



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

Xangri-Lá ganha espaço no mapa empresarial gaúcho e acelera o Litoral Norte

EM PAUTA

Grupo Zaluski lança operação imobiliária e prevê 15 franquias até o fim de 2026

Com foco na intermediação de imóveis usados, i.imóveis aposta em tecnologia, treinamento e processos padronizados

Sofia Kramp Leke
sofial@jcrs.com.br

O Grupo Zaluski amplia sua atuação com o lançamento da i.imóveis, operação de intermediação imobiliária que chega ao mercado com um modelo de franquias inspirado nas principais redes internacionais. A empresa aposta em tecnologia, treinamento e processos padronizados e tem como meta chegar a 15 franquias até dezembro de 2026.

A entrada nesse mercado é resultado de uma trajetória construída em diferentes áreas de negócio e da percepção de que a comercialização de imóveis ainda enfrenta gargalos no Brasil. Segundo Paulo Siqueira, vice-presidente do Grupo Zaluski, a empresa tem know-how e larga experiência em negócios de intermediação. Essa experiência passa pelo mercado financeiro, por operações de financiamento de capital de giro para pessoas físicas, pela administração de consórcios e por projetos de franquias ligados ao setor automotivo. Agora, esse conhecimento é levado para o setor imobiliário em uma nova frente de atuação.

A escolha pelo sistema de franchising também acompanha um movimento que vem ganhando força no País. De acordo com o vice-presidente, o modelo apresentou crescimento de 10,1% no primeiro trimestre de 2026, na comparação com o mesmo período de 2025, segundo levantamento da Associação Brasileira de Franchising (ABF). O grupo levanta que a experiência com diferentes formatos de negócio



Empresa quer aumentar o número de franquias junto ao movimento do franchising que vem ganhando força

cria uma base para desenvolver uma rede com maior capacidade de expansão.

A nova operação terá como foco principal o mercado de imóveis usados, que tem sentido os efeitos das taxas de juros elevadas e da falta de lançamentos direcionados especialmente à classe média. Nesse cenário, a empresa identifica espaço para melhorar a organização da intermediação. “A competição nesse segmento ocorre de uma forma que, para nós, carece de uma melhor organização que possa facilitar a atuação dos corretores e demais operadores, reduzindo custos e aumentando ganhos para todo o sistema”, afirma Siqueira.

É a partir desse contexto que a i.imóveis estrutura sua proposta. A intenção é formar uma rede nacional apoiada em tecnologia, inteligência comercial, treinamento permanente e processos padronizados. Ao mesmo tempo, a empresa busca ampliar a exposição dos imóveis e a rede de relacionamento entre profissionais, aproximando

do quem quer vender de quem procura comprar.

Para atender a diferentes perfis dentro do setor, a operação terá quatro formatos de franquia. Há a opção de uma operação completa com a marca i.imóveis, o modelo de co-branding para imobiliárias já estabelecidas, a incubadora com coworking na sede da empresa e a modalidade voltada ao corretor individual de alta performance. A variedade de formatos permite que o profissional escolha uma estrutura mais adequada à sua forma de atuação.

A proposta de ampliar a eficiência também chega à remuneração dos corretores. Além do suporte comercial, tecnológico e de marketing, os franqueados terão uma estrutura pensada para reduzir custos operacionais. Segundo a empresa, enquanto o mercado tradicional costuma remunerar o corretor com cerca de 50% da comissão, o modelo da i.imóveis pode proporcionar participação de até 85%, conforme o formato escolhido. Por trás

dessa estrutura está também uma rede de suporte construída pelo próprio Grupo Zaluski.

A empresa mantém profissionais de Engenharia Ambiental, Psicologia e Recursos Humanos, entre outras áreas, que dão apoio aos demais setores da administração. A estrutura acompanha as exigências legais e operacionais relacionadas às áreas ambiental, trabalhista e tributária, além de relações de consumo e planejamento estratégico, dentro de práticas ESG (sigla em inglês para o conjunto de diretrizes e critérios que as empresas usam para medir, gerenciar e reportar seus impactos nas áreas ambiental, social e de governança).

Para Siqueira, esse movimento faz parte de uma estratégia que combina experiência e disposição para testar novas formas de fazer negócios. A ideia é levar ao mercado imobiliário uma estrutura que ajude a tornar a intermediação mais ágil, organizada e rentável, sem perder de vista a viabilidade da operação.

Raio-x

■ **Empresa:** Cia Zaluski de Negócios
■ **Ano de fundação:** 1981
■ **Cidade de origem:** Porto Alegre
■ **Faturamento em 2025:** R\$ 370 milhões

■ **Projeção de faturamento para 2026:** A empresa projeta o mesmo volume de faturamento para 2026, considerando a permanência da atual política econômica que tem mantido os juros em patamares elevados, muito embora alguns investimentos possam colaborar para o alcance de uma variação positiva.

■ **Investimentos em inovação e tecnologia:** A empresa, em parceria com a Pucrs, há cerca de um ano vem investindo no desenvolvimento de um projeto de pesquisa e inovação no segmento automotivo, buscando implementar dinâmicas e procedimentos voltados à modernização dos processos de oferta de produtos e serviços nos segmentos em que atua, objetivando um modelo de certificação que garanta a fidelidade dos seus clientes, além de atrair novos consumidores.

■ **Onde a empresa quer estar em cinco anos:** consolidação dos novos negócios que estão sendo implementados, de modo a ampliar a gama de atuação em, pelo menos, dois novos segmentos vinculados aos negócios imobiliários (incorporação e franchising), além da continuidade dos investimentos no segmento automotivo.



“Novas ideias e novas formas de atuação em negócios estiveram sempre presentes na nossa visão empresarial, mas sempre com base em modelos que possam garantir a melhor condição de viabilidade dos empreendimentos na busca de resultados positivos”

Paulo Siqueira,
Vice-presidente

FEED



O império da IA; Karen Hao; Editora Rocco; 480 páginas; R\$ 99,90; Disponível em versão física e digital.



Escute, expresse e fale! Domine a comunicação...; Antônio Sacavém, Leny Kyrillos, Milton Jung e Thomas Brieu; Editora Rocco; 398 páginas; R\$ 39,90; Disponível em versão física e digital.



Marcas com alma – Porque o futuro dos negócios é humano; Maria Brasil; Editora Voo; 168 páginas; R\$ 72,00; Disponível em versão física e digital.

Inteligência Artificial

Em “O império da IA”, a jornalista investigativa Karen Hao apresenta uma visão crítica dos bastidores da indústria que promete transformar o mundo. A partir de sua experiência cobrindo a OpenAI desde 2019, a autora reconstrói a trajetória da empresa e mostra como a promessa inicial de desenvolver uma inteligência artificial segura e voltada ao bem público foi gradualmente atravessada por interesses econômicos e pela disputa por poder. O livro vai além do ChatGPT e revela os custos humanos e ambientais dessa corrida tecnológica. Hao aborda desde a exploração de trabalhadores responsáveis pela classificação de dados em

países do Sul Global até o consumo de energia e água exigido pelos grandes modelos de IA. Ao reunir relatos de engenheiros, trabalhadores e ativistas, a autora constrói um retrato abrangente de uma indústria marcada pela concentração de recursos e poder. Mais do que questionar os avanços da inteligência artificial, “O império da IA” provoca uma reflexão sobre quem realmente se beneficia dessa revolução e quem paga a conta para que ela aconteça. É uma leitura essencial para compreender a IA para além do entusiasmo tecnológico e enxergar os interesses, impactos e contradições por trás dessa transformação.

Comunicação

Em “Escute, expresse e fale! Domine a comunicação e seja um líder poderoso”, quatro especialistas de diferentes áreas se unem para discutir um dos principais desafios das relações humanas: saber se expressar e, principalmente, saber ouvir. Antônio, Leny, Milton e Thomas mostram que uma comunicação poderosa vai muito além de falar bem; ela depende de empatia, autenticidade e capacidade de compreender o outro.

A obra parte de situações comuns, como a dificuldade de iniciar conversas profundas, encontrar as palavras certas ou se posicionar diante de deter-

minadas pessoas, para apresentar estratégias aplicáveis tanto à vida profissional quanto pessoal. Com exemplos reais e experiências vivenciadas pelos autores, o livro transforma conceitos de comunicação em ferramentas práticas para construir diálogos mais saudáveis e relações duradouras.

