



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

Sucessão rural depende de renda para reter jovens

EM PAUTA

Pian Alimentos investe R\$ 40 milhões em expansão e nova linha de petiscos

Nova planta amplia produção de alimentos úmidos e marca entrada da empresa de Paraí na categoria de cremes para cães e gatos

Marina Mugnol
marinam@jcrs.com.br

Com o objetivo de ampliar a atuação no mercado de alimentos úmidos para pets, a Pian Alimentos investiu R\$ 40 milhões em uma nova planta industrial e na ampliação da capacidade produtiva da categoria. A empresa de Paraí, na Serra Gaúcha, que atua há cerca de 42 anos com nutrição animal e 10 anos no segmento de úmidos, também aposta em uma nova categoria de petiscos em creme para cães e gatos, inspirada em produtos já consolidados no mercado japonês.

Com o investimento, a empresa pretende ampliar a equipe, atualmente formada por 72 funcionários, em cerca de 30 pessoas. A expectativa também é elevar em 30% o faturamento da linha de alimentos úmidos em 12 meses. Segundo Pedro Henrique Pian, sócio da marca

e responsável pela distribuição no País, os cremes são classificados como petiscos e não substituem a alimentação diária dos animais. A linha Mikcat Creme, voltada para gatos, conta com cinco sabores: Atum e Frango, Carne e Atum, Frango e Salmão, Cordeiro e Salmão e Salmão. Para cães, a Mikdog Creme possui três versões: Frango, Carne e Frango e Cordeiro. “Um dos diferenciais da nossa linha está na formulação.” Segundo ele, os produtos são 100% naturais e produzidos sem aromatizantes ou conservantes.

A decisão de investir na categoria veio da demanda por produtos desse tipo fabricados no Brasil, já que a maior parte dos cremes disponíveis no mercado brasileiro é importada. “A Pian já tinha notoriedade e relevância no mercado de alimentos úmidos, e decidimos investir nessa categoria como uma complementação à nossa linha de sachês. Também buscamos nacionalizar um produto que, até então, era abastecido no Brasil principalmente por importações. A aposta em inovação contínua foi outro fator que motivou o investimento nessa área”, afirma.

Por se tratar de uma categoria relativamente nova no mercado, o desenvolvimento do produto também trouxe desafios para a empresa. “O desenvolvimento da nova linha levou quase dois anos. É um produto que demanda muito embasamento e cuidado. Além de, por se tratar de um mercado introduzido no Brasil há pouco tempo, há toda uma questão de qualidade, são muitos importados no mercado que acabam pulverizando a categoria”, salienta Pian.

Com isso, o produto tem ganhado notoriedade entre os tutores, especialmente os de gatos. Segundo o executivo, a popularidade está relacionada às diferentes possibilidades de uso do creme. “Felinos geralmente consomem menos água, então esse petisco funciona como uma estratégia para auxiliar na hidratação do pet e também para ajudar nos momentos em que é necessário medicar o animal. Além disso, a ideia também está relacionada a uma questão de conexão de cuidado, afeto e carinho entre o animal e o dono, pois funciona como um petisco que o tutor oferece diretamente ao animal, não é algo colocado em um pra-

to, por exemplo”, explica.

Como resultado do investimento, Pian afirma que a participação da linha de alimentos úmidos na produção da empresa vem crescendo. A ração seca, no entanto, ainda representa a maior parcela do volume produzido e distribuído. “Mais de 50% do nosso volume de produção e distribuição são de ração seca, por ser algo mais volumoso, mais fácil de produzir, mais demandado no dia a dia do pet e que gera maior valor agregado. Ainda assim, a linha de sachês e cremes tem se mostrado muito valiosa. Isso justifica o nosso investimento na categoria”, afirma.

Com uma estrutura voltada ao atendimento da indústria, a Pian comercializa seus produtos por meio de distribuidores no mercado brasileiro e também atua com exportações. Atualmente, os principais mercados externos estão concentrados no Mercosul, com exceção da Argentina e da Venezuela. A empresa, no entanto, planeja ampliar sua atuação internacional, com foco em novos mercados. “Estamos com a ideia de avançar para a África e para o Oriente Médio e desenvolver ainda mais nossa atuação internacional”.

“A Pian sempre procura entender o que o mercado está precisando e o que podemos fazer de diferente. Não adianta lançar um produto igual aos outros; nosso objetivo é investir em inovação, melhorar continuamente o portfólio e contribuir para o desenvolvimento do mercado de nutrição pet”

Pedro Henrique Pian,
sócio e responsável pela distribuição no País

Raio X

- **Empresa:** Pian Alimentos
- **Ano de fundação:** 1984
- **Cidade de origem:** Paraí (RS)
- **Área de atuação:** Nutrição animal
- **Principais produtos ou serviços que geram receita:** a empresa possui 15 marcas no portfólio e mais de 50 SKUs de alimentos para cães e gatos, entre rações secas, alimentos úmidos e petiscos. Entre as principais linhas estão a Priorita, de categoria super premium, e Mikdog e Mikcat, das categorias premium, que incluem também cremes e sachês.
- **Diferenciais competitivos:** investimento em qualidade, inovação e desenvolvimento contínuo de produtos com fórmulas fechadas e focos nas necessidades de cães e gatos
- **Principais clientes ou segmentos atendidos:** distribuidores no mercado brasileiro e importadores no exterior
- **Projeção de faturamento para 2026:** aumento de faturamento em 30% da linha de úmidos
- **Principais desafios atuais do setor:** competir com produtos importados e grandes marcas, mantendo qualidade, segurança, inovação e diferenciação no mercado de nutrição pet
- **Onde a empresa quer estar em cinco anos?** Ampliar sua presença e reconhecimento no mercado de nutrição pet, desenvolver a exportação para novos países e manter um portfólio inovador, sem perder os valores da empresa familiar



Com sede em Paraí, na Serra Gaúcha, a Pian Alimentos atua há cerca de 42 anos no setor de nutrição animal

FEED



12 Dias para Atualizar sua Vida; Tiago Brunet; Buzz Editora; 280 páginas; R\$ 79,90; Disponível em versão física e digital.



Todos Somos Vendedores; Alfredo Soares e Allan Barros; Editora Gente; 272 páginas; R\$ 89,90; Disponível em versão física e digital.



Coragem de Transformar: A Escolha que Mudou Tudo; Alcione Albanesi; Editora Gente; 255 páginas; R\$ 41,90; Disponível em versão física e digital.

Liderança

O novo título de Tiago Brunet, um dos mentores de vida mais influentes da atualidade e autor de diversos best-sellers, “12 Dias para Atualizar sua Vida”, é voltado à liderança e ao desenvolvimento pessoal. Na obra, o autor parte de suas próprias experiências para refletir sobre o que diferencia um líder comum de um líder excepcional, defendendo que a chave está na capacidade constante de se atualizar. Com base nos princípios da Sabedoria Milenar, o livro reúne doze fundamentos voltados a quem deseja assumir, ou aprimorar, sua liderança e se tornar uma influência positiva para as pessoas ao redor. A proposta

não se limita a técnicas de gestão de pessoas: Brunet convida o leitor a repensar sua própria postura diante do aprendizado e da mudança. A partir dos doze fundamentos, questões como a importância de um “professor de vida” e de uma melhor administração do próprio tempo tornam-se centrais. Em um cenário de transformações constantes no mundo do trabalho e nas relações de liderança, o livro discute o quanto a disposição para aprender, desaprender, evoluir e ouvir continua sendo determinante para quem busca se manter relevante e influente, transformando a si mesmo e a realidade ao seu redor.

