perguntam", conta.

Foram após essas implementações que os resultados começaram a aparecer. A quantidade de imóveis vendidos pela profissional passou de no máximo dois ao mês para seis. "Somando o ano passado com esse, são mais de R\$ 40 milhões (em valor geral de vendas)", conta Verônica.

Prospecções futuras

Para o futuro, ela acredita que a profissionalização de venda de imóveis prevalecerá, sem possibilidade de substituição de serviços por Inteligência Artificial. "As empresas vão focar muito em videomaker, em editores. Deixa o vídeo para o videomaker, deixa a edição para algum especialista e vai vender."



Verônica Kreitchmann é corretora de imóveis e acumula quase 40 mil seguidores

FERNANDA BIGIO DAVOGLIO/ESPECIAL/JC

Empresendedora ganha as redes sociais reformando imóveis desvalorizados

À frente do escritório de arquitetura 4Inside há oito anos, Luiza Hafner acompanhou as transformações do mercado imobiliário e encontrou nas redes sociais novas possibilidades de negócio para além do perfil do empreendimento. Hoje, a empresenedora é conhecida por investir nos chamados "patinhos feios", apartamentos nos quais identifica potencial, investe em reformas e transforma em "cisnes" — imóveis mais valorizados e atrativos para venda ou locação.

A principal proposta da 4Inside é liquidar imóveis por meio de reformas. O escritório atende investidores e pessoas que buscam comprar espaços para reformar, alugar ou revender, além de clientes que querem transformar o ambiente em moradia.

A empresa auxilia em todo o processo, desde a avaliação de uma oportunidade até a estimativa de investimento e de valorização do imóvel. Durante a pandemia de Covid-19, Luiza passou a apostar também nos investimentos próprios. "Hoje, a gente compra imóveis, reforma e vende, então é todo um ecossistema de pensar realmente esses imóveis como negócios. Gosto muito de falar sobre a história do patinho feio, que é basicamente enxergar potencial naqueles imóveis que a maioria das pessoas não enxerga, e colocá-los no mercado como verdadei-

ros cisnes."

A entrada no mercado de investimentos veio de uma percepção sobre as oportunidades existentes, mas também foi marcada por desafios e alguns erros iniciais. "Não é 'vou investir em um imóvel e vou ganhar muito dinheiro'. Foi muito conhecimento específico sobre o perfil do público-alvo e o tipo de imóvel que queríamos comprar. A gente foi indo em baby steps, começamos colocando pouco dinheiro", explica.

O primeiro imóvel adquirido por Luiza foi entre 2020 e 2021. O ciclo para concluir o investimento levou seis meses. Atualmente, os projetos podem durar até 12 meses, embora a empresenedora busque antecipar a venda sempre que possível. Os investimentos são feitos por Luiza como pessoa física, enquanto a 4Inside é contratada para executar as reformas.

Segundo ela, as operações do escritório estão hoje equilibradas: cerca de 50% dos clientes procuram imóveis para comprar e reformar com a intenção de alugar ou vender — grupo que inclui construtoras e investidores — e a outra metade é formada por pessoas que compram para reformar e morar, mas já pensando na valorização e nas possibilidades futuras do imóvel. Ao longo da trajetória, já foram mais de 400 imóveis preparados pelo escritório.



Luiza Hafner é a arquiteta à frente da 4Inside

O "patinho feio" nas redes

Nas redes sociais, a empresenedora mantém perfis da 4Inside e também uma conta pessoal, onde concentra a maior parte da audiência. É ali que compartilha a rotina de trabalho, reformas, detalhes e histórias dos imóveis nos quais investe.

"É no meu perfil pessoal que acabo contando todas as histórias. Ao longo desses anos, percebemos que **as pessoas não querem só ver um antes e um depois, elas querem saber um pouco mais da história, dos bas-**

tidores, quais são os materiais que valem a pena investir, os perrengues", justifica Luiza.

A possibilidade de investir nos próprios imóveis também ampliou os formatos de conteúdo. Diferentemente dos projetos de clientes, nos quais muitas informações não podem ser divulgadas, Luiza consegue mostrar detalhes dos investimentos próprios, desde o valor de aquisição até os custos da reforma e o preço de revenda.

