

Quanto custa parecer igual?

➔ OPINIÃO

Nunca foi tão fácil copiar. Produtos, serviços, modelos de negócio, linguagens e experiências podem ser reproduzidos com muita velocidade, pois a tecnologia tornou referências mais acessíveis. Mas DNA, autenticidade e coerência não entram nesse pacote. Eles dependem de escolhas estratégicas e da capacidade de sustentar uma direção ao longo do tempo.

É aí que o branding deixa de ser uma discussão estética e passa a ser econômica. Uma empresa pouco diferenciada precisa convencer o mercado quase todas as vezes que quer vender. Investe mais em visibilidade, explica mais, promociona mais. Mesmo aparecendo bastante,

continua correndo o risco de ser apenas mais uma opção.

Esse é o imposto da indiferença. Quanto menos significado uma marca acumula, mais dinheiro e energia precisa gastar para voltar a ser considerada.

Branding funciona no sentido contrário. Ao construir reconhecimento, confiança e uma percepção clara de valor, a marca reduz o tempo de convencimento ao longo da própria vida. Cada contato deixa de começar do zero, pois o consumidor já chega com alguma memória. Isso não elimina a necessidade de mídia, mas melhora o ponto de partida de cada investimento.

Quando as marcas parecem semelhantes, a decisão tende a escorregar para o que é mais fácil comparar: preço, prazo,



ARQUIVO PESSOAL/JC

MAICON DIAS

CEO da Gampi Casa Criativa e especialista em Comportamento, Marketing e Neurociência

condição, especificação. Quando existe desejo, pertencimento e identificação, outros critérios entram em jogo. Pessoas também escolhem marcas pelo que representam.

Por isso, a autenticidade tem valor. Não como discurso, mas porque cria uma diferença que não se reproduz com a mesma facilidade. Uma campanha pode ser copiada, um produto pode ser reproduzido. Agora uma história coerente de decisões, cultura, experiência e comportamento é muito mais difícil de replicar.

Essa diferença também não é construída só pela publicidade. Ela nasce do produto, do atendimento, da liderança, da rotina, da cultura e da coerência entre aquilo que a empresa diz e aquilo que entrega. Se toda venda exige

começar a conversa do zero, a marca não está acumulando valor suficiente. Investir em branding é também reduzir o esforço para provar por que uma empresa merece ser escolhida.

E talvez esse seja o ponto mais importante: o problema não está apenas em não ser lembrado, mas em precisar disputar atenção. Quando a marca não constrói uma posição própria, cada lançamento ou oferta precisa fazer novamente o trabalho de explicar por que ela importa. A empresa até pode continuar crescendo, mas cresce carregando um esforço que poderia ser reduzido com a construção de uma percepção clara na cabeça das pessoas.

Parecer igual também custa. A diferença é que essa conta chega todos os meses.

Novidade na Zona Sul: orla de Ipanema ganha pub com foco no público familiar

O A beira 11640 opera com drinks, petiscos e porções, e conta com dois espaços kids

➔ NOVIDADE

MANUELA CASSANO

manuelac@jcrs.com.br

É de frente para a orla de Ipanema, em uma região revitalizada há pouco tempo, que o **A Beira 11640** se estabeleceu. O negócio opera como um pub voltado ao público familiar, oferecendo uma cartela especializada de drinks e um menu focado nos petiscos e porções.

Manuella Noschang é uma das empreendedoras que idealizou o estabelecimento. Proprietária de uma agência de marketing digital, ela desejava criar um novo projeto voltado para a área de eventos. De início, o plano era abrir uma casa de festas, mas o encontro do ponto na avenida Guaíba a fez recalculá-la rota. "Quando nós achamos aqui, achamos perfeito, mas ele era muito grande para o espaço de eventos. Então surgiu a ideia de fazer um pub", compartilha.

Segundo a empreendedora, um fator primordial para a escolha da localização foi a vontade em contribuir para a revitalização de Ipanema após as inundações de 2024. "Percebemos que Ipanema precisava de um lugar diferente", conta.

Espaço familiar

Com um investimento em torno de R\$ 150 mil, o espaço ficou pronto para a inauguração em três meses. Buscando aproveitar o potencial que o imóvel já proporciona, a parte interna foi construída a partir de uma estética de mobília tradicional, incluindo sofás, cadeiras e mesas de diferentes formatos e estilos.

Mas, segundo a empresária, o ponto-chave do ambiente se revela na área externa, com o deck de frente para a beira de Ipanema. "Essa integração com o rio, com o pôr do sol, é algo que a gente vende bastante", aponta Manuella, acrescentando que este espaço propõe ser mais despojado.

Entre as principais estratégias implementadas dentro dos ambientes, as áreas kids são uma aposta para acolher o público familiar, com uma opção de espaço interno, pensando para dias de chuva.

"Quero ter um espaço que seja acolhedor para as crianças, que os pais se sintam realmente à vontade de estarem aqui com a segurança de seus filhos estarem brincando tranquilamente e em segurança", detalha.

Insumos locais

Com enfoque nos insumos artesanais e locais, o menu do **A Beira 11640** se destaca principalmente pelos petiscos, como aponta o chef Gilberto Victoria, responsável pela elaboração dos



MANUELA CASSANO/ ESPECIAL/JC

Manuella Noschang é uma das empreendedoras à frente da operação, que é novidade na região

pratos. Segundo ele, a preferência por ingredientes locais é um dos pontos centrais da cozinha do estabelecimento.

"Nós queremos que pessoas da cidade inteira, se possível, do estado inteiro venham nos visitar, justamente para conhecer o que a gente tem de melhor aqui na nossa região", declara.

Tanto Gilberto quanto Manuella destacam as bruschettas de carne de panela ao molho de vinho, pelo valor de R\$ 34,50, como o carro-chefe do estabelecimento.

Já em relação aos drinks, o pub prioriza utilizar bebidas produzidas em Porto Alegre. "Tudo muito local mesmo, ou seja, a cocteleria daqui, a gente

não encontra em mais nenhum outro lugar do mundo", promete Manuella.

Entre os itens mais populares da cartela de drinks, o bartender Christian Hoffmann aponta o **Sunset River**, por R\$ 39,90, com xarope de morango e hibisco, junto ao suco de limão.

"A ideia dele é que ele seja um drink doce, porém equilibrado com o cítrico, que ele possa trazer o dulçor dele sem desagradar o paladar", conta.

Para englobar todos os públicos à experiência proporcionada pela coquetelaria, os drinks não alcoólicos foram adotados. Como uma das opções com mais saídas, Manuella salienta o **mojito sem álcool**, por R\$ 24,90.

Prospecções futuras

Entre os planos futuros do espaço, a empreendedora deseja iniciar a operação de um ambiente de eventos, que funcionará sob modelo de locação. "Loco o espaço, traz a sua alimentação, traz a sua bebida e traz o seu serviço e a gente oferece apenas o espaço", conta, destacando a independência que o espaço terá em relação ao pub.

Endereço e horário de funcionamento

O bar **A Beira 11640** está localizado na avenida Guaíba, nº 11640, em Ipanema, Zona Sul da Capital. O estabelecimento opera de quarta-feira a domingo, das 16h à meia-noite