Ao discutir como a tecnologia pode transformar a maneira como nos comunicamos, os autores ampliam a reflexão sobre os limites e as possibilidades das novas formas de interação. Mais do que ensinar a falar melhor, o livro propõe uma mudança de postura.

Branding

Mais do que um livro sobre branding, a obra “Marcas com alma – Porque o futuro dos negócios é humano”, de Maria Brasil, é um convite a repensar a relação entre marcas e pessoas. Fundadora da Essence Branding, professora e especialista em estratégia de marcas, a autora defende que, em um mercado cada vez mais competitivo, o verdadeiro diferencial está na capacidade de criar conexões humanas e construir negócios autênticos.

Ao longo da obra, Maria reúne entrevistas com líderes de empresas como Magazine Luiza, McDonald’s, Natura, iFood, Casas Bahia e Chilli Beans para mostrar como grandes marcas transformam propósito e valo-

res em estratégias concretas. Os depoimentos ajudam a ilustrar diferentes caminhos para aplicar esses conceitos no dia a dia das empresas. Os relatos aproximam a teoria da prática e revelam os desafios de construir uma identidade que vá além da comunicação.

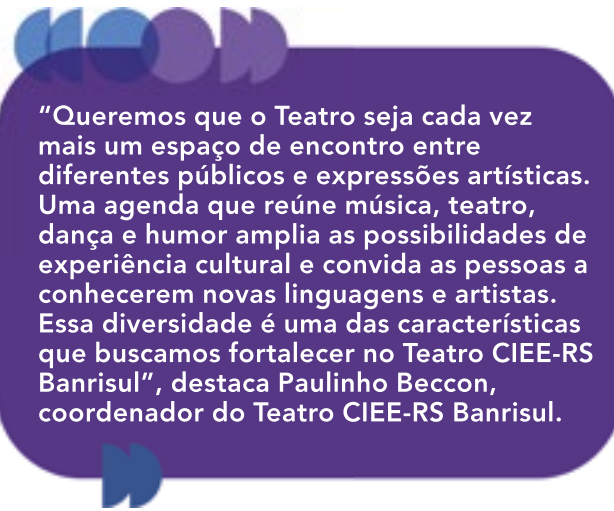
Ao combinar conceitos, experiências e histórias reais, o livro oferece uma leitura acessível e relevante para empreendedores e profissionais que desejam compreender o branding como uma ferramenta estratégica. No fim, a principal provocação da obra é simples: marcas fortes não são construídas apenas para vender, mas para criar significado e relações duradouras.



Teatro CIEE-RS Banrisul reúne música, teatro e humor na programação de setembro

O Teatro CIEE-RS Banrisul tem um mês de setembro marcado pela diversidade de atrações. A programação reúne música, teatro, dança, experiências imersivas e humor, com opções para diferentes públicos. Localizado na Rua Dom Pedro II, 861, em Porto Alegre, o espaço integra a atuação do CIEE-RS na promoção da cultura e do desenvolvimento humano.

Nos dias 12, 13 e 20, a música ganha destaque com os concertos Candlelight, que apresentam repertórios dedicados a Mozart e Beethoven, Hans Zimmer e às canções de amor da Disney. As artes cênicas também ocupam o palco: no dia 14, a Oficina de Teatro Adolescer apresenta *Rock Around The Clock*, comédia musical ambientada nos anos 1960, e, no dia seguinte (15), o espetáculo *Adolescer* retorna ao Teatro CIEE-RS Banrisul.



“Queremos que o Teatro seja cada vez mais um espaço de encontro entre diferentes públicos e expressões artísticas. Uma agenda que reúne música, teatro, dança e humor amplia as possibilidades de experiência cultural e convida as pessoas a conhecerem novas linguagens e artistas. Essa diversidade é uma das características que buscamos fortalecer no Teatro CIEE-RS Banrisul”, destaca Paulinho Beccon, coordenador do Teatro CIEE-RS Banrisul.

A agenda segue no dia 26 com duas experiências de propostas distintas: *The Jury Experience – Death by AI* e *Ballet of Lights: A Bela Adormecida*. Já no dia 28, a palestra-show *Em Ritmo Quente*, com Diego Borges e Katia Gouveia, propõe uma experiência de dança emocional voltada à autoestima das mulheres. Fechando o mês, no dia 30, Gio Lisboa apresenta o espetáculo de humor *Gio da Família Brasileira*.

Com capacidade para 435 pessoas e estrutura de acessibilidade, o Teatro recebe espetáculos culturais e eventos ao longo do ano. A programação completa de setembro, com horários e informações sobre ingressos, está disponível em cieers.org.br/portal/programacao-teatro

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





VISÃO EMPRESARIAL

Stefano Wigner Tremea

Empresário e diretor financeiro do Instituto de Estudos Empresariais (IEE)

A liberdade não cabe numa caneta

Ninguém pode julgar a própria causa. O princípio é anterior a qualquer Constituição, e é dele que nasce a separação de poderes. Quem deveria ser o guardião da nossa Carta Magna virou o seu principal violador. Os exemplos são inúmeros, e cito três.

O primeiro: a Polícia Federal identificou indícios de ao menos seis encontros entre o ministro Alexandre de Moraes e o banqueiro Daniel Vercaro entre novembro de 2024 e agosto de 2025, um deles de mais de quatro horas. No mesmo período, o escritório da esposa do ministro tinha um contrato de R\$ 129 milhões com o Banco Master, R\$ 3,6 milhões por mês. Não afirmo que seja o caso em questão, não ousaria isso, ainda mais nos tempos atuais, mas a verdade é que propina hoje não anda em mala de dinheiro. Anda em honorário advocatício, com contrato formal e nota fiscal emitida. É muito mais difícil de questionar.

O segundo: no final de agosto, uma decisão monocrática de Dias Toffoli tirou do ar a propaganda digital do candidato Renan Santos, cortou os repasses do fundo eleitoral e o proibiu de participar de debates. Motivo? Perfis de redes sociais informados 12 dias depois do registro. Um ministro, sozinho, inviabilizou uma candidatura à Presidência por um vício de formulário. Detalhe: no último ano, Renan convocou quatro manifestações contra o próprio Toffoli por causa do caso Master.

Por fim, o terceiro: um jornalista do Maranhão mostrou familiares do ministro Flávio Dino usando carro oficial do tribunal estadual. O fato denunciado não foi investigado. O denunciante foi: teve material apreendido e viu sua fonte virar alvo de busca e apreensão autorizada por Moraes. E os recursos contra essas decisões? Vão para a Primeira Turma, presidida pelo próprio Dino. Sigilo de fonte não é privilégio

de jornalista, é garantia constitucional. E garantia individual, no Brasil, é cláusula pétrea.

No Brasil de 2026, investigação, decisão e revisão acontecem dentro da mesma sala. Isso não é acidente, é desenho. Em 2025, mais de 80% das decisões do Supremo foram monocráticas. Uma corte de 11 ministros funciona, na prática, como 11 cortes, cada uma com poder de suspender uma lei, uma campanha ou uma empresa antes do café da manhã.

Você provavelmente acha que isso é briga de gabinete em Brasília, longe da sua vida. Não é. A mesma caneta que derruba uma candidatura decide sobre IOF, tributação de investimentos, contratos e propriedade.

O economista francês Frédéric Bastiat mandou olhar o que não se vê. O que não se vê aqui é o prêmio de risco que o investidor cobra do Brasil por saber que a regra pode mudar amanhã, na vontade de um homem só. Isso reaparece no seu crédito mais caro, na empresa que não abre, no capital que faz as malas e deixa o país. Segurança jurídica não é assunto de advogado, é o preço de tudo. Sem ela, ninguém planta no longo prazo.

E não, a saída não é fechar o Supremo, nem aplaudir alguma aventura autoritária. Isso é trocar um arbítrio por outro. A saída é chata e institucional: limitar a decisão monocrática, criar regra objetiva de impedimento e suspeição, exigir transparência sobre contratos privados de familiares de ministro. Quem faz isso é o Congresso. E em outubro renovamos dois terços do Senado, a casa que aprova cada um dos 11 e que tem o poder de tirá-los de lá.

O filósofo inglês John Locke avisou que, onde a lei termina, começa a tirania. A pergunta já não é se o Supremo passou do ponto. É até quando vamos aceitar ser reféns de quem deveria proteger a nossa liberdade.