Para ela, a narrativa é fundamental para aproximar o público

de um mercado que ainda é marcado pela falta de informação. As tours pelos imóveis e a exposição dos bastidores, segundo Luiza, ajudam a romper com o modelo tradicional do setor. "Os corretores já conseguem fazer isso, fazendo com que as pessoas se sintam realmente dentro daquela casa, imaginando como é morar naquele imóvel", reflete a empresenedora.

Ela também percebe um consumidor mais exigente. Com os preços mais elevados dos imóveis e maior acesso a informações sobre o mercado financeiro, a decisão de compra passou a ser mais questionada. "Hoje, tu precisas de mais convencimento para as pessoas comprarem um imóvel, darem um passo acima, para colocarem mais dinheiro num imóvel de aluguel."

Para a 4Inside, momentos de baixa também podem representar oportunidades. "As pessoas precisam de nós para conseguir colocar destaque nos imóveis", avalia Luiza.

É justamente nos bastidores que Luiza vê uma nova possibilidade de crescimento para a marca.

"O lado não romântico e não glamoroso, contar todos esses bastidores, é onde a gente vai ganhar ainda mais espaço na parte de redes sociais, criando uma nova cultura também de olhar para o mercado imobiliário", projeta.

Hub reúne cerca de 90 empresas do real estate em ecossistema de inovação

Com o propósito de fomentar a inovação do mercado imobiliário e da construção civil, o Tijolo Hub, organização localizada no Instituto Caldeira, visa promover inovação e conexão no setor através de ações e encontros dentro de um ecossistema que já conta com mais de 90 empresas associadas.

Fundado pelos sócios Frederico Renner Mentz e Bruno Dornelles, a ideiação do negócio surgiu a partir da percepção de carência do setor imobiliário por inovação. "Existia um pouco mais de dificuldade de implementar, principalmente no que se diz respeito à digitalização", conta Frederico.

Inspirado em startups setoriais brasileiras e iniciativas do Vale do Silício, o Tijolo Hub busca instaurar programas e métodos para conectar as empresas associadas às novas tecnologias. "Acaba acontecendo naturalmente quando a gente está em um ambiente que todo mundo fala a mesma língua", compartilha.

Ecossistema imobiliário

A partir de um modelo de associação realizado pelas empresas e startups interessadas, o hub acolhe organizações da construção civil, mercado imobiliário e serviços, com foco na inclusão de novas soluções. Para incluir todas as organizações nesse ecossistema foram adotadas algumas ações estratégicas, entre elas, as comissões "São grupos especializados. Geralmente, pessoas que manejam com esses temas dentro das empresas", conta Frederico, acrescentando que já existem comunidades voltadas a marketing e vendas, Inteligência Artificial e engenharia e construção civil.

Entre as programações recorrentes também são realizados os talks, as palestras sobre diferentes temas, como cases e projetos inovadores, e as missões, em que os interessados fazem viagens para outros polos fortes do segmento no País.

Visando justamente a co-

nexão e o fomento à inovação e evolução do setor imobiliário-constructivo, o Tijolo Hub fomenta a participação das organizações no ambiente físico para gerarem negócios e criarem contatos.

"Escolhemos o Caldeira justamente por ser um lugar que já propicia um pouco isso, as pessoas vêm aqui e encontram outras pessoas", compartilha Frederico.

Atualmente, são 90 empresas associadas à iniciativa, englobando negócios de diferentes portes, com foco especial em proporcionar acessibilidade à inovação para pequenas empresas.

"O Tijolo serve para ajudar esse pequeno e médio negócio a se inserir no mundo da transformação acelerada, para que ele entenda como é que pode beber um pouco dessa fonte e utilizar isso no negócio dele, para continuar sobrevivendo no mercado", explica.

Ele ainda detalha que as

empresas maiores conseguem participar do ambiente com diferentes profissionais de seus setores, mas existem casos em que apenas o dono frequenta o ambiente.