Posicionamento

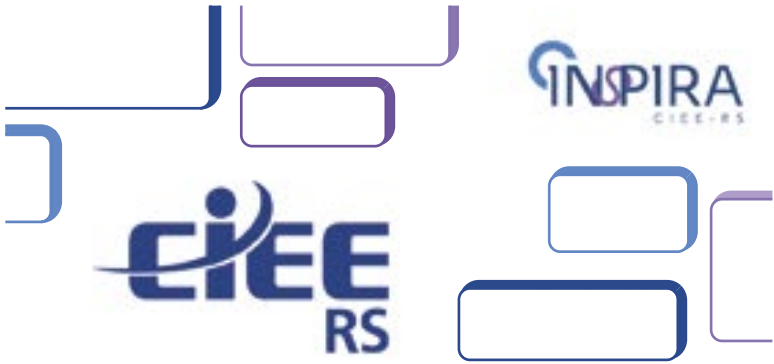
Alfredo Soares e Allan Barros lançam um livro dedicado a founders e líderes que buscam transformar sua autoridade em motor de crescimento para o negócio. A obra “Todos Somos Vendedores” apresenta um método para converter visão, reputação e clareza estratégica em vantagem competitiva. A proposta é mostrar como aspectos como reputação e influência do fundador podem funcionar como ativos estratégicos quando operados com método - o que não significa transformar fundadores em celebridades digitais ou reféns dos algoritmos. Os au-

tores discutem como essa autoridade pode se traduzir em vendas mais ágeis, menos atrito comercial e oportunidades de maior valor para a empresa. Um dos eixos do livro é o uso de arquétipos de liderança como ferramenta para ampliar influência e relevância, além da discussão sobre como posicionar o founder como canal de distribuição e crescimento. Na atualidade, quando marca pessoal e liderança se entrelaçam cada vez, o livro propõe um caminho estruturado para quem lidera empresas ou constrói marcas transformar presença pública em resultado.

Propósito

Em “Coragem de Transformar: A Escolha que Mudou Tudo”, Alcione Albanesi, empresária e filantropa brasileira, à frente de negócios com atuação internacional e uma das principais referências do setor de iluminação no Brasil, relata sua trajetória empresarial. Foi ao ampliar o olhar para além dos próprios resultados que a autora encontrou uma nova medida de sucesso: a capacidade de transformar realidades. A obra reconstrói os encontros, desafios e escolhas que marcaram o percurso de Alcione, mostrando como a autora transformou dificuldades em aprendizado e prosperidade em compromisso, até chegar à criação dos Amigos do Bem, uma das maiores iniciativas de desenvolvimen-

to social do País. Ao longo da narrativa, experiências pessoais e decisões empresariais se entrelaçam, revelando como diferentes momentos contribuíram para a construção de uma visão mais ampla sobre sucesso e responsabilidade. A reflexão sobre mudanças de rota e decisões difíceis norteia a narrativa, unindo trajetória empresarial, propósito e responsabilidade social. O livro convida o leitor a pensar sobre o papel das escolhas na construção de um legado, como colocar os próprios talentos a serviço de algo maior e como o sucesso ganha uma nova dimensão quando é compartilhado. E desperta a pergunta: o que faz uma conquista realmente valer a pena?



Novo posto de atendimento fortalece oportunidades de formação na Região de Cachoeira do Sul

O Centro de Integração Empresa Escola do Rio Grande do Sul (CIEE-RS) inaugurou, na última quarta-feira (07), um novo posto de atendimento em Cachoeira do Sul. A nova estrutura representa mais um passo na trajetória da instituição no município, onde atua desde 1995, e amplia as condições de atendimento a estudantes, jovens aprendizes, empresas e instituições parceiras de uma região que reúne 15 cidades. Localizado na Rua Senador Pinheiro Machado, 1.902, no Centro, o espaço foi estruturado para oferecer mais conforto, acessibilidade e qualidade aos diferentes públicos atendidos pelo CIEE-RS. A unidade conta com recepção ampla, duas salas de aula, sala de reunião, laboratório de informática e espaços de convivência interno e externo, ampliando também as possibilidades para capacitações, encontros e ações de integração com parceiros. reconstruir sua confiança e a forma como passou a se relacionar com o mundo.



“Cachoeira do Sul tem uma história importante na atuação do CIEE-RS. Estamos presentes no município há mais de três décadas, acompanhando transformações e contribuindo para aproximar jovens, empresas e instituições. A nova unidade representa a continuidade desse trabalho e cria melhores condições para ampliarmos ainda mais esse atendimento, não apenas em Cachoeira, mas em toda a região”, destaca Lucas Baldisserotto, CEO do CIEE-RS.

A presença consolidada na região se traduz atualmente em 450 contratos ativos de estágio e 230 de aprendizagem, aproximando estudantes e jovens do mundo do trabalho e contribuindo para a formação de novas trajetórias profissionais.

A inauguração reafirma o compromisso do CIEE-RS com a descentralização de seus serviços e com a presença próxima das comunidades. Ao qualificar a estrutura de atendimento, a instituição fortalece uma atuação construída ao longo de décadas e abre espaço para novas oportunidades de estágio, aprendizagem, capacitação e desenvolvimento profissional em Cachoeira do Sul e nos municípios de sua abrangência.

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





VISÃO EMPRESARIAL

Luciane Souza

Coordenadora do Núcleo da Mulher Empreendedora da Associação Comercial de Porto Alegre (ACPA)

Mulheres que empreendem também movem Porto Alegre

Toda cidade que deseja crescer precisa olhar para quem está construindo sua economia todos os dias. Em Porto Alegre, milhares de mulheres empreendem e fazem parte das 583 mil empresas comandadas pelo gênero no Rio Grande do Sul, elas criam empregos, movimentam o comércio e os serviços, desenvolvem soluções e transformam necessidades em oportunidades. Muitas começaram pequenas e algumas empreenderam por escolha; outras, pela necessidade.

Como coordenadora do Núcleo da Mulher Empreendedora da Associação Comercial de Porto Alegre (ACPA), tenho a oportunidade de acompanhar de perto essa realidade. E uma convicção se fortalece a cada encontro com as nucleadas que quando uma mulher cresce, ela raramente cresce sozinha. A ACPA, por meio de sua atuação institucional e de iniciativas organizadas pelo Núcleo da Mulher Empreendedora (NuME), contribui para fortalecer conexões, estimular o desenvolvimento empresarial e ampliar as oportunidades para quem empreende. Esse trabalho parte de uma compreensão simples, mas fundamental: empresas mais fortes ajudam a construir uma cidade mais próspera.

Quando uma mulher amplia sua rede, contrata, compra de outros negócios, indica profissionais, compartilha conhecimento e abre portas, seu crescimento produz um efeito multiplicador que alcança empresas, famílias e comunidades.

Por isso, fortalecer o empreendedorismo feminino não deve ser tratado apenas como uma pauta social, mas sim, como uma pauta econômica. É necessário falar de produtividade, geração de renda, inovação, competitividade e desenvolvimento para Porto Alegre.

Mas existe um desafio: talento e disposição para empreender

não são suficientes. É preciso acesso a conhecimento, conexões, mercado, tecnologia e ambientes que estimulem a troca de experiências. É justamente aí que iniciativas como o 3º Fórum Mulheres de Negócios, que vai ocorrer no dia 25 de setembro de 2026, ganham importância. Em sintonia com a missão da ACPA de aproximar empresas, lideranças e oportunidades, eventos dessa natureza criam pontes e fortalecem o ambiente de negócios da cidade.

Mais do que reunir mulheres em um mesmo espaço, esses encontros colocam empreendedoras diante de novas ideias, especialistas, potenciais clientes e parceiros. Promovem discussões sobre liderança, vendas, posicionamento, tecnologia e inteligência artificial, temas que já fazem parte da realidade competitiva das empresas. Uma cidade que pretende ser mais dinâmica precisa estimular esses encontros e valorizar as instituições que trabalham para aproximar quem empreende, quem investe e quem transforma ideias em negócios.