OPINIÃO

O que revelam as diferentes formas de empreender

Luiz Carlos Bohn

Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae RS e presidente do Sistema Fecomércio-RS/Sesc/Senac

Empreender é reflexo do tempo e do lugar em que se vive. As escolhas de quem abre e conduz um negócio são influenciadas por sua trajetória, pelas oportunidades disponíveis, pela tecnologia e pelas características do território. Por isso, entender o empreendedor brasileiro exige olhar para essa diversidade.

A pesquisa Gerações, Territórios e Empreendedorismo, desenvolvida pelo Sebrae RS, mostra justamente a multiplicidade. As diferenças entre gerações ajudam a entender como cada grupo se relaciona com o negócio. Por exemplo, empreendedores mais experientes valorizam conhecimentos construídos ao longo da prática e incorporam novas tecnologias de maneira gradual. Millennials tendem a investir em qualificação, planejamento e ferramentas digitais, conciliando crescimento com estabilidade, qualidade de vida e propósito. Já a Geração Z apresenta uma relação mais natural com a tecnologia, testando ideias, adaptando modelos e buscando autonomia e flexibilidade.

Mas não é apenas a faixa etária que determina escolhas, o território também conta. A realidade de quem empreende em uma região com crédito, conectividade, infraestrutura e ambientes de inovação é diferente daquela onde esses recursos são limitados e/ou inacessíveis. Em alguns lugares, empreender está mais associado à inovação e à expansão. Em outros, representa uma alternativa de renda e uma forma de fortalecer a economia local.

A diversidade de gerações e territórios mostra também que sucesso não pode ser medido apenas pelo resultado financeiro. Realização pessoal, autono-

mia, qualidade de vida e impacto na comunidade ganham espaço entre as aspirações de quem empreende.

Para quem apoia os pequenos negócios, essa é uma mudança importante. Soluções padronizadas nem sempre respondem a realidades tão distintas. É preciso conhecer os diferentes perfis, objetivos e contextos para oferecer apoio que faça sentido. E, reconhecer essa diversidade é um passo essencial para construir um ambiente empreendedor mais inclusivo, inovador e preparado para o futuro. Nossa Pesquisa completa está no Data Sebrae, vale a pena conhecê-la.

Realização pessoal, autonomia, qualidade de vida e impacto na comunidade ganham espaço entre as aspirações de quem empreende.



Água gratuita também deveria estar na agenda ESG

Alex Sander da Rosa

Sócio-diretor da Icehot

Quando uma empresa fala em ESG, é comum que a discussão comece dentro de seus próprios muros como a redução de emissões, eficiência energética, gestão de resíduos, diversidade e governança. São compromissos importantes, mas existe uma pergunta que precisa ganhar mais espaço nessa agenda: como as empresas estão contribuindo para melhorar as cidades onde as pessoas vivem e circulam?

Essa reflexão se torna necessária quando falamos de água. Embora seja um recurso essencial à vida, o acesso gratuito à água potável ainda não faz parte da infraestrutura cotidiana de muitos espaços públicos brasileiros. Praças, parques, ciclovias, áreas esportivas e locais de grande circulação nem sempre oferecem condições adequadas para que as

pessoas possam se hidratar.

Estimular a ocupação de espaços públicos, a prática esportiva e a mobilidade ativa sem garantir condições básicas para essa permanência revela uma contradição que precisamos enfrentar. É nesse ponto que o ESG pode deixar de ser apenas uma métrica corporativa e se transformar em instrumento de transformação urbana. Empresas têm capacidade financeira, tecnológica e de articulação para participar de soluções que beneficiem diretamente a população. Isso não significa transferir responsabilidades, mas reconhecer que os desafios das cidades exigem colaboração entre diferentes setores.

Investir em infraestrutura de acesso à água é um exemplo de iniciativa capaz de conectar diferentes dimensões da agenda ESG. Há um componente social evidente, porque a hidratação em espaços públicos deve ser acessível independentemente da renda. Há

uma dimensão ambiental, quando a oferta de água contribui para reduzir a dependência de embalagens descartáveis. E há uma dimensão de governança quando empresas, municípios e instituições constroem soluções para necessidades coletivas.

A chegada da primavera, quando parques, praças e espaços de convivência tendem a receber ainda mais pessoas, reforça essa discussão. Uma cidade que estimula seus moradores a ocupar as ruas precisa estar preparada para recebê-los. Infraestrutura básica também é política de qualidade de vida.

O ESG não deveria ser avaliado somente pelo que uma empresa evita causar, mas também pelo que ela consegue construir ao seu redor. A sustentabilidade está na empresa que reduz sua pegada ambiental, mas também naquela que ajuda a tornar a cidade mais saudável, inclusiva e preparada para os desafios climáticos.

REPORTAGEM ESPECIAL

Litoral Norte do RS revela contrastes no crescimento

Região à beira-mar mostra dinamismo e Xangri-Lá desponta entre os principais municípios

Loraine Luz, especial para o JC
De Cidreira

Capão da Canoa, Torres e Tramandaí confirmam sua força quando se recorta a região do Litoral Norte na mais recente edição do ranking de número de empresas gaúchas divulgado pelo IPCMaps em julho. Os três municípios se posicionam entre os primeiros 50 no Estado – com destaque ainda maior para Capão da Canoa, que alcança pela primeira vez, em seis anos, o 20º lugar no total de 497 posições.

Ao comparar o desempenho de 2026 com 2020, Capão da Canoa, com alta de 33,7%, e Torres, com +32,3%, superam o crescimento do Estado, que ampliou em 26% o número de negócios ativos no período (passando de 1,38 milhão para 1,74 milhão). É nesta perspectiva que outro município chama atenção: em seis anos, a pequena Xangri-Lá (são aproximadamente 61 quilômetros quadrados de área) lidera o grupo à beira-mar e supera o Estado com folga: cresceu em 49,1%, saltando 12 posições no ranking gaúcho (da 78ª em 2020 para 66ª em 2026).

À exceção de Lajeado (com 57,2%), nenhuma das cidades no Top 20 do ranking gaúcho – ocupado por representantes, por exemplo, da Região Metropolitana, da Serra, do Norte e da Região Central – alcançou índice semelhante. Naturalmente, todos eles partem de um número absoluto muito superior ao de Xangri-Lá. Se expandir o olhar para o grupo de cidades que em 2020 apresentava um patamar mais semelhante – na faixa de 3 mil a 5 mil empresas –, o município litorâneo supera Carlos Barbosa (alta de 41,7%) e Nova Petrópolis (+46,7%), além de fazer páreo com Frederico Westphalen (+51,21%) e Marau (+50,6%), que

se destaca pelo forte polo industrial, significativa presença no agronegócio e alto PIB per capita.

Partindo de uma base levemente maior há seis anos, Gramado e Canela, donos de significativo apelo turístico, avançaram mais, porém não se distanciaram tanto assim de Xangri-Lá no período: +56,35% e +56,23%, respectivamente.

Os rankings de Xangri-Lá ao longo dos anos mostram que não se trata de um salto pontual. Há consistência. Após uma retração em 2022 (generalizada no grupo analisado), o município iniciou em 2023 um ciclo de crescimento no empreendedorismo que se manteve por quatro anos e ganhou força em 2026.

A comparação do ranking atual com o de 2020 reafirma os contrastes que o Litoral Norte costuma apresentar em indicadores econômicos. Enquanto Xangri-Lá, Capão da Canoa e Torres demonstram fôlego empreendedor, Balneário Pinhal (+8,0%) e Cidreira (-0,3%) revelam baixa ampliação no número de empresas ou estagnação. Imbé (+26,0%), Arroio do Sal (+24,1%) e Tramandaí (+23,7%) ficaram próximos do padrão estadual. Ou seja, há uma variação de quase 50 pontos percentuais dentro da mesma região.

Em uma perspectiva mais curta, de 2026 para o ano passado, os rankings exibem outros destaques. Xangri-Lá teve um bom desempenho, mas não foi a líder da região no último ano. A cidade cresceu 12,6% – acima de Capão da Canoa, Imbé, Arroio do Sal, Cidreira e Torres – mas ficou atrás de Balneário Pinhal, que subiu 12 posições (alta de 25,1%), da 139ª para a 127ª, e de Tramandaí, com alta de 14% e ganho de cinco posições (da 41ª para a 36ª).