Nesse contexto, o mais importante para Frederico é continuar com o crescimento e atendimento de qualidade. "A gente quer continuar conhecendo cada empresa que está aqui pelo nome, pelo que ela faz, e quem são os proprietários, quem são as pessoas", fala.

Projeções e tendências de mercado

Para o futuro do negócio, o empreendedor destaca a vontade de terminar o ano de 2026 com 100 empresas associadas, e expandir as distâncias de suas missões para possíveis destinos fora do País. "Para o Chile, para a Argentina, América do Sul. Para a gente entender o que tem de benchmark [ou ponto de referência] que a gente pode trazer para cá", explica.

Em meio às áreas de atuação das empresas do hub, entre as tendências que podem gerar mais planos futuros, a Inteligência Artificial, com alta capacidade de suprir marketing e processos internos, e a construção civil, com novas opções de industrialização de processos, se sobressaem.

"A ideia é começar a tentar sair do artesanal um pouco e conseguir automatizar processos. Isso vem muito com robótica, maquinários que estão surgindo."

Já na área imobiliária, o funding é apontado como um desafio, visto as dificuldades de empresas para captação de recursos. "Existem startups criando desde crowdfunding a ferramentas para digitalizar esse processo de funding e trazer mais criatividade", detalha o empreendedor.

O Tijolo Hub está localizado na sede do Instituto Caldeira, na rua Frederico Mentz, nº 1606, salas 132 e 133.

Chega de fazer perguntas à IA

➔ ARTIGO

Os últimos dois anos foram marcados pela popularização da Inteligência Artificial generativa. Pela primeira vez, milhões de profissionais passaram a utilizar uma tecnologia capaz de responder perguntas, produzir textos, resumir documentos e analisar informações em poucos segundos. Foi uma transformação importante, mas acredito que representou apenas o primeiro capítulo de uma mudança muito maior. Agora, estamos deixando para trás a era da Inteligência Artificial que responde para entrar na era da Inteligência Artificial que executa.

Há dois anos, pedíamos à Inteligência Artificial para escrever um email. Hoje, pedimos a ela para conciliar contas, cobrar um fornecedor, avisar sobre uma certidão vencendo e preparar um relatório para a reunião das 15h. A diferença entre esses dois pedidos não é apenas técnica. Parece sutil, mas representa uma das maiores transformações na administração das empresas desde a popularização dos sistemas de gestão.

Enquanto a IA generativa depende de um comando humano para produzir uma resposta, os Agentes de IA recebem objetivos, interpretam o contexto, interagem

com sistemas, executam tarefas e acompanham processos de forma contínua, sempre dentro de regras definidas e sob supervisão humana. Assim, deixamos de falar apenas de inteligência capaz de produzir conhecimento para falar de inteligência capaz de realizar parte do trabalho.

Avalio que essa evolução acontece em um momento decisivo. Segundo o Microsoft Work Trend Index 2025, baseado em entrevistas com mais de 31 mil profissionais de 31 países, 82% dos líderes afirmam que precisarão repensar profundamente sua estratégia operacional neste ano, enquanto o mesmo percentual pretende incorporar Agentes de IA para ampliar a capacidade de suas equipes. O estudo identifica o surgimento das chamadas 'Frontier Firms', empresas que estruturam suas operações com equipes híbridas formadas por pessoas e agentes inteligentes trabalhando de forma integrada.

O motivo é simples: o maior problema das empresas hoje não é a falta de informação, mas a falta de tempo. Profissionais altamente qualificados continuam dedicando boa parte da jornada a tarefas administrativas, conferências, atualizações de sistemas, elaboração de relatórios e acom-



ARQUIVO PESSOAL/JC

MAURICIO FRIZZARIN

Mauricio Frizzarin é fundador e CEO da QYON

panhamento de processos. São atividades essenciais, mas que pouco aproveitam sua capacidade analítica e estratégica.

É justamente aí que os Agentes de IA representam uma ruptura. Diferentemente da IA generativa, que responde a perguntas, eles executam processos completos. Podem realizar conciliações bancárias, monitorar indicadores, acompanhar mudanças regulatórias, organizar documentos, cobrar informações, qualificar oportunidades comerciais e apoiar

diversas rotinas administrativas de forma contínua e integrada.