Precisamos substituir a lógica da competição isolada pela construção de redes. Precisamos compreender que uma empreendedora que indica outra não perde mercado, ela ajuda a ampliar o ecossistema. Que conhecimento compartilhado não diminui quem ensina: multiplica possibilidades. Porto Alegre tem mulheres preparadas, criativas e corajosas. O que precisamos é ampliar os espaços para que elas sejam ouvidas, conectadas e reconhecidas como parte fundamental da estratégia de desenvolvimento da cidade.

Cabe a nós criar cada vez mais ambientes para que possam fazer ainda mais e incentivar as mulheres que empreendem e que tem a capacidade de fazer de Porto Alegre uma cidade próspera e pujante.

OPINIÃO

O evento corporativo na era da experiência

Ana Elise Dorneles Dias

Fundadora da Checklist Produções

O mercado de eventos, marketing promocional e experiências de marca está mudando. O gift precisa ser útil, desejável e coerente com a identidade da empresa. A ativação precisa fazer sentido para quem participa. E o evento, mais do que reunir pessoas, deve criar uma experiência capaz de gerar conexão, pertencimento e memória.

A principal mudança está na forma de pensar a entrega ao público. Estamos deixando de olhar apenas produtos e estruturas para focar em soluções. Isso ficou evidente durante a Brazil Promotion 2026, realizada no início de agosto, em São Paulo.

É o caso dos gifts corporativos. Ganham espaço produtos que têm utilidade, qualidade, design e durabilidade. É um movimento importante também do ponto de vista da sustentabilidade.

Quanto mais útil e desejável for um produto, maior a possibilidade de permanecer na rotina do público. A escolha do material, da embalagem e do próprio conceito passa a fazer parte da estratégia de comunicação.

Essa lógica se aplica aos eventos. A experiência não está

apenas no palco, na cenografia ou na atração principal, mas na jornada do participante. Um exemplo observado na feira foi o uso de totens para locação de powerbanks, mostrando como pequenas necessidades do público podem se tornar parte da experiência.

Outro movimento é a presença crescente de inteligência artificial e outras tecnologias. Mas o que importa é o que elas proporcionam. A pergunta muda de “qual tecnologia podemos utilizar?” para “qual experiência queremos proporcionar e como a tecnologia pode ajudar a construí-la?”.

A busca por eficiência também aparece no uso de papelão

em cenografias, displays, pontos de venda e estruturas tridimensionais.

O material permite personalização e reaproveitamento, equilibrando impacto visual, logística, custo e sustentabilidade.

Está em curso uma transformação mais profunda. Nesse cenário, o papel das empresas especializadas também muda de patamar. É preciso acompanhar o mercado, compreender comportamentos e traduzir tendências em soluções que façam sentido para cada cliente.

No fim, essa é a justamente a principal mudança: o mercado não está abandonando o brinde, a cenografia ou a tecnologia. Está dando a eles um novo papel.

É preciso acompanhar o mercado, compreender comportamentos e traduzir tendências em soluções que façam sentido para cada cliente.



A fundação que ninguém vê

Janice Gisler Silva

Diretora de Gente & Cultura do Tax.Co

Recentemente, um deslizamento varreu parte do Nepal: água, lama, rochas e escombros destruíram tudo pelo caminho. Uma casa de dois andares, apelidada nas redes de “a casa verde”, permaneceu de pé — moradores se refugiaram no andar de cima e sobreviveram.

Engenheiros apontaram o provável motivo: colunas e vigas de concreto armado formavam um esqueleto capaz de levar a força da correnteza até os alicerces, em vez de concentrá-la nas paredes. O que salvou aquela casa não estava visível. Estava embaixo, sustentando tudo.

Essa imagem descreve com precisão incômoda um erro que cometemos nas empresas: olhamos para o que ficou de pé

e damos à fachada o mérito de sustentar a construção. É assim que enxergo o papel de Gente & Cultura.

As áreas “vitrine” — vendas, produtos, tudo o que gera receita direta — são as paredes e a fachada: o que todo mundo vê, mede e comemora. Mas nenhuma parede fica de pé sozinha, e nenhuma empresa atravessa uma crise apoiada só na vitrine.

Gente & Cultura não tem linha de receita nem costuma aparecer no painel trimestral. Mas é a área que mantém as pessoas de pé quando a pressão aumenta: líderes preparados para decidir sob incerteza, um time que sabe para onde vai mesmo quando o cenário muda, cuidado com quem está exausto antes que o cansaço vire perda, uma cultura que não se dissolve no primeiro trimestre ruim. São as conversas difíceis que evi-

tam um desligamento errado, a sucessão pensada antes de alguém falar em sair. Trabalho invisível, como uma viga dentro da parede — mas é o que decide se, quando a correnteza chegar, a estrutura vai distribuir o impacto ou ceder de uma vez.

A lição da casa que não caiu não é sobre sorte. É sobre uma escolha feita antes da tragédia. Empresas fazem essa escolha todos os dias, só que constroem com pessoas. Investir em Gente & Cultura não é custo, é engenharia estrutural: decidir com antecedência se teremos o esqueleto para o próximo ano difícil ou só a fachada para o próximo ano fácil.

Se formos testados por uma correnteza de verdade, quero que a resposta esteja nos alicerces — no cuidado, na cultura e nas pessoas que sustentam tudo o que se vê.

REPORTAGEM ESPECIAL

Êxodo dos jovens coloca em xeque sucessão no campo

Ana Esteves

Especial para o JC

Quem vai produzir a comida que chegará à mesa dos gaúchos daqui a 20 anos? A solução para uma das questões que mais preocupa quem vive no campo, a da sucessão rural, está diante de um impasse: muitos jovens têm forte vínculo com a agricultura familiar, mas a permanência deles depende cada vez mais de renda, estabilidade e perspectiva profissional, ou seja, está menos na tradição familiar e mais na possibilidade de transformar a propriedade rural em uma oportunidade de futuro. “Qual é o campo que o jovem precisa para ficar, o quanto o meio necessita mudar para se tornar atrativo”, questiona a dirigente da Federação dos Trabalhadores da Agricultura do Rio Grande do Sul (Fetag), Camila Rode.

Dados da pesquisa Futuro do campo: diagnóstico da juventude rural no Rio Grande do Sul, desenvolvida pela Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão (SPGG), apontam que 92% dos entrevistados afirmaram gostar ou gostar muito do modo de vida da agricultura familiar, e 72% disseram não planejar deixar o meio rural. O vínculo, portanto, existe. O desafio está em convertê-lo em permanência econômica.

Entre os jovens que já saíram, pensam em sair ou planejam deixar o campo, 35% apontaram a busca por melhores oportunidades de trabalho e renda fora da agricultura. A baixa renda ou a instabilidade econômica da atividade aparece em 34% das respostas. A busca por estudo, qualificação ou formação educacional lidera, com 41%.

Os números ajudam a deslocar o debate sobre sucessão rural do âmbito exclusivamente familiar para o econômico. O herdeiro não é necessariamente o sucessor. Para assumir a propriedade, o jovem precisa enxergar nela capacidade de gerar renda, autonomia e possibilidade de crescimento, em um cenário no qual as oportunidades educacionais e

profissionais fora do campo também disputam sua permanência. Foi o que motivou, por exemplo, a família Wobeto, em Linha Brasil, interior de Crissiumal, que foi da sucessão à escala e transformou o leite em negócio lucrativo.

O envelhecimento da população rural amplia a urgência. Sem renovação geracional, a continuidade da agricultura familiar passa a depender de um número cada vez menor de produtores. E a saída dos jovens não representa apenas uma mudança demográfica: pode significar perda de mão de obra, conhecimento produtivo e capacidade de renovação dos negócios rurais. A pesquisa, que ainda está em andamento, já aplicou mais de 600 questionários, diante de uma meta de 3.987 respostas válidas em todas as regiões funcionais do Estado.

