



VISÃO EMPRESARIAL

Gerson Luis da Silva

Diretor da Associação Comercial de Porto Alegre,
Consultor Estratégico de Gestão de Marca e Reputação

Porto Alegre: uma cidade que pode correr ainda mais longe

Porto Alegre tem no esporte uma oportunidade que vai muito além das quadras, dos estádios e das linhas de chegada. A cidade reúne atributos para transformar a prática esportiva em uma poderosa plataforma de turismo, negócios, gastronomia, hotelaria, comércio e desenvolvimento econômico. A Capital consolidou-se como destino de grandes eventos de corrida. É sede da mais antiga maratona do país, a histórica Maratona Internacional de Porto Alegre, que reuniu, em 2026, cerca de 30 mil corredores do Brasil e atletas de mais de 25 países. Poucas semanas depois, a New Balance 42K voltou a colocar a cidade no calendário internacional, em uma edição que estabeleceu o novo recorde nacional da maratona e contou com a participação especial do bicampeão olímpico e um dos maiores maratonistas de todos os tempos, Eliud Kipchoge, que escolheu a cidade para sediar uma das etapas de seu projeto global “Eliud Running World”.

Depois de ser profundamente atingida pela enchente de 2024, a Orla do Guaíba passou por um importante processo de reconstrução e qualificação. Hoje, seus espaços esportivos, ciclovias, pistas de caminhada, quadras e a grande pista de skate, que é reconhecida como uma das maiores da América Latina e que vem sediando etapas do STU National (Skate Total Urbe), um dos principais circuitos do skate brasileiro. Cada corredor que chega para uma maratona, cada atleta, cada torcedor e cada família que acompanha uma competição representa uma oportunidade para hotéis, restaurantes, bares, lojas, transporte, serviços, agências de turismo e atrações culturais. É dinheiro novo circulando na economia local. É gente conhecendo a cidade, consumindo

seus produtos e podendo voltar outras vezes. Para que essa engrenagem funcione e gere a riqueza desejada, é imprescindível ampliar a conexão entre o poder público e os empreendedores locais. O esporte precisa ser compreendido como parte de uma estratégia integrada de desenvolvimento, capaz de movimentar diferentes setores da economia e fortalecer a imagem da cidade como destino.

A Copa do Mundo Feminina de 2027 pode ser um novo catalisador dessa estratégia. Mas ela não deveria ser vista como um evento isolado. Porto Alegre já possui um calendário esportivo capaz de gerar fluxo durante todo o ano. O caminho está em integrar eventos, turismo e experiência. Criar roteiros esportivos, estimular o comércio a participar, preparar hotéis e restaurantes

para receber diferentes públicos, conectar os eventos à cultura e à gastronomia local.

Agora, precisamos transformar essa energia em estratégia, negócios, turismo e desenvolvimento. Mais do que

receber grandes eventos, Porto Alegre precisa estar preparada para oferecer a melhor experiência possível a quem chega à cidade — seja para correr, competir, torcer, acompanhar um atleta ou simplesmente viver a experiência de um grande evento esportivo. Cada visitante pode ser mais do que um turista de passagem: pode tornar-se um embaixador da cidade. A qualidade dos serviços prestados e principalmente, da forma como somos capazes de acolher quem chega pode determinar se essa pessoa levará uma boa lembrança de Porto Alegre e terá vontade de retornar. Porque o maior legado de um grande evento não termina na linha de chegada. Ele começa quando o visitante decide voltar.

A Copa do Mundo Feminina de 2027 pode ser um novo catalisador dessa estratégia. Mas ela não deveria ser vista como um evento isolado

OPINIÃO

Perceber necessidades antes da evidência

Aline Winter Opitz

Franqueada Intimmi Care Porto Alegre

Mercados promissores não surgem do acaso. Na maioria das vezes, nascem quando alguém presta atenção em necessidades que permaneceram invisíveis por muito tempo. Essa percepção acabou conduzindo minhas decisões ao longo de 13 anos como empreendedora.