Esse recorte mais recente mostra ainda uma retomada do



Xangri-Lá avançou 12 posições no ranking gaúcho de empresas entre 2020 e 2026, passando para a 66ª colocação

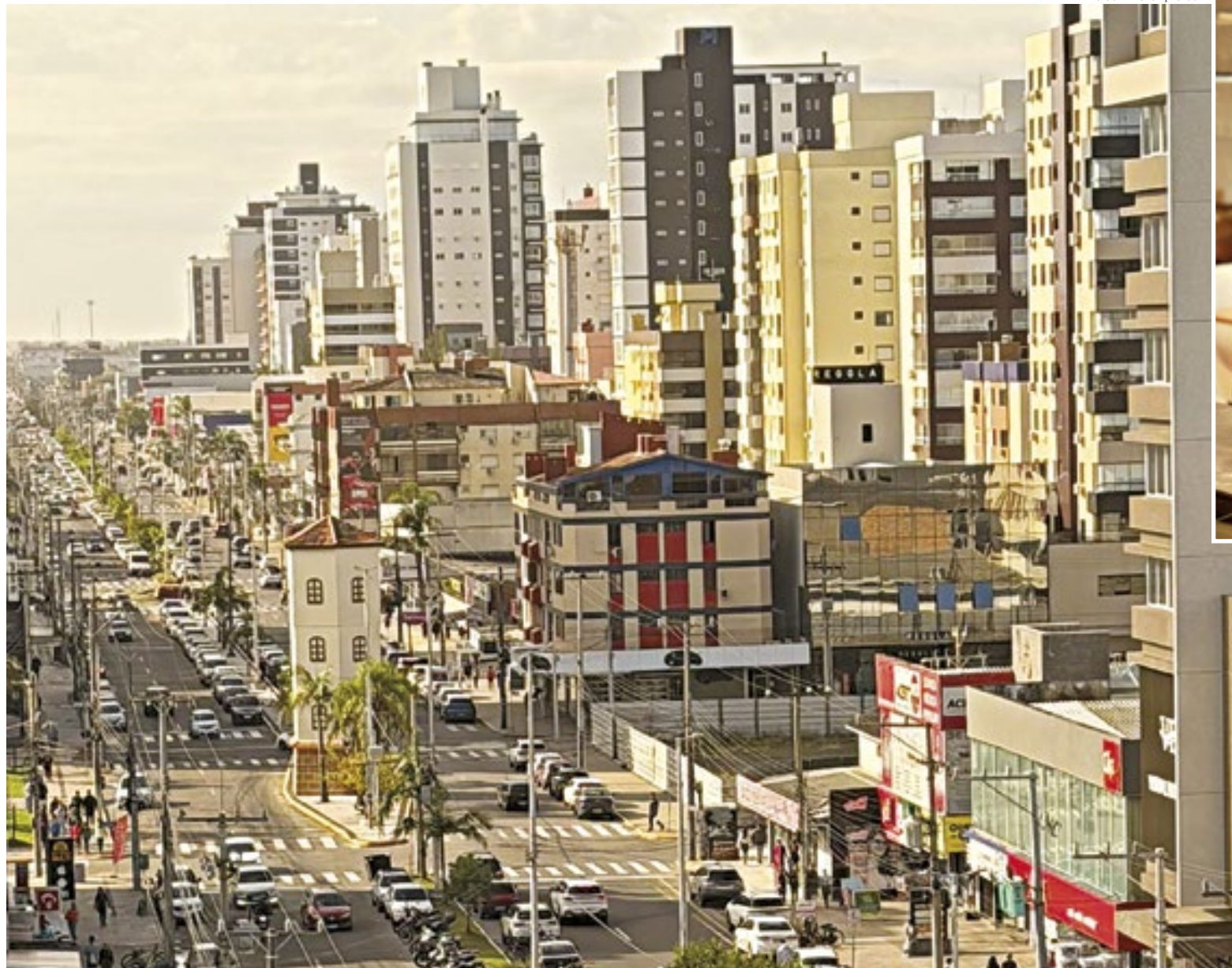
cenário empresarial em Torres, que em 2025 viveu uma freada brusca. Depois de ampliar sua base em 10,2% em 2024, praticamente não cresceu no ano seguinte. Para Aline Lentz, presidente da Associação do Comércio, Indústria, Serviços, Agonegócios e Turismo de Torres (Acisatt), o efeito em cascata da enchente de 2024 estaria entre as razões dessa estagnação.

Apesar do cenário atual de incertezas, a dirigente acredita que, a médio e longo prazos, há otimismo. E cita, em especial, a construção do Porto Meridional na vizinha Arroio do Sal (distante cerca de 30 quilômetros) como uma mudança importante para o empreendedorismo de toda a região. “A gente deve entrar numa curva muito grande de crescimento nos próximos

anos”, projeta. De fato, Torres expandiu em quase 10% o número de empresas de 2025 para 2026. “Nós percebemos muitos empresários da Serra olhando para o Litoral como alternativa. Eles estão começando a colocar os ovos em cestinhas diferentes”, ilustra Aline.

Leia mais nas próximas páginas ►►

REPORTAGEM ESPECIAL



Capão da Canoa (foto) Torres e Tramandaí reforçam a relevância do Litoral Norte no cenário empresarial do Rio Grande do Sul



GUILHERME BORELLI/ARQUIVO PESSOAL/JC

Borelli destaca projetos em outros estados

Polo construtivo bilionário

Com relação à importância da construção civil e do mercado imobiliário do eixo Xangri-Lá-Capão da Canoa para o contexto empresarial, dados divulgados no início de agosto pelo Sinduscon-RS mostram as duas cidades no topo da arrecadação em ITBI.

Os 23 municípios do Litoral Norte analisados movimentaram cerca de R\$ 3,74 bilhões em VGV no primeiro semestre de 2026. A projeção para o fechamento de 2026 é de R\$ 8,27 bilhões em VGV, alta de 12,5% ante 2025.

Capão da Canoa
R\$ 1,094 bilhão

Xangri-Lá
R\$ 939 milhões

Torres
R\$ 442,5 milhões

Tramandaí
R\$ 356,8 milhões

Imbé
R\$ 294,2 milhões

Osório
R\$ 168,2 milhões

Arroio do Sal
R\$ 163,8 milhões

Demais municípios
R\$ 281,7 milhões

Alto padrão no consumo aquece negócios e explica boa performance do Litoral Norte

Empresários de Xangri-Lá acreditam que dinamismo imobiliário seguirá aquecendo outros setores locais

Loraine Luz, especial para o JC
De Cidreira

Há pelo menos quatro anos consecutivos, o crescimento da base empresarial de Xangri-Lá é destaque no Litoral Norte, comparando as oito principais praias da região. O resultado foi um aumento de 44,7% no número de negócios desde 2022 e de 49,1% desde 2020, levando o município da 78ª para a 66ª posição no ranking estadual divulgado pelo IPC Maps. A aceleração chega a 12,6% em 2026.

Em 2023, o ano em que essa trajetória positiva vai ficando mais evidente, a Borelli Móveis

inaugurou loja própria em Xangri-Lá. Foi uma decisão importante no negócio iniciado em Garibaldi, seguido de um endereço em Carlos Barbosa. A Serra Gaúcha é a região de origem da família Borelli, que, para atuar no Litoral, optou primeiro por Tramandaí, em 2004, cinco anos após começar no ramo.

A aposta em Xangri-Lá, quase 20 anos depois, ajudou a reforçar e a prosperar uma transição: a migração de revenda de móveis planejados (ex-lojista Todeschini) para marcenaria industrial própria, com parque de mais de cinco mil metros quadrados em Bento Gonçalves. Posteriormente, fez a fusão das operações, centralizando em Xangri-Lá. Tramandaí manteve só atendimento, sem showroom.

Guilherme Borelli, diretor da empresa, explica o impacto disso: “Além de ser por si só um

mercado interessante, Xangri-Lá acaba sendo para nós uma cidade vitrine. Os gaúchos que moram em outras partes do Brasil e passam as férias na praia nos conhecem e nos levam para as cidades deles. Com isso, passamos a executar projetos na Bahia, em Brasília, em São Paulo, em Santa Catarina e no Paraná”.

O resultado, entende ele, revela uma resiliência local. Mesmo com juros altos e leve retração em mercados isolados, o fato de Xangri-Lá captar demanda de múltiplas regiões do Estado e de fora dele funciona como amortecedor de oscilações. “A gente costuma dizer muito entre parceiros e clientes: o PIB do Estado se encontra aqui”, acrescenta.