Dados do Censo Demográfico 2022, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), indicam que a população rural do Rio Grande do Sul reduziu 14,7%, entre 2010 e 2022, dado que se explica, em parte, pela migração dos jovens para as cidades grandes e coloca em xeque o processo de sucessão familiar no campo. Historicamente, há uma redução expressiva da população rural. Em 1970, mais de 3 milhões de gaúchos viviam no campo, o que era quase metade da população. Em 2022, eram menos de 1,5 milhão, pois muitos moradores do meio rural, especialmente jovens, migraram para as cidades em busca de estudo e emprego, fazendo municípios pequenos e rurais perderem a população.

A população rural do Rio Grande do Sul é de 1,35 milhão de moradores, ou 12,4% da população do Estado, que somava 10,8 milhões de pessoas em 2022. O número representa uma redução de mais de 233 mil habitantes em relação ao contabilizado no Censo de 2010, quando a área rural somava 1,5 milhão de moradores.

Leia mais nas próximas páginas >>



Família Wobeto, em Linha Brasil, interior de Crissiumal, foi da sucessão à escala e transformou o leite em negócio

REPORTAGEM ESPECIAL

LISE SCHMITZ/ARQUIVO PESSOAL/JC



História de Lise Schmitz revela como a tecnologia pode criar novas oportunidades comerciais e abrir portas para o agronegócio no Rio Grande do Sul

Influencer do campo atrai jovens com conteúdo digital

O engajamento no programa Juventude Rural também contribui para captar jovens para o setor agrícola, provando que inovação e tradição podem caminhar juntas

Ana Esteves
Especial para o JC

A permanência do jovem no campo nem sempre depende de um processo de sucessão familiar na propriedade, mas ela pode ser resultado de uma nova forma de encarar a vida no meio rural. Quando a agricultora Lise Schmitz foi morar com o marido na propriedade dos pais dele, em Canela, não imaginava os desafios que teria pela frente e como superaria todos eles apenas mudando a forma de viver

fora da cidade grande.

Depois de muitas dificuldades, o casal adquiriu um hectare de terra e desenvolveu uma proposta produtiva diversificada, com um aviário, quatro estufas de tomate, corte de lenha e uma conta no Tik Tok que ajudou a fortalecer os negócios da família.

“Foi na pandemia que comecei a publicar vídeos da rotina na propriedade. Apareciam o aviário, a estufa e o corte de lenha. Um deles, mostrando o trabalho com madeira, chegou a 2 milhões de visualizações, por ser uma mulher realizando atividade pesada”, conta Lise.

A repercussão veio de diferentes partes do País. O que chamou a atenção foi o contraste com a imagem tradicionalmente associada ao trabalho rural: uma mulher bem arrumada, com as unhas feitas e sem abrir mão de

cuidados com a aparência, mostrando que a atividade no campo não determina uma única forma de se vestir ou se apresentar.

A reação do público revelou algo maior do que a força de uma rede social. Mostrou que havia interesse por uma narrativa diferente sobre o campo. “Hoje tenho mais de 100 mil seguidores e transformei a comunicação digital em uma nova frente de atividade, pois o conteúdo abriu portas para trabalhos e divulgações de lojas e empresas, criando oportunidades comerciais que nasceram da própria rotina rural”.

A tecnologia, nesse caso, não substituiu a agricultura. Passou a ampliar seu alcance e suas possibilidades de renda. A história dela revela uma mudança importante no campo: para a nova geração, permanecer não precisa significar fazer exatamente o

que os pais fizeram. Pode significar acrescentar novas atividades, incorporar tecnologia, criar marcas, comunicar-se diretamente com consumidores, agregar valor à produção e buscar renda também fora da porteira.

“Quero mostrar que posso ser agricultora, trabalhar no aviário, cortar lenha, realizar trabalhos pesados e, ao mesmo tempo, pintar minhas unhas, me cuidar, sair, participar de outras atividades e realizar trabalhos e propagandas para lojas e empresas da cidade”, relata.

Com foco em atrair cada vez mais jovens para a vida no campo, Lise se engajou no programa Juventude Rural da Federação dos Trabalhadores da Agricultura do Rio Grande do Sul (Fetag), e colabora no desenvolvimento de duas iniciativas: o Projeto Salada, que seleciona jovens para a construção de hortas dentro

das propriedades de suas famílias, e o Projeto do Pé ao Pote, que trabalha com a produção de geleias e, principalmente, com a agregação de valor àquilo que já existe dentro das propriedades.

“Buscamos proporcionar para esse jovem um espaço dentro da própria propriedade, onde ele possa aprender, produzir, assumir responsabilidades e também enxergar uma possibilidade de gerar a própria renda”.

Na produção das geleias, os jovens aprendem sobre o plantio e a produção, passam pela colheita e seleção das frutas, participam do processamento, da produção das geleias, da embalagem e chegam até a comercialização e a venda. “Conseguem enxergar todo o caminho que existe entre aquilo que é produzido na terra e o produto final que chega às mãos do consumidor”, afirma Lise.

O campo que precisa caber no futuro dos jovens

Mais importante do que perguntar por que os jovens deixam o campo, é preciso entender o que pode fazê-los ficar. Essa é a mudança de perspectiva defendida pela dirigente da Federação dos Trabalhadores na Agricultura no Rio Grande do Sul (Fetag-RS), Camila Rode, ao tratar dos desafios da sucessão rural. Para ela, a permanência das novas gerações depende da construção de um meio rural que ofereça condições para que o jovem desenvolva seu próprio projeto de vida.

“Precisamos discutir que campo é necessário para que a juventude permaneça, e não ao contrário”, afirma. A avaliação está no centro de uma pesquisa desenvolvida pela Fetag-RS em parceria com a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), a Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) e o Instituto de Formação Sindical Irmão Miguel. Contemplado em edital do CNPq e com duração de 24 meses, o es-

tudo pretende analisar políticas públicas para a juventude rural e sua relação com a permanência dos jovens no campo.

Segundo dados do IBGE, entre 2012 e 2022, a população jovem no meio rural caiu cerca de 31% no Rio Grande do Sul. O movimento tem reflexos sobre a continuidade da agricultura e da pecuária familiar e coloca em discussão quem estará produzindo alimentos nas próximas décadas.

A renda é um dos componentes dessa decisão, mas está longe de ser o único. Para Camila, a permanência passa por acesso a crédito, terra, educação, saúde, infraestrutura, lazer e cultura. O jovem precisa encontrar no lugar onde vive condições não apenas para trabalhar, mas para construir sua vida. “Ele não pode ser visto como uma mão de obra barata na propriedade”, destaca. Isso significa também mudar a ideia de que sucessão é simplesmente repetir o que os pais ou avós fizeram. O jo-

vem pode permanecer na propriedade e transformar a atividade, adotando outra matriz produtiva, incorporando tecnologias ou encontrando novas formas de gerar renda. “Muitas vezes os jovens querem fazer a sucessão, mas trabalhando com outra matriz produtiva, com outro viés produtivo”, observa Camila.

A tecnologia, porém, precisa estar subordinada à realidade econômica da propriedade. A dirigente alerta para o risco de investimentos que aumentem o custo de produção sem gerar ganho proporcional de produtividade. Em uma pequena área, por exemplo, nem sempre o equipamento de maior capacidade é o mais adequado.

Dentro da família, a sucessão também precisa ser planejada. Camila defende que o processo não seja desencadeado apenas quando os pais adoecem ou deixam de trabalhar. É necessário discutir antecipadamente a dis-



MAGNIFIC/DIVULGAÇÃO/JC

Fetag-RS e universidades estudam políticas para conquistar juventude

tribuição da renda, os investimentos, as decisões e os rumos da propriedade. A responsabilidade, entretanto, não termina na porteira. A falta de serviços e oportunidades no interior também pesa na decisão dos jovens. Saúde, educação, lazer, cultura e políticas públicas municipais in-

tegram as condições necessárias para que o campo seja um espaço de desenvolvimento pessoal e profissional. Municípios que investem na agricultura e estimulam cadeias curtas de produção também podem contribuir para manter renda e atividade econômica no próprio território.

