

➔ EDITORIAL

Renovação e aprendizados da nova geração

Transformar boas ideias em negócios pode ser o principal desafio na hora de empreender. Aquela ideia que surge em uma roda de amigos tem potencial para realmente se tornar um negócio sustentável? Pode ser que sim. Nesta edição, contamos histórias de jovens empreendedores que transformaram seus gostos de adolescência ou a experiência vivida na faculdade em negócios.

Essa geração leva para o mercado iniciativas que buscam mais que lucro e sustentabilidade econômica. São negócios que surgem para conciliar propósito e conexão com estilo de vida e bem-estar.

E aí estão pontos de aprendizados — para os jovens e os nem tão jovens assim. Na hora de idealizar um negócio, ter um propósito claro pode facilitar muito o percurso árduo que é construir uma marca. É naturalmente desafiador estruturar um negócio, compreender o público-alvo, decidir a forma certa de se comunicar. Se o motivo pelo qual o negócio foi criado está claro para quem empreende, essa trajetória começa a ficar mais fácil.

Assim, as histórias de empreendedorismo reunidas nesta edição mostram que criar e comandar o próprio negócio é, acima de tudo, um exercício de coerência. A nova geração ensina que, na hora de empreender, é preciso respeitar o próprio estilo de vida e o propósito que deu origem à ideia. Quando a essência permanece intacta, o negócio ganha força — tanto para quem consome quanto para quem cria.

ISADORA JACOBY
@isajacoby

➔ EXPLORAR

Cinco dicas para empreender sozinho na gastronomia

ARTUR KOCH/JC



Leonardo Cruz,
professor de
Gastronomia na Pucrs

Leonardo Cruz é professor de Gastronomia da Pucrs

Começar a empreender na gastronomia, muitas vezes sozinho, é um passo cheio de entusiasmo e também de dúvidas. Entre vender, comprar bem, divulgar o trabalho e cuidar do dinheiro, cada decisão logo na largada ajuda a construir a base do negócio. Confira as dicas:

1. Vender também faz parte do negócio: Não tenha vergonha de vender. Para começar a empreender na gastronomia, é muito importante vencer essa adversidade. É um movimento que às vezes é difícil, mas é preciso saber que, naquele momento em que você está comercializando, é uma pessoa à parte do seu pessoal. Empreender é criar a sua melhor vaga de emprego.

2. Valorize o seu trabalho e apaixone-se pelo seu produto: Saiba se posicionar, pense em você como um profissional e se apaixone pelo seu produto e pelo processo. No sentido de que você vai sentir que, mesmo vendendo, vai estar trazendo um pouquinho de carinho e algo gostoso para alguém naquele momento do dia da pessoa.

3. Torne-se MEI para comprar melhor: Ter um CNPJ é essencial, principalmente para conseguir

melhores preços com fornecedores. Na confeitaria, por exemplo, o chocolate é um insumo caro. Para comprá-lo de melhor qualidade e no melhor preço, você só vai conseguir com fornecedor, e ele vai exigir que você tenha um MEI.

4. Use a internet como portfólio: Hoje, a internet é a melhor janela de entrada, principalmente para quem está começando. Gastronomia é portfólio: a minha dica é mostrar como é esse processo de produção de alimentos dentro da sua realidade. Sempre deixe transparente que você está dentro das normas e que é caprichoso. As pessoas gostam de saber como é feito e onde é produzido também.

5. Separe o dinheiro pessoal do da empresa: Saiba o que é dinheiro seu e o que é dinheiro da empresa. Hoje, é muito fácil abrir mais de uma conta no banco, mesmo ainda não sendo a conta vinculada ao MEI, mesmo sendo vinculada ao seu CPF. Tenha uma conta separada para pensar o quanto você teve de lucratividade e o quanto você tem de dinheiro para investir. Assim, você se separa direitinho. Isso aqui é da empresa, não vou gastar com meus gastos pessoais.

Geração-e

China in Box passa a abrigar rede japonesa

Porto Alegre ganhou uma nova operação gastronômica para quem gosta tanto de comida chinesa quanto japonesa. A unidade do China in Box no bairro Boa Vista passou a abrigar também a marca **Koni (@koniportoalegre)**, operando no modelo store-in-store, reunindo as duas culinárias no mesmo endereço na Capital e marcando a estreia da rede japonesa na praça Sul do País. À frente da novidade

está uma gestão familiar que acompanha a trajetória da marca há mais de duas décadas. Com 23 anos, Vinícius Hideaki comanda a operação ao lado da mãe, Tiaqui Takeuchi, que decidiu apostar na franquia chinesa há 26 anos. Criada em 2007 no Rio de Janeiro, a rede Koni ganhou projeção ao popularizar os temakis, apelidados de "cones". Aponte a câmera para o QR Code e confira a matéria completa.

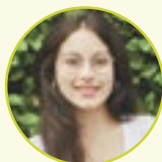
CLAUDIO MEIRELLES/DIVULGAÇÃO/JC



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