A McKinsey define esse cenário como o surgimento das chamadas "organizações agênticas", nas quais pessoas e agentes inteligentes trabalham lado a lado para redesenhar processos inteiros e elevar significativamente os níveis de produtividade. Mais do que automatizar tarefas isoladas, trata-se de reorganizar a forma como o trabalho acontece dentro das empresas.

Para as pequenas e médias empresas, essa transformação pode ser ainda mais significativa. Durante décadas, crescer significava contratar mais pessoas para absorver o aumento da operação. Agora, torna-se possível ampliar a capacidade operacional sem expandir a estrutura na mesma proporção. Colaboradores digitais passam a assumir atividades repetitivas, enquanto as equipes humanas concentram seus esforços em análise, inovação, relacionamento com clientes e tomada de decisão. Ou seja, chegarão a um nível de eficiência que antes era praticamente exclusivo das grandes corporações.

Naturalmente, essa evolução exige responsabilidade. Governança, qualidade dos dados, segurança da informação e super-

visão humana tornam-se ainda mais relevantes. A IA não elimina a liderança. Ao contrário, aumenta sua importância, afinal, estratégia, julgamento, criatividade, ética e relacionamento continuam sendo competências essencialmente humanas.

O fato é que durante muito tempo discutimos se a Inteligência Artificial substituiria pessoas. Hoje, a pergunta mais importante é: como as pessoas trabalharão quando deixarem de gastar boa parte do dia com tarefas que nunca exigiram seu verdadeiro potencial? Acredito que, a partir disso, estaremos diante de um novo modelo de gestão. Nos próximos anos, empresas serão reconhecidas não apenas pelos produtos que oferecem, mas pela capacidade de combinar inteligência humana e agentes inteligentes em equipes híbridas, nas quais pessoas lideram, inovam e decidem, enquanto a tecnologia executa uma parcela crescente da operação.

Dessa forma, avalio que a próxima revolução não acontecerá quando as máquinas responderem melhor às nossas perguntas, mas quando devolverem aos empresários aquilo que sempre faltou dentro das empresas: tempo para pensar, criar, decidir, liderar e crescer.

Empreendedora desenvolve marca de sabonetes biodinâmicos em Montenegro

➔ NEGÓCIOS

MANUELA CASSANO

manuelac@jcrs.com.br

Criada em 2025 em Montenegro, a **OQ+** opera com foco na aromaterapia e utiliza óleos provenientes da agricultura biodinâmica, prática que busca promover a biodiversidade. A marca de sabonetes representa para Ângela Rossi, empreendedora de 55 anos à frente do negócio, uma nova oportunidade após a aposentadoria em 2022.

Para Ângela, o encerramento da vida profissional foi um momento difícil, em que a empreendedora se viu sem perspectivas, mas com vontade de seguir trabalhando. "Eu me senti invisível, foi um caos interno", lembra a proprietária da OQ+.

A ideia do novo negócio surgiu da familiaridade com o trabalho manual, somada à vontade de empreender em algo que ela pudesse se dedicar de forma natural. A virada de chave ocorreu assistin-

do a um vídeo de uma produtora artesanal de sabonetes, momento que a fez lembrar da afinidade que sempre teve com o produto.

"Eu me senti renascendo, na verdade era mais do que isso. Era a primeira vez que eu estava tendo uma ideia minha e fazendo uma coisa que me daria muito prazer", detalha a empreendedora. Segundo ela, o nome da marca reflete esse conceito. "O que mais? É sempre uma pergunta, 'o que mais eu posso fazer? O que mais eu posso mudar?'", explica.

Ângela conta que os produtos da marca se destacam pelo seu viés biodinâmico. Ela detalha que a agricultura biodinâmica é considerada benéfica, regenerando o solo e respeitando os ciclos da natureza, o que resulta em um produto mais puro e com maior bioatividade.

Também como prioridade produtiva, ela optou por trazer insumos locais para a OQ+, o que inclui o óleo extraído de laranjas cultivadas por agricultores locais e adquirido por meio da cooperativa

Ecocitrus, de Montenegro.