Farsul defende visão corporativa e planejamento para garantir a sucessão rural

A consolidação das atividades agropecuárias e o encolhimento da população no campo no Rio Grande do Sul acenderam o alerta para um desafio central na perpetuação do agronegócio: a sucessão familiar. Diante das transformações sociodemográficas e econômicas, preparar as propriedades para a transição entre gerações deixou de ser um debate informal e passou a ser tratado como pilar estratégico de gestão e sobrevivência econômica.

Para Allan Tormen, diretor vice-presidente da Federação da Agricultura do Rio Grande do Sul (Farsul), a redução do contingente populacional rural é um fenômeno multifatorial, observado historicamente em diversos locais do mundo, movido pela necessidade de escala para viabilizar os negócios agropecuários. No entanto, a retenção do jovem no campo passa diretamente por superar entraves culturais e promover o diálogo intergeracional.

“A maioria das propriedades rurais só quer falar em sucessão quando o patriarca ou a matriarca faltam. O grande erro é associar a sucessão a um momento de luto. Precisamos inverter essa lógica e tratar o planejamento sucessório como gestão de ne-



TÂNIA MEINERZ/JC

Objetivo é garantir a continuidade das propriedades entre gerações

gócio e pilar de perpetuação”, avalia Tormen.

O conflito entre gerações frequentemente deriva de visões distintas sobre o trabalho e a vida no campo. Enquanto a geração pós-guerra consolidou os negócios com foco em estabilidade e na posse da terra, os jovens das gerações Y e Z buscam flexibilidade, conectividade e a incorporação de novas tecnologias.

Segundo Tormen, a maturidade corporativa precisa entrar nas propriedades independentemente do porte ou da cultura, da vitivinicultura na Serra Gaúcha à pecuária e agricultura na Campanha. A visão de que todos

os herdeiros precisam operar a terra também vem sendo desconstituída.

“O jovem não precisa ser necessariamente um engenheiro agrônomo, ele pode se capacitar em contabilidade ou administração. Além disso, a família pode estruturar o negócio de modo que alguns filhos atuem na operação e outros permaneçam como acionistas, sem a necessidade de fatiar ou vender a propriedade”, explica.

Histórica no apoio ao produtor, a Farsul tem atuado no estímulo ao empreendedorismo jovem e à transição familiar por meio do programa Farsul Jovem,

além de parcerias com o Senar e o Sebrae no projeto Juntos pelo Agro. As iniciativas promovem seminários regionais que abordam o planejamento jurídico e patrimonial, o suporte psicológico à família e a apresentação de casos práticos de sucesso.

Com base na visão de gestão corporativa para o meio rural, especialistas destacam os pontos essenciais que devem nortear o produtor e sua família, na hora de estabelecer o processo sucessório, como a definição de propósito, ou seja, compreender por que a propriedade existe e qual o seu objetivo a longo prazo, evitando que o patrimônio seja liquidado após a sucessão. Avaliação da viabilidade econômica com a análise da capacidade financeira do negócio para suportar a divisão entre herdeiros ou a manutenção dos filhos na atividade.

Organização Jurídica e Sucessória, ou seja, planejar as transferências imobiliárias e societárias previamente, evitando custos tributários elevados e descapitalização no momento da partilha. “Além disso, é importante a preservação da unidade produtiva, criando mecanismos contratuais ou corporativos para evitar a fragmentação excessiva

da área física, o que pode inviabilizar a escala econômica do herdeiro que optar por continuar na operação”, explica Tormen.

Outro fator determinante para garantir a presença dos novos gestores no agronegócio é a capacidade de adaptação às mudanças climáticas e o acesso a ferramentas modernas de produção, como agricultura regenerativa, inteligência artificial e manejo intensivo do solo.

Entretanto, para que a nova geração assuma o protagonismo tecnológico, o setor enfrenta um gargalo financeiro de curto prazo. As sucessivas estiagens e eventos climáticos extremos nos últimos anos acarretaram um severo endividamento dos produtores do Rio Grande do Sul.

“Quando o jovem vê o pai com dificuldades de crédito, sem conseguir honrar compromissos devido a frustrações de safra, a tendência é buscar alternativas no meio urbano. A reestruturação financeira do produtor gaúcho não é apenas uma pauta econômica conjuntural, mas uma ferramenta fundamental de impulso à sucessão no campo”, conclui Tormen.

REPORTAGEM ESPECIAL

Sucessão exige renda, autonomia e planejamento, explica professor da UPF

O envelhecimento dos produtores rurais coloca em debate não apenas quem estará no campo nas próximas décadas, mas também a capacidade econômica das propriedades de incorporar uma nova geração. No Rio Grande do Sul, dados do Censo Agropecuário mostram o avanço da participação dos produtores mais velhos e a redução dos grupos mais jovens. Entre 2006 e 2017, a parcela de produtores com 45 anos ou mais passou de 61,2% para 70,9%, enquanto aqueles com menos de 45 anos recuaram de 38,8% para 29,2%. Para o professor da Universidade de Passo Fundo (UPF), engenheiro agrônomo, Lucas Karlinski, a sucessão precisa ser tratada como uma questão de gestão, renda e continuidade do negócio rural.

Empresas & Negócios — O envelhecimento dos produtores rurais representa um risco para a continuidade da produção agropecuária do Rio Grande do Sul?

Lucas Karlinski — O envelhecimento da população rural é um desafio para a continuidade dos negócios familiares, especialmente quando não ocorre a sucessão e os jovens deixam o campo. Mas isso não significa necessariamente redução da produção. Podemos ter mudanças nos tipos de produtos, retorno de pessoas ao meio rural, novas oportunidades de geração de renda e avanços tecnológicos que reduzem a dependência de mão de obra, hoje um dos grandes gargalos do campo.

E&N - Qual é o retrato etário dos produtores rurais?

Karlinski - O Censo Agropecuário de 2017 mostra um perfil relativamente envelhecido. A maior concentração estava entre 45 e 54 anos, com 24,2% dos produtores, seguida pela faixa de 55 a 64 anos, com 23,5%. Aproximadamente 89% tinham 35 anos ou mais. Entre 2006 e 2017, a participação dos produtores com menos de 45 anos caiu de 38,8% para 29,2%, enquanto a dos produtores com 45 anos ou mais aumentou de 61,2% para 70,9%. O grupo com 65 anos ou mais passou de 17,5% para 23,2%.

E&N - É possível estimar quantos produtores deixarão a atividade nos próximos 10 ou 20 anos?

Karlinski - Não. A idade do produtor não significa necessariamente que ele deixará de produzir. Pode haver transferência da direção, permanência na atividade

em idade avançada ou mudanças na estrutura produtiva. O próximo Censo Agropecuário, com coleta prevista para 2027, será importante porque deverá trazer informações sobre sucessão familiar, além de tecnologias e outros aspectos da dinâmica da atividade.

E&N - Quantas propriedades têm hoje um sucessor definido?

Karlinski - Ainda não existem levantamentos abrangentes que permitam dimensionar esse número. A sucessão depende de fatores como tamanho da propriedade, atividade, rentabilidade, mecanização, localização, estrutura familiar e, principalmente, do interesse das novas gerações. Em alguns casos, ocorre dentro da própria família. Em outros, a saída do produtor pode resultar em arrendamento, venda ou reorganização da propriedade.

E&N - Do ponto de vista econômico, quanto uma propriedade precisa gerar para que o jovem veja o campo como uma carreira competitiva com a cidade?

Karlinski - Não existe um valor único. A rentabilidade depende do tamanho da propriedade, atividade, produtividade, custos, nível tecnológico, acesso a mercados, localização e capacidade de gestão. Além da renda familiar, o jovem precisa enxergar autonomia, participação nas decisões e possibilidade de construir uma renda própria. Uma propriedade pode ser rentável para a família e, mesmo assim, não ser atrativa para o jovem se ele não enxergar perspectivas profissionais.