O empresário acredita que a boa performance do município no ranking de empresas, nos últimos anos, está associada a

um enfraquecimento da sazonalidade desde a pandemia por Covid-19, ou seja, a cidade deixou de ser só destino de verão, e à força do mercado imobiliário – que, ao seu ver, continua com capacidade de expansão: ele cita eixos antes parados, como a RS-407, rumo a Maquiné. “Xangri-Lá está longe da acomodação”, conclui, otimista sobre o futuro de empreendedores locais, projetando uma perenidade muito consistente no longo prazo.

Morador de Xangri-Lá, Borelli afirma que é fundamental o dono do negócio viver na região, porque o mercado tem peculiaridades. “Ao contrário de cidades como Caxias do Sul e Porto Alegre, os bairros de Xangri-Lá não seguem gradiente de valor: residências de R\$ 10 milhões podem ficar muro a muro com casas de R\$ 1,5 milhão dentro de condomínios, o que exige conheci-

mento hiperlocal do investidor”, observa. Ele menciona, ainda, um padrão de “giro” imobiliário: compradores usam o imóvel como investimento de curto ciclo, ou seja, comprem, desfrutam por um ou dois verões, vendem e sobem de padrão, criando uma base de clientes muito experiente e exigente em relação à qualidade construtiva.

Potencial mantém investidores motivados

A alta exigência é uma característica local também identificada por Mauro Lunkes, gestor de negócios da STV no litoral gaúcho: “Quanto maior o PIB, quanto mais esse cliente tem potencial de investimento, obviamente ele vai ter uma exigência maior”, resume. A STV é uma empresa de segurança, portaria e facilities fundada em Porto Alegre em 1975, hoje com mais de 5 mil funcionários e atuação em cidades gaúchas, catarinenses, paulistas e paranaenses. Chegou ao Litoral Norte em 2005, com unidade própria em Xangri-Lá, e expandiu para uma filial em Capão da Canoa em 2023.

Para Lunkes, o nível de expectativa do consumidor no eixo Xangri-Lá-Capão da Canoa mantém os empreendedores motivados. A STV não tem planos de abrir unidade em outra praia, mas não perde de vista o aprimoramento dos serviços nas duas cidades, justamente por causa das altas expectativas do público que atende. A maior parte de seus clientes é pessoa física.

O diretor atribui o desempenho

das duas cidades no ranking a dois eventos concentrados: a pandemia e a enchente de 2024, que empurraram um novo contingente de moradores e trabalhadores para as praias. Com isso, explica, a construção civil, o “motor econômico da região”, ganhou impulso e gerou mais demanda por serviços, comércio e gastronomia.

“Chegaram concorrentes para a gente, tanto mão de obra humana, que é a parte de portaria, como empresas na área de eletrônicos”, afirma, garantindo que isso é positivo e “só faz querer melhorar”. Para o diretor, o cenário empresarial local deve seguir aquecido. “Eu não vejo estabilização, principalmente pela quantidade de novos condomínios, que geram oportunidades em outros setores”, alega o empresário.

Para a Associação Comercial, Industrial e Prestadora de Serviços de Capão da Canoa e Xangri-Lá (Acicc), a região deve seguir atraindo investimentos. “Acreditamos que o crescimento é sustentável nos próximos anos, desde que continue havendo investimentos em infraestrutura,

mobilidade e serviços públicos”, observa Idemario Santos da Cruz, secretário executivo da associação. Os principais desafios são a falta de mão de obra qualificada, a dificuldade de contratação em alguns setores, o aumento dos custos operacionais e a necessidade de melhorias constantes na infraestrutura urbana.

A Acicc não tem um levantamento oficial sobre a taxa de sobrevivência de empresas locais, mas afirma que boa parte dos negócios que chegam com planejamento e gestão adequada consegue se consolidar no mercado local. A associação afirma identificar muitos empreendedores vindos de outras regiões do Estado, com predomínio de pequenas e médias empresas e crescente participação feminina e de jovens.

Em nota, o prefeito de Xangri-Lá, Celso Bassani Barbosa, comentou o crescimento da cidade no ranking de empresas do IP-CMaps: “Esse avanço demonstra o potencial de Xangri-Lá e a confiança dos empreendedores no município. Nos últimos anos, tive-

mos um crescimento expressivo em áreas como a construção civil, o turismo, o comércio e a prestação de serviços. A localização privilegiada, a qualidade de vida e os investimentos em infraestrutura também contribuem para atrair novos negócios”.

Gigante global do setor de alimentação, o McDonald’s confirmou investimento local: o primeiro drive-thru do Litoral Norte gaúcho será montado na Avenida Paraguassu, em Atlântida, próximo à divisa entre Xangri-Lá e Capão da Canoa.

Contatada, a assessoria de comunicação da Arcos Dorados (gestora da marca) não revelou datas. À época do anúncio, em junho, a mídia local informou que a unidade abriria ainda este ano. Segundo a matéria publicada no Litoralmaná, o projeto prevê a utilização de três terrenos localizados em uma das áreas de maior expansão imobiliária da região. Será a terceira unidade da rede em praias gaúchas, depois de abrir em Capão da Canoa, em 2023, e em Tramandaí, no início dos anos 2000.

Asun anuncia expansão no Litoral Norte

O Supermercados Asun anunciou a expansão no Litoral Norte. São três novas unidades: além de Tramandaí e de Capão da Canoa, Torres também ganha operação. As aberturas estão previstas para ocorrer a partir da segunda quinzena de novembro. As futuras lojas serão instaladas em imóveis que anteriormente abrigavam unidades da rede Nacional, antiga bandeira do Grupo Carrefour.

A unidade de Torres terá a maior área de vendas, com 2.500 metros quadrados. Em Capão da Canoa, a loja contará com 2.300 metros quadrados, enquanto a unidade de Tramandaí terá 2.000 metros quadrados de área. Com as inaugurações, o Supermercados Asun passará a operar 17 lojas distribuídas pelo litoral gaúcho.

‘Capão da Canoa nos deu confiança e números concretos para expandir na região’, diz Hang

Famosa no País pelas megalojas com réplicas da Estátua da Liberdade, a Havan ganhará novos endereços no Litoral Norte gaúcho – ampliando sua presença na região para quatro operações.

“Vamos construir uma mega-loja em Torres e outra em Osório. E vamos continuar visitando cidades que têm potencial para receber uma Havan. O Rio Gran-

de do Sul é um estado pelo qual temos um carinho enorme”, afirma Luciano Hang, que deu início à rede em Brusque (SC), em 1986. Conforme comunicado da prefeitura de Osório, em junho, por meio de rede social, o terreno que receberá a loja fica no distrito de Atlântida Sul, uma área de 21 hectares adquirida pela Havan.

Hang garante que a aposta no Litoral Norte não está restrita ao movimento dos meses de verão, comprovando que o status da região vem mudando a passos largos entre empreendedores: “Planejamos cada loja pensando no cliente que mora ali o ano todo, não só no turista”, afirma. A previsão de investimento é de mais de R\$ 100 milhões em cada

novo endereço – o mesmo anunciado para a recém-inaugurada unidade em Tramandaí.

Localizada na ERS-030, nas proximidades do Stok Center, bairro Indianópolis, um dos principais corredores comerciais da cidade, a loja tem 10 mil metros quadrados de área construída, incluindo praça de alimentação e estacionamento gratuito. O es-

paço de vendas conta com mais de 350 mil produtos. A novidade abriu 200 novas vagas de emprego direto na cidade. Foi a terceira mega loja aberta no Estado somente neste ano (depois de abrir as filiais de Taquara e Garibaldi). Com ela, chegam a 195 unidades da rede, sendo 23 em solo gaúcho.

“Tramandaí é uma cidade estratégica, com bom acesso, população que cresce o ano inteiro e um fluxo turístico gigante no verão. A gente enxergou ali um público que já conhece a Havan, porque frequenta Capão da Canoa”, comenta o empresário. A festa de abertura da loja, dia 15 de agosto, reuniu uma multidão. Hang tirou fotos com clientes.