Quando se trata da produção de seus sabonetes, Ângela enfatiza que o trabalho é artesanal, realizado totalmente por ela, visando manter a qualidade e o propósito dos produtos de utilizar a menor quantidade de itens artificiais. "Quero continuar mantendo a produção artesanal. Eu que faço o sabonete, deslenformo, corto e embalo", conta. De acordo com a empreendedora, os sabonetes proporcionam os benefícios da aromaterapia aliados à experiência sensorial. "É muito mais que prometer milagres com o sabonete. É sentir o prazer, o aconchego, sensações que o cheiro pode trazer", destaca.

Rede de vendas feminina

Com o investimento inicial de R\$ 5 mil, a OQ+ se posiciona no mercado com quatro variedades de sabonetes, diferenciados por suas essências e extratos. O sabonete Frescor utiliza camomila, argila rosa, manteiga de manga e essência de bergamota, enquanto



OQ+/DIVULGAÇÃO/JC

A operação possui quatro variedades de sabonetes

o Equilíbrio usa extrato de aloe vera, argila verde, manteiga de karité e essência de capim-limão.

Além da disponibilização via e-commerce, os sabonetes da OQ+ estão à venda na farmácia montenegrina Mottin. "Fiz uma parceria com sabonetes nas cores da marca e vendi muito."

Ângela também buscou incentivar o empreendedorismo

feminino, criando uma rede de revendedoras mulheres para seus produtos. Segundo ela, são mulheres majoritariamente com mais de 50 anos que buscam outras fontes de renda. "Isso é bem legal, porque assim como eu já estive meio perdida, sem saber o que fazer, muitas outras mulheres também estão, e, agora, posso estar dando um incentivo e direção."

Irmãs apostam em ateliê que mistura pintura com café na Zona Norte

A Doce Rabisco promete oferecer oficinas artísticas integradas a um café com cardápio enxuto

➔ NOVIDADE

MANUELA CASSANO

manuelac@jcrs.com.br

Com enfoque na experiência artística e promoção do bem-estar, a **Doce Rabisco** começou a operar no último fim de semana passado, no bairro Higienópolis. O negócio busca funcionar como um ateliê, promovendo oficinas criativas voltadas, principalmente, para a pintura e o afeto, junto a um cardápio enxuto de cafés, drinks e opções de comida.

As irmãs Luciana Camara e Tatiana Hilbig formam a dupla de empreendedoras à frente da Doce Rabisco. Segundo Luciana, a marca se propõe a ser muito mais do que um negócio, mas é um reencontro da dupla com a arte, que sempre esteve presente em suas vidas por conta da mãe, Rosângela Luz.

"Somos, desde sempre, apaixonadas pelo mundo da arte por conta da nossa mãe, ela é artista plástica", conta Luciana.

<Ax000A>

Aposta na arte

A idealização do novo empreendimento ocorreu após a participação de ambas em experiências artísticas de pintura. Após uma oficina que elas realizaram em junho, no Tinta La Vida, o negócio começou a ser posto em prática.

"Pensei que eu precisava fazer alguma coisa que tivesse esse viés artístico e também de evento, acolhimento e carinho. Receber as pessoas com um café, com um bolinho feito em casa", conta.

Luciana afirma que pediu demissão após 16 anos trabalhando no mesmo local para se dedicar apenas ao novo projeto. "Faz pouquíssimo tempo que a gente deu essa virada de chave. Minha irmã segurou a minha mão e disse 'vamos'", lembra.

<Ax000A>

Oficinas Itinerantes

Após a decisão de investir no projeto, Luciana e Tatiana iniciaram um processo de pesquisa para entender a nova empreitada.

Como ideia para validar o modelo de negócio, as empreendedoras apostaram em oficinas itinerantes, como a de pintura em taças.

"Estamos recebendo um retorno muito legal de quem participa, que é o que está nos motivando bastante", conta Luciana.

Ela ainda detalha que a agilidade para colocar o negócio em funcionamento ocorre, principalmente, por conta da alta demanda do momento por oficinas e experiências artísticas.