E&N - Quais atividades têm maior capacidade de sustentar economicamente uma família e remunerar uma nova geração?

Karlinski - Não existe uma atividade isolada que garanta essa segurança. A produção rural está sujeita a variações de preços, condições climáticas e disponibilidade de mão de obra. A rentabilidade depende de escala, produtividade, custos, tecnologia, condições ambientais, acesso aos mercados e gestão. Em pequenas propriedades, a diversificação pode ser importante, combinando grãos, hortaliças, frutas, leite, criação animal e outras atividades.

E&N - A agregação de valor pode ser uma saída econômica para a sucessão?

Karlinski - Sim. Temos observado experiências de sucessão associadas à agroindustrialização, diversificação e criação de

produtos com identidade e maior valor agregado. Em vez de comercializar apenas a matéria-prima, o produtor pode avançar no processamento e na comercialização. A regularização e a obtenção de selos e mecanismos de inspeção podem ampliar o acesso a mercados e melhorar a remuneração. A questão não é escolher entre pecuária, grãos, leite ou fruticultura, mas encontrar a combinação de atividades, escala, tecnologia, gestão e comercialização capaz de gerar renda e criar espaço para a nova geração.

E&N - A divisão da propriedade entre herdeiros pode comprometer a viabilidade econômica do negócio rural?

Karlinski - Pode. Quando ocorre a fragmentação, uma área que apresenta escala suficiente para sustentar uma família pode, após sucessivas divisões, tornar-se pequena demais para garantir a renda necessária à continuidade da atividade. Isso pode contribuir para a venda ou o arrendamento. Por isso, o desafio não é apenas evitar a divisão da terra, mas encontrar uma organização patrimonial e produtiva que preserve a viabilidade econômica da propriedade e ofereça espaço para as próximas gerações.

E&N - Por que um jovem deixa uma propriedade que já tem terra e produção?

Karlinski - A renda é importante, mas não é o único fator. Um problema é a concentração da renda na pessoa que administra a propriedade. Se o jovem trabalha, mas não tem renda própria e precisa pedir dinheiro aos pais, pode não enxergar a propriedade como uma oportunidade profissional. A falta de participação na gestão e nas decisões também reduz sua percepção de autonomia. Além disso, entram fatores como educação, internet, lazer, saúde, infraestrutura e qualidade das estradas.

E&N - Tecnologia e gestão profissional podem mudar essa percepção?

Karlinski - Sim. A tecnologia e a mecanização permitem aumentar a eficiência e reduzir a dependência de mão de obra. Agricultura de precisão, automação, inteligência artificial e sistemas de gestão podem profissionalizar a administração e apoiar a tomada de decisões. A agroindustrialização, a venda direta e o acesso a novos mercados também criam oportunidades de renda. Programas como PAA, PNAE e Pronaf



Karlinski defende gestão no processo de continuidade no negócio rural

Jovem podem contribuir com comercialização, financiamento e investimento.

E&N - A sucessão pode melhorar a produtividade e o resultado financeiro da propriedade?

Karlinski - Não é possível estabelecer um percentual único de aumento de produtividade ou faturamento apenas pela mudança de gestão. Mas a sucessão pode representar uma oportunidade de modernização. A nova geração pode incorporar ferramentas de gestão, mecanização, agricultura de precisão, automação, tecnologias digitais e novas estratégias de comercialização. Para medir os resultados, é necessário acompanhar indicadores como produtividade por hectare, custo por unidade produzida, margem de rentabilidade, faturamento, grau de mecanização, diversificação e acesso a mercados.

E&N - O que precisa mudar para evitar uma ruptura na produção de alimentos nas próximas décadas?

Karlinski - A sucessão não depende de um único fator. Crédito, assistência técnica, educação, conectividade, infraestrutura, proteção social, acesso a mercados, gestão de riscos e planejamento sucessório precisam ser trabalhados conjuntamente. A Lei nº 15.178, de 2025, que instituiu a Política Nacional de Juventude e Sucessão Rural e o Plano Nacional de Juventude e Sucessão Rural, é um marco por incorporar temas como acesso à terra, crédito, assistência técnica,

educação, geração de renda, comercialização, infraestrutura e conectividade.

E&N - O clima e a volatilidade dos mercados aumentam o risco para quem pretende assumir uma propriedade?

Karlinski - Eventos climáticos podem comprometer a produção, reduzir a renda e dificultar investimentos. Por isso, seguro rural, crédito adequado, tecnologias de adaptação e assistência técnica são importantes para aumentar a resiliência. Também precisamos reduzir a exposição às oscilações de mercado, com mecanismos de garantia de preços e políticas de comercialização. Não adianta estimular o jovem a assumir uma propriedade se a atividade não apresentar condições mínimas de sustentabilidade econômica.

E&N - Qual é a condição fundamental para que o jovem permaneça no campo?

Karlinski - O jovem não precisa apenas ter uma propriedade. Precisa enxergar nela uma oportunidade de construir renda, autonomia, qualidade de vida e um projeto profissional para o futuro. A sucessão não deve ser vista simplesmente como a substituição de uma geração por outra, mas como um processo de transferência de conhecimento, responsabilidades, gestão e patrimônio. É preciso combinar a experiência de quem construiu a propriedade com o espaço para que a nova geração possa inovar, assumir responsabilidades e construir seu próprio projeto de vida no campo.

REPORTAGEM ESPECIAL

Da sucessão à escala: a família que transformou o leite em negócio

Na propriedade da família Wobeto, em Linha Brasil, interior de Crissiumal, a sucessão rural não ficou restrita à transferência de terra e patrimônio entre gerações, mas significou mudanças na forma de produzir, investimentos em tecnologia e aumento de escala. Em cerca de 14 anos, Eduardo Wobeto ajudou a transformar uma pequena criação iniciada com seis animais em uma atividade leiteira que hoje produz aproximadamente 2 mil litros de leite por dia, fornecidos diretamente à Lactalis.

A história começou antes dele, a partir de um episódio trágico que vitimou todo o rebanho leiteiro da propriedade, na época administrada pelo avô de Eduardo. “Deu tuberculose no plantel e sem a principal fonte de renda da propriedade, a família precisou encontrar uma alternativa. A solução foi migrar para a suinocultura integrada”, conta o jovem agricultor. Em 2012, depois de concluir o ensino médio, Wobeto neto decidiu permanecer no campo, pois o interesse pela produção de leite vinha da infância e também de uma característica econômica que chamava sua atenção: a gera-

ção recorrente de receita. “É uma renda mensal. Todo mês tu vai ter alguma coisa, vai ter um salário que vai entrar”, lembra.

Ao tomar a frente do negócio do avô, que agora também era tocado por Wobeto pai, ele convenceu a família a comprar cinco vacas e uma novilha e aproveitou outras duas vacas que já estavam na propriedade. A meta inicial era chegar a 100 litros por dia e o volume chegou a 125 litros. O salto seguinte veio com a compra de mais 17 vacas e sete novilhos de outro produtor que estava deixando a atividade. A expansão exigiu investimento e mudança na estrutura.

A família construiu um novo galpão, com capacidade inicial para 40 vacas, e passou a profissionalizar o manejo. Um momento importante foi a adoção do sistema de pastejo rotacionado, após uma iniciativa apresentada pelo Sicredi. A proposta contrariava a ideia inicial da família, que pretendia utilizar uma área de menor qualidade para as pastagens. O projeto recomendou justamente o uso da melhor terra para produzir alimento para o rebanho.

A estratégia funcionou e permi-

tiu elevar a produtividade. Com o passar dos anos, porém, o próprio sistema de criação a pasto começou a impor limites, principalmente em relação ao calor e à disponibilidade de sombra. Há cerca de três meses, a família deu outro passo de investimento e passou a trabalhar com as vacas confinadas. “Hoje, a propriedade tem cerca de 70 vacas, além das novilhas, e produz aproximadamente 2 mil litros de leite por dia. A atividade envolve Eduardo, o pai e funcionários, enquanto o avô, que participou da construção do negócio, está menos presente na rotina.