Capão da Canoa foi o primeiro município do Litoral Norte a receber uma Havan, em 2021, construída às margens da ERS-389 (Estrada do Mar). “A loja de Capão da Canoa é hoje uma das que mais faz sucesso no Rio Grande do Sul, com faturamento excelente o ano todo, não só na temporada de verão. Isso nos deu confiança e números concretos para expandir a atuação na região”, afirma Hang.



Havan planeja outras duas novas lojas, desta vez nas cidades de Torres e Osório, totalizando quatro operações no Litoral Norte do Estado

HAVAN/DIVULGAÇÃO/JC

REPORTAGEM ESPECIAL

Desempenho em 6 anos: 2020 x 2026

Compare o Litoral Norte com os destaques estaduais

O estudo IPC Maps 2026 com o perfil empresarial brasileiro foi divulgado em julho.

Maiores saltos absolutos

Mais empresas em números absolutos

- Porto Alegre +51.654
- Caxias do Sul +21.548
- Canoas +13.630
- Santa Maria +10.640
- Pelotas +10.388

RS cresceu sua base empresarial em 26%

1.384.526 (2020)



1.744.247 (2026)

Destaques em crescimento percentual

Entre cidades com base 1.000 empresas em 2020

- Dois Irmãos 58,7%
- Lajeado 57,2%
- Ivoti 57,0%
- Gramado 56,3%
- Canela 56,2%

Desempenho dos 8 principais municípios à beira-mar

	2020	2026	Alta absoluta	Alta %	Rank 2020	Rank 2026
Capão da Canoa	11.135	14.892	+3.757	+33,7%	22º	20º
Tramandaí	7.513	9.296	+1.783	+23,7%	35º	36º
Torres	7.008	9.270	+2.262	+32,3%	39º	37º
Xangri-Lá	3.322	4.954	+1.632	+49,1%	78º	66º
Imbé	3.182	4.009	+827	+26,0%	82º	82º
Arroio do Sal	2.114	2.624	+510	+24,1%	114º	108º
Cidreira	2.401	2.394	-7	-0,3%	100º	113º
Balneário Pinhal	1.853	2.001	+148	+8,0%	123º	127º

Como o PIB desses municípios se comporta

As tabelas mostram valores nominais (unidade: R\$ x1000). São os dados mais recentes do IBGE, divulgados em 2025, referentes ao PIB municipal de 2023. Capão da Canoa, que liderou o crescimento do PIB total (52,35%), ficou em 4º lugar no PIB per capita (29,49%). Torres manteve desempenho elevado nos dois indicadores. Em 2020, Xangri-Lá já apresentava o maior PIB per capita entre os oito municípios e ampliou sua distância em relação aos demais na revisão do índice, ano passado.

PIB	2020	2023 (revisado)	Var.%
Capão da Canoa	1.698.753,74	2.588.160,82	52,35%
Torres	1.239.246,18	1.835.529,32	48,12%
Xangri-Lá	622.082,32	914.703,99	47,04%
Imbé	552.945,34	762.866,41	37,96%
Arroio do Sal	257.320,55	353.686,79	37,45%
Tramandaí	1.150.735,20	1.579.725,12	37,28%
Bal. Pinhal	255.481,07	333.149,05	30,40%
Cidreira	337.460,49	406.916,43	20,58%

PIB per capita	2020	2023 (revisado)	Var.%
Xangri-Lá	37.083,89	55.561,20	49,82%
Torres	31.723,48	43.963,72	38,58%
Tramandaí	21.863,79	29.046,01	32,85%
Capão da Canoa	31.428,72	40.698,19	29,49%
Arroio do Sal	25.033,62	31.987,59	27,78%
Bal. Pinhal	17.787,44	22.276,77	25,24%
Imbé	23.761,13	28.439,70	19,69%
Cidreira	20.349,79	23.836,71	17,14%

Confira o desempenho, ano a ano, dos demais municípios à beira-mar mais importantes do Litoral Norte

Ano	Nº empresas	Posição	% anual
Capão da Canoa exhibe volume e consistência			
2020	11.135	22º	
2021	11.811	22º	+6,1%
2022	11.058	22º	-6,38%
2023	11.843	21º	+7,10%
2024	12.519	22º	+5,7%
2025	13.293	21º	+6,2%
2026	14.892	20º	+12,0%

Torres volta a crescer em 2026			
2020	7.008	39º	
2021	7.591	39º	+8,3%
2022	7.281	38º	-4,1%
2023	7.665	37º	+5,3%
2024	8.444	37º	+10,2%
2025	8.446	36º	0,0%
2026	9.270	37º	+9,8%

Tramandaí registra melhora forte no último ano			
2020	7.513	35º	—
2021	8.112	34º	+8,0%
2022	6.998	41º	-13,7%
2023	7.330	41º	+4,7%
2024	7.729	44º	+5,4%
2025	8.153	41º	+5,5%
2026	9.296	36º	+14,0%

Imbé recupera posição de 6 anos atrás			
2020	3.182	82º	—
2021	3.402	81º	+6,9%
2022	3.058	87º	-10,1%
2023	3.190	86º	+4,3%
2024	3.421	89º	+7,2%
2025	3.600	86º	+5,2%
2026	4.009	82º	+11,4%

Arroio do Sal tem melhor posição desde 2020			
2020	2.114	114º	—
2021	2.320	112º	+9,7%
2022	2.027	113º	-12,6%
2023	2.107	110º	+4,0%
2024	2.371	110º	+12,5%
2025	2.360	110º	-0,5%
2026	2.624	108º	+11,2%

Cidreira reage em 2026			
2020	2.401	100º	—
2021	2.587	100º	+7,7%
2022	1.994	116º	-22,9%
2023	2.069	114º	+3,8%
2024	2.073	121º	+0,2%
2025	2.171	114º	+4,7%
2026	2.394	113º	+10,3%

Balneário Pinhal registra um salto no último ano			
2020	1.853	123º	—
2021	2.038	119º	+10,0%
2022	1.520	135º	-25,4%
2023	1.563	134º	+2,8%
2024	1.556	139º	-0,4%
2025	1.600	139º	+2,8%
2026	2.001	127º	+25,1%

REPORTAGEM ESPECIAL

Xangri-Lá em detalhes

Número de empresas ano a ano e posição no ranking estadual

- 2020 3.322 > 78º lugar
- 2021 3.607 > 78º alta de 8,6%
- 2022 3.423 > 77º queda de 5,1%
- 2023 3.740 > 73º alta de 9,3%
- 2024 4.091 > 72º alta de 9,4%
- 2025 4.400 > 68º alta de 7,5%
- 2026 4.954 > 66º alta de 12,6%

Top 10: confira as atividades econômicas que lideram a expansão empresarial

Metade dos 10 primeiros lugares tem relação direta ou indireta com o mercado imobiliário.

- 1º Obras de alvenaria 297
- 2º Corretagem na compra e venda e avaliação de imóveis 216
- 3º Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios 204
- 4º Atividades paisagísticas 183
- 5º Serviços domésticos 173
- 6º Restaurantes e similares 152
- 7º Cabeleireiros, manicure e pedicure 136
- 8º Construção de edifícios 124
- 9º Incorporação de empreendimentos imobiliários 111
- 10º Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares 106

Obs.: a partir da 11ª posição, os tipos especificados não chegam a 100 negócios

FONTE: BASE DE DADOS DO CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA (CNPJ). DADOS ATUALIZADOS ATÉ O MÊS DE JUNHO/2026

Cidreira busca reação e aposta em polo comercial em torno do Asun

Loraine Luz*, especial para o JC De Cidreira

Entre os oito principais municípios à beira-mar no Norte gaúcho, Cidreira escreve uma trajetória empreendedora irregular no recorte dos rankings analisados, bem diferente das praias mais acima, distantes poucos quilômetros. Na condição oposta à Xangri-Lá, perdeu 13 posições no ranking do Estado nos últimos seis anos.

Sua base empresarial caiu fortemente em 2022, recuperou um pouco em 2023, praticamente estagnou em 2024 e voltou a crescer em 2025, com boa aceleração em 2026: foram 223 novos negócios abertos, alta de 10,3%, conforme o IPC Maps. Embora apresente em 2026 apenas sete empresas a menos do que em 2020, seu desempenho no período não conseguiu acompanhar o ritmo de outros municípios, que a ultrapassaram no ranking.