Já como principal desafio a idealizadora destaca a falta de experiência com o empreendedorismo, mesmo que ambas as irmãs já tenham vivências no setor de eventos. "Empreendedorismo é o que tá dando medo. Mas estamos fazendo cursos e querendo aprender cada vez mais para fazer o negócio dar certo", detalha.

Segundo ela, um outro fator motivador para agilizar o processo de empreender foi a vontade de promover o bem-estar para outras pessoas.

"A ideia é que a pessoa não precisa ter nenhuma experiência de pintar, nem de nenhum tipo de técnica, é só chegar lá e ser feliz com a sua peça", destaca Luciana.

O espaço físico da Doce Rabisco abriu as portas no dia 15 de agosto. O conceito de bem-estar que as irmãs buscam promover em suas oficinas será integrado a esse novo local.

"Nossa ideia é que seja um ateliê que funcione sem horário de agendamento, onde a pessoa pode chegar, escolher o que ela quer pintar. Qualquer rabisco está tudo certo, porque a questão é que você tem que se divertir."

Entre as oficinas e atividades que estão sendo organizadas para compor a cartela do ambiente estão a pintura de telas, pintura em cerâmica fria, oficina de velas, pintura em peças de gesso e pintura de taças.

"A pintura em taças já está presente nas oficinas e terá espaço após a abertura da loja",

A ideia da dupla é incrementar um cardápio enxuto de drinks, cafés e comidas às experiências oferecidas.

"Queremos servir junto uma alimentação, a gente vai ter opções de café e de miniblunch



As irmãs Tatiana Hilbig e Luciana Camara são as empreendedoras à frente da Doce Rabisco



A pintura em taças já está presente nas oficinas e terá espaço após a abertura da loja

também. Inclusive, vai ser tudo feito por nós", conta.

A ideia central é manter as oficinas também, integrando os eventos ao viés artístico em ambas as modalidades, tanto as oficinas itinerantes, quanto o ponto físico da loja.

"É bem ligado à arteterapia mesmo. Focado principalmente no bem-estar da pessoa e não na questão só da alimentação ou da técnica em si de pintura", explica Luciana.

A Doce Rabisco está localizada na rua General Couto de Magalhães, nº 475, Higienópolis.



As empreendedoras testaram o modelo com oficinas itinerantes

Após fechar parrilla na Zona Sul, casal abre complexo gastronômico na 24 de Outubro

Seis marcas atuam no Espaço Eminente, no bairro Auxiliadora

➔ NOVIDADE

JÚLIA FERNANDES
juliaf@jcrs.com.br

Aberto há quase dois meses, no bairro Auxiliadora, o **Espaço Eminente** é um complexo gastronômico que reúne seis operações. Dessas seis marcas, quatro já estão em funcionamento. O novo espaço é resultado de uma experiência de sete anos que os empreendedores Laura e Rodrigo Oliveira tiveram ao comandar um restaurante na Zona Sul de Porto Alegre.

O antigo Entrecot e Companhia foi reformulado e resultou em um negócio maior, mais complexo e centralizado. "Fechamos lá para vir para cá, porque a maioria dos nossos clientes se concentra nesta região. Descobrimos isso por meio de uma pesquisa que realizamos em 2024", comenta Laura, afirmando que o público que eles recebiam aos finais de semana no antigo negócio era muito maior em comparação aos demais dias da semana. "Ir para a Zona Sul é um passeio, a gente brinca que é quase uma zona rural", observa a empreendedora.

Após perceber que não fazia sentido permanecer no local, os sócios decidiram apostar em uma região mais movimentada, que também concentra um público mais corporativo.

"Estamos no TripAdvisor há dois anos com prêmio de excelência, entre os 10 melhores restaurantes de Porto Alegre. Recebemos muita procura, inclusive de outros estados, de empresas para fechar eventos corporativos, mas a gente estava a 25 quilômetros do aeroporto", conta Laura, sobre os desafios relacionados à localização do primeiro negócio.