Uma história que se repete em diversos processos sucessórios: o jovem que chega para modernizar a propriedade. E com Eduardo Wobeto não foi diferente. A tecnologia aparece como ferramenta para modernizar a propriedade e como uma decisão econômica baseada em contas. Desde os primeiros anos, ele passou a calcular o custo dos equipamentos em relação à economia de combustível, mão de obra e tempo. Um dos primeiros investimentos surgiu quando ainda utilizava um trator antigo, fabricado em 1975, para transportar a silagem.



Família Wobeto produz hoje cerca de 2 mil litros de leite por dia

Ao colocar na ponta do lápis o custo de uma máquina mais adequada, chegou à conclusão de que o equipamento representaria aproximadamente R\$ 10 por dia em custo. A conta levou à decisão de investir. Com o rebanho maior, a família também incorporou ferramentas digitais ao manejo, com a aquisição de um aplicativo para controlar a alimentação dos animais, permitindo organizar

o trato com maior agilidade. “A tecnologia é uma forma de ampliar a capacidade produtiva sem aumentar na mesma proporção o esforço necessário para manter a atividade”, aponta. A história dos Wobeto também mostra que a sucessão não acontece apenas quando uma geração deixa a propriedade. Ela pode ocorrer enquanto diferentes gerações compartilham decisões e trabalho.

Administrador remodelou estratégias para multiplicar fontes de renda no campo

A sucessão rural não estava nos planos do produtor rural Edson Zancanaro, quando ele deixou Barão de Cotegipe, para construir sua trajetória profissional. Formado pela Academia Militar das Agulhas Negras, onde se tornou

oficial do Exército em 2015, ele abriu mão da carreira no ano seguinte para fazer MBA em Gestão Empresarial e passou cinco anos trabalhando no setor privado.

O que ele não esperava era ter que fazer o caminho de volta

EDSON ZANCANARO/ARQUIVOPESSOAL/JC



Edson (e) está na quarta geração da atividade que herdou do pai Edson João

à terra natal para tomar a frente nos negócios da família, em um momento de mudanças pessoais e dificuldades enfrentadas pela propriedade. “Em 2021, o sócio do meu pai morreu e o negócio enfrentava outras dificuldades. Decidi encerrar os planos de estruturação de uma empresa no Paraná e voltei”, relembra.

Edson é a quarta geração dos Zancanaro na atividade rural, cuja história começou com o bisavô, João Zancanaro, que se estabeleceu na Linha Monte Alegre e teve cinco filhos. Seu avô, Guilherme Luiz Zancanaro, foi o único a permanecer na propriedade e diversificou as atividades da família: manteve uma “bodega de interior”, que funcionou até os anos 2000, e, junto dos filhos, atuou na suinocultura e no comércio de grãos.

A família também comprou terras em Faxinalzinho, na Linha Coxilhão, onde hoje está concentrada a principal operação. Com

o passar das gerações, os diferentes núcleos familiares seguiram seus próprios caminhos dentro do agronegócio e atualmente, Edson e o pai Edson João Zancanaro dividem a parte que lhes cabe do antigo negócio familiar, enquanto primos também permanecem ligados ao setor. A propriedade atual tem na lavoura a base alimentar da pecuária e concentra duas atividades principais: uma granja de produção de leitões e a criação de gado de corte em confinamento.

A chegada de uma nova geração à gestão trouxe mudanças especialmente na administração. Com formação empresarial, Zancanaro passou a atuar na organização financeira, nos controles e na criação de indicadores para acompanhar o desempenho do negócio.

Também contribuiu para desbravar questões documentais e burocráticas que dificultavam a evolução da propriedade. “Realizei investimentos e melhorei estruturas e processos, tendo

sempre a experiência do pai como referência para as decisões técnicas e comerciais”, diz.

Essa combinação entre conhecimentos de diferentes gerações é, para ele, uma das principais forças do negócio. Pai e filho dividem responsabilidades e trabalham de maneira complementar. Não houve grandes conflitos na transição e o respeito entre as gerações permitiu que cada um atuasse em sua área, reconhecendo tanto as novas ferramentas de gestão quanto o conhecimento acumulado ao longo de décadas no campo.

Os resultados ajudam a medir o impacto dessa integração: a suinocultura, atividade já consolidada na propriedade, registrou aumento superior a 15% na produtividade. Com a entrada da pecuária de confinamento, o faturamento do negócio dobrou. “Hoje, são entregues 50 animais de alta qualidade por semana, destinados ao mercado de carnes nobres em nível nacional” afirma.

MINUTO VAREJO

Mimô do Zé conquista o Jardim Botânico

Ex-estudante da Esefid monta cafeteria que atrai vizinhança do bairro

Patricia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Tudo começou com a venda de brownies na fila de restaurantes universitários (RUs) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Ufrgs). Hoje o negócio virou uma das cafeterias mais charmosas e que dia a dia vira destino de moradores do bairro Jardim Botânico, na Zona Leste de Porto Alegre. O empreendimento, dentro do campus olímpico, sede da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Dança (Esefid), é resultado de um sonho de um jovem empreendedor e ex-graduado na instituição. “Comecei vendendo brownies quando estava na graduação de Fisioterapia”, recorda José Laurito, à frente do Mimô do Zé. Por que este nome? “Quería retribuir de algum jeito tudo que a Ufrgs me proporcionou”, resume o jovem, lembrando que começou a vender bolinhos para ter dinheiro para custear refeições e transporte. Mas os brownies fizeram tanto sucesso que foi provocado por uma professora a se candidatar a montar a cafeteria na antiga lancheria da Esefid, que havia fechado.

“Minha professora Flavia falou: ‘Tu viu que vai abrir a licitação? Respondi: ‘Não sei do que você tá falando’. Aí, ela provocou: ‘Por que tu não tenta concorrer?’ Respondi: Endoidou, profe? É impossível vencer”. E não foi. “Não sabia o que era a palavra licitação. Pensei: Não temos recurso, mas boa vontade de aprender. Fui atrás, pesquisei tudo sobre o processo e comecei a imaginar como poderia ser o lugar”, recorda Zé, como é chamado por todos. “A galera foi gostando, comecei a vender brownies em todos os cantos para conseguir dinheiro. Foi na cara e na coragem e as pessoas se engajaram na ideia.” Também foi decisivo o apoio de outros cafés da Capital, que ajudaram com doações de equipamentos: “Se não tivesse tido isso tudo, ainda seria só um sonho”.

Para colocar a operação em pé, o local passou por reforma, recebeu mobiliário rústico e muita planta. “O Jardim Botânico precisava muito de um espaço assim. É um bairro bonito”, descreve. No cardápio, estão salgados, tortas, bolos, pão de queijo, empanadas, cookies e bebidas. “Tudo é muito fresquinho. O brownie continua como carro-chefe”, cita o em-



Jovem teve apoio de colegas e outras cafeterias para vencer licitação e realizar o sonho de ter operação

prendedor. “Venho do campus Saúde, para comprar aqui. Gosto de tudo”, conta o estudante Breno Vizeu. A colaboração segue. Ex-alunos da Esefid trabalham no atendimento. “É um movimento circular que a gente faz, entre o campus e o Mimô e o Mimô e o campus. Cada dia alguém faz um horário”, descreve a ex-aluna Caroline Weirich, sobre a rotina dela

e de Tainá Rodrigues e Larissa Lampert. Vídeo, acessado pelo QR Code, mostra o álbum físico que conta a trajetória do Mimô do Zé. A reportagem ampliou o alcance da história no digital.