Ciente do cenário empreendedor frágil, Anderson Motta, presidente e sócio fundador da Associação Comercial e Empresarial de Cidreira (Acec), atribui a situação a fatores de origens distintas, incluindo a sazonalidade (a população local “triplica” no verão e “sobrevive” no inverno) e a percepção de abandono do governo estadual – que, segundo ele, prioriza atenção só até Tramandaí, deixando Cidreira, Balneário Pinhal e Quintão à parte.

Motta reconhece, porém, que há um tema de casa a ser feito. E cita, especialmente, o plano



Conjunto de quadras ao redor da nova loja da rede supermercadista tem despertado atenção de investidores

diretor municipal desatualizado, sem previsão de conclusão. Isso não impede novos investimentos, pondera, mas gera insegurança jurídica para grandes empresários e instalação de condomínios, pois envolve regras sobre esgotamento sanitário, altura de prédios etc. “A gente precisa ter certeza de como vai ser o futuro de Cidreira para conseguir investir, trazer investidores para cá”, argumenta.

A Acec tem 170 associados, majoritariamente microempresas e MEIs de comércio e serviços, com alguns associados de médio porte, perfil etário relativamente amplo, entre 30-60 anos, com maioria feminina. “A facilidade que o MEI tem de abrir o seu negócio, de criar o seu CNPJ, é a mesma que tem de fechar”, comenta, acerca do desempenho inconstante de Cidreira nos rankings.

Mais recentemente, a cidade registra movimentos concretos relevantes: para outubro, está prevista a inauguração de uma moderna agência Sicredi Caminho das Águas, vizinha à unidade Asun. O supermercado foi completamente ampliado e modernizado no final do ano passado, gerando um efeito positivo no entorno. O conjunto de quadras vem se mostrando um polo comercial diversificado e completo.

Restaurante de culinária oriental inaugura em outubro



Matos irá investir R\$ 350 mil no Leko Gastronomia Japonesa

É também em Cidreira, próximo ao Supermercado Asun, o novo endereço do Leko Gastronomia Japonesa, que dobrará de tamanho na comparação com a operação aberta em 2024, em outro ponto do município.

O negócio sairá de 80 metros quadrados para 150 metros quadrados e de quatro para 10 funcionários, com expectativa de chegar a 15 na alta temporada.

Segundo o proprietário, Uerik Matos, o investimento é de aproximadamente R\$ 350 mil. O serviço se ampliará para o horário de almoço e tem previsão de

abertura para outubro.

“Ouvimos de muita gente, inclusive de alguns empresários, que estávamos um pouco loucos de fazer um investimento assim aqui em Cidreira, porque o pessoal quer preço, quer coisas baratas, mas nós fomos justamente no sentido contrário”, explica.

“Investimos na experiência, em algo que não tinha até então: ambiente premium, culinária diferenciada e atraímos um público que até então ia para Tramandaí ou Capão da Canoa buscar isso”, acrescenta. Para o empresário, não há segredo que

explique por que motivo seu negócio prospera na contramão do cenário geral do município. “É dedicação”, resume.

“Temos visto empresas fechando ou reduzindo operações e nós viemos em uma crescente. Creio que muito disso se deve ao fato de que não olhamos para o negócio apenas como fonte de sustento do dia a dia. Investimos em um sonho e, para isso, abrimos mão de muita coisa”, revela.

O empresário ampliou a cobertura do delivery recentemente e já faz planos para abrir uma filial em uma cidade vizinha.

*Loraine Luz é jornalista formada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Ufrgs), atua como freelancer desde 2007, depois de 12 anos de experiência em redação de jornal impresso.

MINUTO VAREJO

'IA de verdade é a que elimina processos antigos', alerta Enea

Painelistas destacam como empreendedores podem ter mais ganhos com novas tecnologias

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Conjugar e implementar tecnologia em múltiplos canais - do físico ao digital - gera mais ganhos para o varejista, garantiu o presidente da VTEX no Brasil, Massimo Enea. O executivo da gigante brasileira de soluções em tech, muito plugadas em adoção de rotinas para turbinar a operação, foi um dos palestrantes da OmniVarejo 2026, em João, na Paraíba, de 27 a 29 de agosto. A 58ª Convenção Nacional do Comércio Lojista reuniu mais de 2,5 mil integrantes do sistema. O Rio Grande do Sul levou sua maior comitiva na história da convenção, diz a Federação Varejista do RS.

"Qualquer varejista que faça um projeto bem feito (omnicanalidade) tem normalmente resultados três vezes maiores com uma conversão", contrasta Enea. "O cliente quando vai comprar, será servido com a opção mais rápida de entrega e tem mais segurança sobre a marca e os produtos",



PATRÍCIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

Enea diz que tecnologia deve estar acoplada à cultura e a processos

diz o presidente da VTEX Brasil. "A experiência como um todo do usuário é sem fricção, pois o cadastro é unificado (WhatsApp, site e loja física)", resume.

"O seu cliente pode comprar online e devolver na loja sem nenhuma fricção? O seu cliente é servido realmente com a melhor opção para ele? Precisa ter todos os seus canais muito bem integrados, do PDV, ERP, tudo integrado e funcionando de forma harmoniosa", enumera o executivo. Outro foco de Enea é como

fazer o encaixe da inteligência artificial (IA) na operação. "A IA não pode ser uma camada adicional acima de um processo que já existe, mas tem que fazer parte do núcleo da empresa, que precisa reinvestir em processos", adverte o executivo.

"A IA de verdade é a que elimina processos e não a que só executa um procedimento antigo", contrasta o especialista. Para Enea, a tecnologia vai impor revisão do perfil de atuação das equipes e vai estar "no núcleo de conhecimento de todos os profissionais do futuro".

'Não é só ter uma loja bonita, com bom sofazinho ou café'

"O Brasil já é chinês", avisou o sócio da Startse Fabio Neto, após descrever, no placo da OmniVarejo 2026, o que está reformatando a face do varejo e que tem a ver com a presença de asiáticos no mercado, novas práticas de gestão e venda e como o consumidor está definindo a compra. "Ele decide no online e não é na hora de pagar", descreve Neto, que mapeou quatro reconfigurações em curso no setor.

"A primeira delas é a transversalidade. O hábito do consumidor está sendo moldado fora do varejo", alertou. A geografia também colocou mais e mais concorrentes chineses no ambiente. "A terceira é essa aceleração da inteligência artificial, que, pela primeira vez, separou consumidor de comprador. Eu continuo consumindo, mas não sou mais eu que compro, eu delego para alguém comprar por mim", rastreou o sócio da Startse. "Sua loja não tem mais que ser configurada para o ser humano comprar. Maior risco hoje não é o concorrente que vende o mesmo produto que eu. O risco é a invisibilidade", pontua Neto, devido a mudanças em forma de busca nas plataformas e atuação de agentes de IA.

Mas nem tudo está perdido. O sócio da Startse opinou que nunca foi "tão fácil e promissor para o pequeno varejista agora surfar

essa onda". "Antigamente, só os grandes tinham acesso a tecnologias. Agora, tudo isso é gratuito e está na mão de todo mundo. Basta ter vontade e querer usar uma inteligência artificial que todo mundo já tem", cita.

A exemplo de Massimo Enea, da VTEX, Neto atentou para a fricção na compra. "Se tiver atrito, a pessoa vai tentar evitar", adverte. "O grande desafio é: o que a gente faz hoje é convidativo para que as pessoas entreguem o tempo delas para isso? Não é só ter uma loja bonita, com bom sofazinho ou café. Agora é de fato convencer as pessoas que aquela transação tem que partir para uma relação".



PATRÍCIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

'Consumidor decide no online'

Zortéa é um dos nomes mais influentes do empreendedorismo brasileiro



PATRÍCIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

Especialista lembra que reputação e repertório pesaram na seleção

Tem gaúcho na lista da Pulso 2026/2027, com 30 nomes mais influentes no empreendedorismo do Brasil. Fabiano Zortéa, coordenador de varejo do Sebrae-RS e que esteve na OmniVarejo, na Paraíba, está na lista pela primeira vez. Autoridade, reputação, relevância e capacidade de influenciar decisões são fatores decisivos para definir os integrantes da lista, que tem ainda Flávio Augusto, Geraldo Rufino (foi um dos principais nomes do Marcas de Quem Decide, do Jornal do Comércio, em 2026), João Appolinário, Rony Meisler (fundador da rede Reserva), Joel Jota, Camila Farani, Cris Arcangeli e Alê Costa.

