



VISÃO EMPRESARIAL

Lori Quevedo

Empresária e conselheira fiscal da Associação Comercial de Porto Alegre (ACPA)

Empreender é transformar oportunidade em legado

Porto Alegre tem uma história empresarial construída pela iniciativa, pelo comércio, pelos serviços e pela capacidade de transformar desafios em oportunidades. Empreender, portanto, não é apenas abrir um negócio. É participar da construção econômica de uma cidade e contribuir para o seu futuro.

Essa percepção faz parte da minha trajetória junto à Associação Comercial de Porto Alegre (ACPA), entidade da qual participo desde 2018 e que possui uma história iniciada em 1858. São mais de 168 anos acompanhando transformações econômicas e empresariais, preservando valores e buscando novas formas de apoiar quem empreende.

ACPA — Desde 1858, impulsionando negócios.

Essa identidade traduz uma responsabilidade: colocar a tradição a serviço do futuro. Em um cenário marcado pela tecnologia, inteligência artificial, mudanças regulatórias e novos modelos de consumo, experiência e inovação devem caminhar juntas para fortalecer decisões e resultados.

É nesse contexto que o associativismo empresarial ganha relevância. O acesso à informação qualificada, à educação continuada, ao relacionamento e às oportunidades pode fazer diferença na trajetória de uma empresa. Uma boa ideia precisa ser acompanhada de planejamento, estratégia, execução e capacidade de adaptação.

Desde que passei a integrar a ACPA, fortaleceu-se uma convicção: educação continuada não é complemento da atividade empresarial. É parte da estratégia. Existe diferença entre empreender e administrar uma empresa. O empreendedor identifica oportunidades e assume riscos. O empresário precisa

estruturar processos, conhecer seus números, avaliar riscos, desenvolver pessoas e pensar na continuidade do negócio.

Também aprendi que network não é apenas uma coleção de contatos. É a construção de relações baseadas em confiança, conhecimento e oportunidades capazes de gerar parcerias e negócios.

A participação feminina no empreendedorismo expressa uma transformação importante na economia. Mulheres lideram empresas, ocupam espaços de decisão, criam negócios e ampliam sua contribuição para o desenvolvimento. O desafio é transformar presença em protagonismo, oportunidade em resultado e crescimento em continuidade.

Porque crescer pode ser consequência de uma oportunidade. Permanecer exige estratégia.

Como empresária e conselheira fiscal da ACPA, vejo o associativismo como uma plataforma de conhecimento, relacionamento e desenvolvimento. Um espaço em que diferentes gerações compartilham experiências e constroem oportunidades.

Uma empresa é maior que seu resultado imediato: gera empregos, movimenta fornecedores, desenvolve pessoas e participa da história econômica de uma cidade. Empreender é produzir resultado. Empresariar é construir continuidade. Deixar legado é fazer com que aquilo que construímos continue gerando valor.

É essa união entre história, inovação, estratégia e relacionamento que pode continuar impulsionando Porto Alegre. Por isso acredito no associativismo: empresas conectadas fortalecem a economia e ampliam as possibilidades de um futuro sustentável.

OPINIÃO

Assédio eleitoral no ambiente de trabalho

Debora De Boni

Advogada especialista em Compliance

Partindo da premissa de que o empregador ocupa uma posição de poder sobre o funcionário e de que pode se utilizar desta autoridade para influenciar o resultado das eleições, vivemos uma notória intensificação da fiscalização e punição das práticas que configuram assédio eleitoral no País.

O Código Eleitoral brasileiro veda a coação e o uso de pressão econômica para direcionar votos e permite a responsabilização individual pelos atos de intimidação ou propagação de mensagens de cunho político coercitivo em grupos corporativos.

E neste ano de 2026, apesar de sequer ter iniciado o período de campanha, já foram contabilizadas 74 denúncias formais. O Ministério Público do Trabalho passou a atuar em convênio direto com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e o Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP).

Além da conduta configurar crime previsto no Código Eleitoral, pode acarretar a responsabilização do assediador e também da empresa no âmbito da Justiça do Trabalho, inclusive com expressiva condenação no

ressarcimento por dano moral coletivo.

O que o empregador precisa saber é que não é necessário uma ameaça direta de demissão para que seja configurado o assédio eleitoral, pois, o critério central da fiscalização não é a intenção do gestor, mas o impacto/efeito que o ato causa nos trabalhadores.

De acordo com a lei vigente, configura assédio eleitoral a prática de qualquer ato abusivo que submeta o trabalhador ou trabalhadora a constrangimentos, humilhações, intimidações, ameaças ou coação, com a finalidade de interferir na sua orientação ou escolha pessoal, política ou eleitoral.

O ambiente de trabalho não pode estar sujeito à propaganda eleitoral em favor de determinado candidato com a finalidade de induzir o voto, sendo vedados a entrega de material de campanha, o fornecimento de camisetas partidárias, broches e acessórios, assim como a imposição quanto ao respectivo uso por parte do trabalhador.

Separar a opinião pessoal dos sócios e gestores do canal oficial da empresa é essencial para evitar risco jurídico e proteger o ambiente de trabalho.

A exigência é de que o ambiente de trabalho seja um espaço neutro e de respeito à cidadania, sendo incompatível com a interferência político-partidária.

O que o empregador precisa saber é que não é necessária uma ameaça direta de demissão para que seja configurado o assédio eleitoral.



O Pix virou inteligência no varejo

Alex Marques

Diretor comercial da Data System

O pagamento sempre foi visto como a etapa final da compra, mas com a evolução do Pix, essa lógica mudou. O que cresce não é apenas um meio de pagamento, mas a nova expectativa do consumidor de comprar com rapidez, conveniência e menos atrito.

O Global Payments Report 2026 estima que aplicativos de pagamento responderão por 46% das compras presenciais até 2030. No Brasil, mais de 170 milhões de pessoas já usam o Pix, que movimentou mais de R\$ 3 trilhões em um único mês, segundo o Banco Central. Ele já se consolidou como infraestrutura do varejo.

A expansão do Pix Parcelado reforça essa mudança. Segundo a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas, quase 40% dos consumidores já experimentaram

a modalidade. O brasileiro não está apenas trocando o cartão pelo QR Code, mas buscando reunir rapidez, conveniência e flexibilidade em uma mesma experiência. É nesse ponto que o Pix deixa de ser apenas uma ferramenta financeira e passa a gerar inteligência. Quando pagamentos, cashback e parcelamento estão integrados ao ERP, cada transação pode alimentar decisões de negócio.

O varejista passa a identificar quais campanhas aumentam a conversão, quais ações de cashback estimulam a recompra, quais horários concentram consumidores de maior ticket e quais formas de pagamento impulsionam determinadas categorias. O pagamento deixa de apenas registrar uma venda e passa a produzir dados para orientar a próxima.

Essa integração também ajuda a enfrentar um desafio histórico do varejo: margens pressionadas por

taxas, antecipação de recebíveis, conciliações e custos operacionais. Com menos intermediários, liquidação praticamente imediata e processos automatizados, o Pix pode contribuir para mais eficiência, previsibilidade de caixa e capacidade de investimento. Cartões próprios, pontos e clubes de vantagens continuam relevantes, mas o relacionamento pode começar no próprio pagamento. Cashback imediato, parcelamento transparente, benefícios personalizados e uma jornada sem atritos transformam uma etapa operacional em experiência de marca.

A disputa do varejo não será pelo QR Code mais chamativo no balcão, mas pelas empresas capazes de entender que o Pix é também uma oportunidade de conhecer melhor o cliente, reduzir custos, transformar dados em decisões e construir relações mais duradouras.