Quando deixei uma carreira corporativa para abrir meu primeiro negócio, escolhi o franchising. Encontrei no modelo um caminho para empreender com método, suporte e segurança. Para quem decide mudar de rumo profissional, contar com uma rede estruturada faz diferença.

À época, a aposta foi no embelezamento do olhar. Mais do que o design de sobrancelhas, a proposta envolvia valorizar a expressão, a harmonia facial e a autoestima. Essa especialização já refletia uma mudança importante: mulheres buscavam serviços mais qualificados e individualizados para realçar a beleza natural e cuidar do bem-estar.

Agora, um novo ciclo se inicia. A chegada da Intimmi Care a Por-

to Alegre é um passo que representa a confiança em um modelo de cuidado que responde a uma demanda cada vez mais presente, mas pouco discutida: a saúde íntima feminina.

É impressionante como questões relacionadas à menopausa, ao envelhecimento íntimo e à qualidade de vida da mulher permaneçam cercadas por silêncio e constrangimento. Deixar de falar sobre um tema não faz com que ele inexistam. Pelo contrário, dificulta o acesso à informação, ao acolhimento e à assistência especializada.

Por isso, é importante um ambiente para que esse cuidado

aconteça com responsabilidade, reunindo equipe especializada e uma estrutura preparada para oferecer atendimento personalizado. A transformação de dentro para fora, propósito da Intimmi Care, nasce justamente dessa combinação entre ciência, escuta e acolhimento.

Muitas vezes, a inovação mora na sensibilidade em perceber o que já precisava existir e oferecer, com qualidade, transparência e compromisso o que as pessoas procuram e não encontram. Empreender também significa reconhecer quando uma necessidade em comum pede novas respostas.

Empreender também significa reconhecer quando uma necessidade em comum pede novas respostas



O interior como lugar de futuro

Mario Garcia

CEO da Viacerta

Durante décadas, consolidou-se a ideia de que crescer profissionalmente significava aproximar-se dos grandes centros. Jovens deixavam suas cidades em busca de oportunidades e empresas transferiam estruturas para perto dos principais mercados. O interior era frequentemente visto como ponto de partida. Raramente como destino. Essa lógica mudou. Tecnologia, novas formas de trabalho e uma economia menos dependente da proximidade física redesenharam a geografia das oportunidades. Para o interior gaúcho, abriu-se a possibilidade de deixar de ser apenas formador e exportador de talentos para também retê-los e oferecer carreiras de alta qualificação.

Hoje, uma empresa instalada no interior gaúcho pode disputar o mesmo profissional com orga-

nizações de Porto Alegre, São Paulo ou até de outros países. O endereço mudou de importância; a qualidade da oportunidade, não. Quando um profissional encontra uma carreira qualificada onde escolheu viver, renda, conhecimento e capacidade de inovação permanecem na região. Formam-se novas lideranças, movimentam-se outros negócios e cria-se uma referência para uma geração que já não precisa enxergar a saída de sua cidade como condição para crescer.

Por isso, formar pessoas também é estratégia de desenvolvimento regional. Empresas, instituições de ensino e comunidades precisam contribuir para ampliar a base local de conhecimento e criar caminhos para que jovens enxerguem perspectivas onde vivem. No Rio Grande do Sul, há uma tradição de negócios que nasceram longe da Capital, cresceram conectados às suas comu-

nidades e alcançaram mercados nacionais sem romper esse vínculo. Essa proximidade produziu conhecimento, cultura e relações que também têm valor econômico.

Permanecer no interior, portanto, não deve ser confundido com permanecer pequeno. Uma empresa pode tomar decisões em uma cidade de poucos milhares de habitantes, desenvolver tecnologia a partir dali e competir nacionalmente. O desafio é transformar essa possibilidade em um ciclo sustentável: empresas fortes criam oportunidades para pessoas qualificadas; pessoas qualificadas fortalecem empresas e comunidades; regiões mais dinâmicas tornam-se capazes de gerar novos negócios.

Talvez essa seja uma das grandes forças do interior gaúcho: não apenas sua capacidade de produzir, empreender ou formar pessoas, mas de fazer com que elas encontrem razões para ficar e espaço para crescer.