"É uma honra enorme dividir

esse espaço com pessoas que admiro. E existe algo que torna esse reconhecimento ainda mais especial para mim: estar ali como especialista mostra que conhecimento, repertório, experiência e a capacidade de transformar tudo isso em algo útil para outras pessoas também constroem influência", valoriza ele.

Zortéa é filho de varejistas que tinham comércio em Canoas, na Região Metropolitana de Porto Alegre. A experiência de viver o varejo desde criança foi decisiva na carreira de mais de 20 anos analisando e orientando negócios sobre comportamento de consumo e estratégias de ação. Ele faz também a curadoria técnica das visitas anuais da comitiva gaúcha em

meio à NRF Retail's Big Show, em Nova York, que tem cobertura do Minuto Varejo. Também vem acompanhando a NRF Ásia-Pacífico, em Singapura, além de ter participado de edições do festival de criatividade e inovação South By Southwest (SXSW), em Austin, no Texas.

"Meu exercício sempre foi trazer esse conhecimento de volta e entender o que ele significa para uma loja, um pequeno negócio ou um empresário que precisa tomar uma decisão amanhã", destaca Zortéa: "Esse reconhecimento reforça algo em que acredito profundamente: conhecimento também constrói influência, principalmente quando ajuda alguém a tomar uma decisão melhor".

RESPONSABILIDADE SOCIAL

RMM Advogados estimula inclusão e diversidade nas empresas

Escritório gaúcho de advocacia orienta sobre termos, preconceitos e direitos, e busca incentivar uma cultura mais inclusiva no cotidiano

Sofia Paiva
sofiap@jcrs.com.br

Em 1966, Dante Rossi - referência na advocacia gaúcha - fundava o escritório Rossi, Maffini e Milman Advogados (RMM Advogados), voltado à área empresarial. Segundo sua filha, Mônica Rossi, atual CEO do escritório, Dante sempre esteve à frente de seu tempo, tanto na advocacia quanto nas pautas sociais. Ela relembra que seu pai já defendia questões como diversidade, igualdade de gênero e tolerância zero a ações discriminatórias dentro do escritório. Hoje, esses valores se materializam em iniciativas como o Squad da Diversidade, Inclusão e Sustentabilidade e o RMM Mulher, que são reconhecidas pelo seu papel social.

Dentre as diferentes premiações em que o escritório já agraciado, o selo Em Frente Mulher - certificação concedida pelo governo do Estado do Rio Grande do Sul a empresas que desenvolvem ações contínuas de valorização feminina - é um dos grandes orgulhos da empresa. O primeiro reconhecimento veio em 2024 e, em meio a grandes multinacionais, o RMM Advogados foi o único escritório de advocacia a receber o

prêmio naquela edição.

“A valorização à mulher, ações afirmativas e palestras sobre temas pertinentes ao público feminino sempre foram parte do cotidiano do escritório. Um dia, uma delegada, que veio palestrar sobre violência doméstica, comentou que nossas práticas combinavam com o selo” conta Mônica. Sem conhecer a premiação, a CEO buscou saber mais e assim surgiu o RMM Mulher, com o reconhecimento vindo em seguida. A distinção foi renovada em 2026, pois tem validade de apenas dois anos. “Esse selo, para mim, vem para cancelar, selar e registrar tudo que já foi praticado pelo escritório”, ressalta Mônica.

O RMM Advogados também conta com o Squad da Diversidade, que foi estabelecido em 2019. O líder do grupo e sócio-diretor do escritório, Eugênio Hainzenreder Júnior, conta que a ideia surgiu da percepção da diretoria sobre novas demandas e questionamentos trazidos pelos clientes. Hainzenreder salienta que o maior objetivo das ações do Squad - que vão de palestras, à ações de caridade - é criar uma cultura empresarial mais saudável e inclusiva.

A cartilha “Vamos Falar em Diversidade?”, produzida pelo Squad pela primeira vez em 2022 e relançada esse ano, é uma ação que busca compartilhar informações e conhecimentos com a sociedade e a comunidade jurídica. O material lista nomenclaturas corretas, explica termos, diferen-



Publicação explica o teor de expressões discriminatórias e apresenta alternativas de uso quando disponíveis

cia tipos de preconceito, apresenta expressões que não devem mais ser utilizadas no cotidiano e traz legislações ligadas aos direitos das minorias. Algumas das expressões não aconselhadas são “a coisa está preta”, “aleijado”, “cabelo ruim”, “feito nas coxas”, “homossexualismo”, “índio”, “inveja branca”, “judiaria”, “opção sexual”, “programa de índio”, etc. O material além de citar, esclarece o porquê do teor negativo dos termos e dá opções de substituição - quando existir.

“É difícil algo como o que fazemos dar certo se é imposto, e a cartilha vem com essa ideia: criar uma cultura, não com caráter jurídico, mas educativo, fazendo

parte do dia a dia dos colaboradores”, aponta o líder do Squad.

A segunda edição da cartilha traz atualizações dos dados e legislações tratados anteriormente. A atenção ao design, agora, foi redobrada, apresentando cores e símbolos. A publicação está disponível no site do escritório em formato digital e gratuito, necessitando de um pequeno cadastro. Acesse em <https://bit.ly/4cpzhrl>

Por meio de uma colaboração entre o Squad e o podcast do escritório, o RMMcast, foram promovidos debates e entrevistas com convidados de diferentes áreas, abordando temas da diversidade, sustentabilidade e inclusão. Dentre os partici-

pantes, estiveram profissionais negros da advocacia, que compartilharam suas trajetórias e desafios; médicos, que abordaram questões de saúde feminina e masculina; e a Márcia Rocha, primeira advogada transexual a ter o nome social reconhecido na carteira da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB).

“A gente entende que esse trabalho que fazemos é uma função social do escritório”, destaca Mônica. Ela explica que, por reunirem conhecimentos específicos desenvolvidos dentro do RMM Advogados, o escritório possui o compromisso de compartilhar e divulgar esses conteúdos com a comunidade.

Igualdade de gênero e saúde mental em pauta

A CEO do RMM Advogados, Mônica Rossi, observa demandas não solucionadas quando fala de igualdade de gênero. “Ainda é muito comum sermos interrompidas por homens em diversos ambientes, ou eles explicarem o que acabamos de dizer. Parece um vício”, desabafa.

Mônica destaca que o RMM Mulher, grupo organizado dentro do escritório, tem como objetivo tentar solucionar essas desigualdades. “Precisamos falar sobre esse tipo de assunto cada vez mais. Praticar o que aprendemos e corrigir quando algo estiver errado. O poder do conhecimento e do esclarecimento é muito importante para as mulheres. E também

a educação dos homens”. Ela enfatiza a necessidade da participação dos homens nas discussões sobre gênero e a presença deles em ambientes e eventos voltados ao público feminino, participando do processo de debate e aprendizado.

Nesse contexto, uma questão que também precisa de atenção, segundo o líder do Squad da Diversidade, Inclusão e Sustentabilidade, Eugênio Hainzenreder Júnior, é a saúde mental dos trabalhadores. “O excesso, qualquer que seja, pode fazer muito mal. Cobranças desmedidas, fora do factível, tornam-se metas incumpríveis, que causam sofrimento ao colaborador, principalmente para aqueles

que lidam com prazos. Isso ainda é muito recorrente no mundo empresarial”, argumenta.

Na sequência, Hainzenreder salienta que, quando falamos de inclusão, o aparato jurídico para pessoas com alguma deficiência, hoje, é muito grande: a lei determina a inclusão dessas pessoas no ambiente de trabalho. Contudo, para ele, o maior problema percebido é a falta de conscientização do papel de cada um e do que é ‘inclusão’ de fato. “Quando abrimos vagas para pessoas com deficiência, é preciso fazer com que a pessoa seja verdadeiramente incluída, adaptando o posto de trabalho às suas necessidades e expertises. A responsabilidade



Squad da Diversidade promove eventos que tratam sobre temas sociais

social é inegociável”, ressalta. O RMM Advogados também conta com um canal de denúncias anônimas. Mônica explica que a iniciativa surgiu da necessidade de oferecer um espaço seguro para que possíveis vítimas - que apre-

sentavam queixas de assédio ou outras - possam relatar os casos. As denúncias passam pelo comitê de ética do escritório, os fatos são apurados e, dependendo da gravidade, pode acarretar na expulsão do colaborador ou sócio.

*Sujeito a análise de crédito.

escala

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