O Espaço Eminente foi desenvolvido para atuar em diferentes frentes, uma delas pensada especialmente para atender de forma mais completa ao público corporativo. "Temos todo um ambiente pensado para esses eventos, com datashows, televisões, sistema de som", detalha.

As marcas do complexo

A operação que recebe os eventos corporativos, assim como os eventos sociais, é o Garden & Glass. Projetado para ser um espaço versátil, a ideia é que, no próximo ano, a operação feche aos fins de semana para receber apenas eventos particulares. "Queremos dedicar todos os sábados somente aos eventos", afirma Rodrigo, explicando que a estrutura de divisórias com portas mão amiga permite, de forma fácil, que todos os espaços se conectem para receber eventos com até 200 pessoas.

Para abrigar diferentes propostas e receber um grande número de pessoas, o negócio funciona em um espaço de 600 m². O ponto escolhido passou por uma obra que durou quase um ano. "Aproveitamos só as paredes laterais e as do fundo, porque fazem divisa com vizinhos, o resto estava tudo comprometido", comenta Laura.

Frequentadores de muitos restaurantes da Capital, o casal admite que o local foi inspirado em operações que eles admiram, porém com a proposta de ser mais acessível. "Trabalhamos com uma margem baixa para a região. **A nossa ideia não é superfaturar, é trazer experiências com um valor mais acessível para o público**", afirma a empreendedora.

Além do Garden & Glass, o complexo abriga o Lounge 24, um ambiente exclusivo com uma proposta mais descontraída. "Temos mesas com coolers embutidos, um cardápio de petiscos voltado para momentos de happy hour, uma boa carta de drinks", explica Rodrigo sobre a operação que funciona somente à noite e, nas primeiras semanas, foi o destaque do complexo devido aos jogos da Copa, de acordo com os empreendedores.

Durante a noite, o espaço também recebe o Safrá 1363, com a ideia de oferecer uma gastronomia mais refinada, com destaque especial para as massas e os vinhos. A operação divide o mesmo espaço que o Eminente utiliza durante o dia, oferecendo parrillas, pratos à la carte e menu executivo.

Além das quatro marcas, o Espaço Eminente se prepara para receber mais duas operações, ainda sem data de abertura: o Pulsí Sushi e um café mais tradicional para ocupar os horários da manhã e da tarde, momento em que a estrutura do local fica mais ociosa.



Rodrigo e Laura Oliveira são sócios do Espaço Eminente, operação que reúne seis marcas

"É como se fosse uma empresa colaborativa, onde todas as marcas ocupam o espaço no tempo em que ele está vago", elucida o empreendedor, comentando que três chefs atuam no

complexo, cada um dedicado a uma operação.

De acordo com Rodrigo, o Espaço Eminente deve contar futuramente com até 35 funcionários para dar conta de

todas as operações. "Seguimos nas contratações para fechar o quadro, mas temos alguns desafios na parte de treinamento", admite. Para o sócio, o trabalho consiste em compreender a mudança de mindset. "Às 9h, chega o pessoal do café; às 12h, o pessoal passa para a operação do almoço; retornamos para o café e finalizamos com as marcas que funcionam à noite", resume.

Para dar conta de negócios diversos, os sócios contam com tecnologia e automação, mas entendem as especificidades e as necessidades de cada cliente.

"A tecnologia faz a operação ficar mais eficiente, mas tem um público mais velho que vai precisar de um atendimento mais próximo, com mais atenção", observa Rodrigo, que desenvolveu um software próprio para o complexo, unindo todas as marcas, serviços e um programa de fidelidade para os clientes.

Para ambos os sócios, o novo negócio veio para organizar o que já ofereciam no antigo restaurante na Zona Sul. "A gente tinha muitas experiências e não sabia comunicar bem tudo o que oferecíamos", explica Laura.

Endereço e horário de funcionamento

O Espaço Eminente funciona de terça a sexta para almoço, das 11h30min às 14h30min, e as operações noturnas do complexo operam das 17h30min às 22h. Aos fins de semana, o almoço é servido até as 15h.



A Costela Glaceada, assada por 18h, é um dos destaques



Salada com lula e camarão empanado está no cardápio