Larissa, Tainá e Caroline (esq. p/ dir.) se revezam no atendimento

Bella Gula reabre no Paseo Zona Sul com nova direção e novidades



Loja havia fechado devido à troca de franqueado e voltou, após reforma, à praça de alimentação do mall

Uma marca que tinha feito rápida retirada voltou a um dos centros comerciais mais populares da Zona Sul de Porto Alegre. A confeitaria Bella Gula reabriu no Paseo Zona Sul sob nova direção, novo bufê e disposta a recompor a clientela, avisa a nova franqueada, Jaqueline Schindler. “Fizemos uma pequena reforma, cozinha nova, agora com novo chef (e ótimo), equipe nova. Os clientes estão voltando aos poucos e adorando”, garante Jaqueline, que tem loja no Medcenter, na Zona Norte. A família da franqueada tem Bella Gula em Itapema, a primeira fora do Rio Grande do Sul.

A confeitaria chegou a fechar no fim de julho, para a troca de operador. Na mesma época, a Petisqueira, outra grife ligada à gastronomia porto-alegrense, deixou o Paseo, mas definitiva-

mente para se instalar no Zaffari Hípica. “O Paseo tem um público cativo. Desde a saída da Petisqueira, é um desafio trazer as pessoas”, comenta a franqueada. A confeitaria tem bufê à quilo, que diversifica o cardápio na praça.

Daniela Predebon, fundadora da confeitaria, destaca a importância do retorno ao mall. “Temos uma história com o empreendimento desde a inauguração. Essa volta é especial por ser com uma empreendedora que já tem operação da rede. Hoje um terço dos franqueados tem mais de uma unidade. Isso mostra a confiança e a oportunidade de crescimento com a Bella”, associa. “É um indicador de que a franquia é um grande negócio”, valoriza Daniela. A marca pisou em Santa Catarina no fim de 2025 e planeja chegar a mais mercados do Brasil.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Riscos climáticos estão na pauta da Parceiros Voluntários

Programa Construir Juntos mobilizou 785 alunos e 204 organizações da sociedade civil, com investimento de R\$ 2,5 milhões

Marina Mugnol
marinam@jcrs.com.br

A Parceiros Voluntários, Organização Não Governamental (ONG) sem fins lucrativos e apartidária, encerrou, na quinta-feira passada, o Construir Juntos, maior programa desenvolvido pela entidade em seus 29 anos de atuação. Iniciada em maio, a iniciativa, que teve como objetivo fortalecer organizações da sociedade civil (OSCs), escolas públicas e redes de atenção primária impactadas pelas enchentes de 2024, capacitou 785 alunos da rede pública de ensino e 204 OSCs, além de investir R\$ 2,5 milhões em ações sociais e sustentáveis.

Com atuação em 11 municípios, distribuídos entre a Região Metropolitana de Porto Alegre, os vales do Taquari e do Caí, a Serra Gaúcha e a região Sul, especialmente Pelotas e Rio Grande, o programa buscou preparar, por meio da capacitação e da disseminação de conhecimento, escolas e organizações sociais para enfrentar emergências climáticas.

Segundo a superintendente da Parceiros Voluntários, Graziela Loureiro, a iniciativa surgiu da necessidade de dar continuidade ao apoio às instituições atingidas pelas enchentes de 2024, com ações voltadas à recuperação e ao fortalecimento de sua estrutura.

“Durante as enchentes, fizemos todo o suporte emergencial, organizando a logística, as doações e a captação de recursos. No final de 2025, elaboramos um programa para atuar de forma mais estruturante nessas regiões afetadas. Por isso, o nome é ‘Construir Juntos’”, afirma.

A partir disso, o programa foca justamente em ampliar a capacidade de resposta das instituições diante de novas situações de emergência, além de incentivar a articulação entre organizações e comunidades. Para Graziela, o trabalho parte do reconhecimento de que escolas e entidades sociais desempenham um papel de referência nos territórios.

“Infelizmente, esses eventos climáticos extremos têm feito cada vez mais parte da nossa realidade. Por isso, precisamos fortalecer essas organizações que, especialmente no interior do Estado, funcionam como pontos de referência para a comunidade em momentos de calamidade”, afirma.

Além da formação, 50 organizações selecionadas por meio de edital receberam um fundo semente de R\$ 20 mil, destinado ao atendimento de necessidades específicas de cada instituição. Para acessar os recursos, as entidades precisam apresentar projetos e, após a aprovação, participar das capacitações previstas pelo programa.

Ao longo da iniciativa, foram atendidas 36 escolas da rede pública. Os estudantes receberam 572 horas de formação e os professores 258 horas. Já as OSCs receberam 278 horas de capacitação. Como resultado, as instituições elaboraram



Iniciativa destinou R\$ 2,5 milhões a ações sociais e sustentáveis após as enchentes de 2024

planos de contingência para orientar a atuação diante de situações de emergência.

“Gostaríamos que essas organizações jamais precisassem lançar mão desse plano. Mas é muito gratificante ver que, em momentos de necessidade, elas tenham esse material para poder agir e o conhecimento necessário para torná-lo eficiente”, relata.

Na Emef Profª Maria Da Gloria Goncalves Da Silva, de Sapucaia do Sul, a iniciativa envolveu estudantes do 6º ano na identificação de problemas e na proposição de soluções para a comunidade. Professora da rede e uma das lideranças de projetos ambientais na

escola, Karla Katarine Botton da Silva destaca a importância de sensibilizar os jovens para questões ambientais e para o papel que podem desempenhar em suas comunidades.

“Nosso papel é sensibilizar a consciência dos estudantes. Quando eles discutem a questão do lixo na rua e entendem que ele vai acabar em algum lugar, podendo provocar alagamentos, percebem que são agentes capazes de fazer as coisas acontecerem. Não precisam esperar que tudo venha pronto”, salienta a Yasmin.

O projeto desenvolvido pela turma realizou entrevistas com moradores locais para identificar demandas da

comunidade. Uma das alunas envolvidas, Yasmin de Camargo, avalia que a experiência ampliou o contato com temas pouco abordados em sala de aula. “Eu achei muito legal. Foi um aprendizado a mais, porque não temos muitas aulas em que falamos sobre esses assuntos”, conta.

A escola também recebeu recursos para iniciativas escolhidas pelos próprios alunos. Entre as ações previstas estão uma visita ao Museu de Ciência e Tecnologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Pucrs), melhorias na horta escolar e a instalação de uma cisterna para captar água da chuva.

Mais de 200 mil jovens já foram mobilizados pelo programa Tribos nas Trilhas da Cidadania

Criada em 1997, a Parceiros Voluntários surgiu com o propósito de disseminar a cultura do voluntariado no Rio Grande do Sul. “Todos nós somos solidários. Todos nós somos voluntários em potencial. O voluntariado vai muito além de uma ação assistencialista: busca transformação social”, afirma Graziela Loureiro, superintendente da ONG.

Ao longo da trajetória, a entidade ampliou sua atuação para incluir a formação de organizações sociais, programas de voluntariado empresarial e para pessoas físicas, e iniciativas voltadas à participação de jovens. Entre elas está o “Tribos nas Trilhas da Cidadania”, programa de protagonismo juvenil que já mobilizou mais de 200 mil jovens.

Atualmente, a estrutura da organização conta com 16 colaboradores, entre educadores, administradores e especialistas em elaboração de projetos e captação de recursos em Porto Alegre e São Paulo.

A manutenção das atividades depende de parcerias e de recursos provenientes de diferentes fontes, incluindo proje-

tos financiados por empresas e iniciativas vinculadas a mecanismos de incentivo, como as Leis Rouanet e de Incentivo ao Esporte, além de projetos ligados ao Conselho da Criança e do Adolescente (CMDCA) e ao Conselho do Idoso (CMI).

Segundo Graziela, a captação de recursos e a comunicação dos resultados são alguns

dos gargalos ainda não superados. Por isso, a entidade busca ampliar o alcance de suas iniciativas e fortalecer o trabalho em rede.

“É muito importante comunicar de forma eficiente o que estamos fazendo. Isso nos ajuda a ter mais transparência e multiplicar parceiros e redes”, argumenta.

*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