



VISÃO EMPRESARIAL

Lori Quevedo

Empresária e conselheira fiscal da Associação Comercial de Porto Alegre

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 sequência 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. Empreensar 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

A reputação que a Inteligência Artificial encontra

Maicon Bock

Sócio-diretor da Mérito Consultoria em Comunicação e ex-secretário-adjunto de Comunicação do Governo do RS

Um cliente me contou que fez um teste numa ferramenta de Inteligência Artificial. Pediu 10 nomes representativos da categoria profissional representada pela entidade que ele preside como ponto de partida para as indicações a um reconhecimento anual. Ficou surpreso ao encontrar o próprio nome na 4ª posição do ranking da IA com justificativa para ter o mérito de estar na lista.

As respostas não surgiram do nada. Foram construídas, principalmente, a partir de notícias publicadas em veículos de comunicação sérios, pois são fontes que ajudam a formar a base de conhecimento da IA.

Essa é uma transformação profunda. Com a perda relativa de espaço do Google como porta de entrada para pesquisas, muitos passaram a buscar respostas e compreender temas em ferramentas como o ChatGPT.

Durante anos, o foco esteve no SEO, a otimização para mecanismos de busca. Agora, ganha importância o GEO, ou Generative Engine Optimization: a prepa-

ração da presença institucional para que empresas, entidades e lideranças sejam corretamente identificadas e mencionadas pela IA.

É uma virada de chave. Muitas organizações ainda não perceberam que a IA precisa encontrar lastro em fontes confiáveis para apresentar informações consistentes. E esse lastro não se constrói só com publicações próprias. Depende de reputação, coerência, autoridade e presença qualificada na imprensa.

Foi exatamente isso que expliquei ao cliente. O resultado refletia o trabalho feito para posicionar estrategicamente a entidade e

construir referências perenes.

A comunicação institucional organiza o discurso, dá credibilidade e sustenta a reputação. Precisam andar junto às redes sociais, orientadas pelo mesmo propósito. É o foco de atuação da Mérito Consultoria em Comunicação.

Já não basta ler o que uma empresa diz sobre si mesma. A pergunta decisiva é: o que as fontes confiáveis dizem sobre ela quando ninguém está controlando a resposta? Faça um teste agora: pergunte à IA: “O que você sabe sobre a empresa X?” — trocando o “X” pelo nome da sua empresa. Leia com atenção. É isso que está chegando aos seus clientes.

Já não basta ler o que uma empresa diz sobre si mesma. A pergunta decisiva é: o que as fontes confiáveis dizem sobre ela quando ninguém está controlando a resposta?



A conta da crise

Gabriela Mânica

Advogada e associada do Instituto de Estudos Empresariais (IEE)

Quando cresce o número de empresas que recorrem à Justiça para não quebrar, o recado é objetivo: a economia não vai bem. Ao final de junho, o Monitor RGF-BIZDOC contava 6.341 empresas em recuperação judicial, o maior patamar da série iniciada em 2023. A Serasa Experian, que conta os pedidos, já havia registrado, em 2025, o maior número de processos em dez anos, 977, envolvendo um recorde de 2.466 empresas. No Rio Grande do Sul, são 707 empresas em recuperação, o segundo maior número do país e quase o dobro da média nacional em proporção, segundo levantamento publicado por este jornal.

Os próprios pedidos apon-tam a causa. A Casas Bahia, por exemplo, atribui a crise a

um dos ciclos de aperto monetário mais intensos da história recente: com a Selic e os juros nas alturas, somados à inflação acumulada, a renda das famílias, sobretudo das classes populares, encolheu, a demanda caiu e a inadimplência subiu. O desfecho foram lojas fechadas e posições de trabalho eliminadas. A Americanas percorreu caminho semelhante. O Grupo Gennius, dono do Habib's, também fala em cenário macroeconômico extremamente adverso e em juros que encareceram o capital de giro.

E quem paga a conta? O empresário, claro, mas também o trabalhador que perde o emprego, a família que perde a renda, o consumidor que perde a loja do bairro, e o Estado, que perde um bom pagador de impostos.

Há ainda uma parte da crise que não aparece nas estatísticas. Uma reestruturação exige

advogados, contadores, consultores financeiros. Se isso é custoso para uma gigante, imagine para o pequeno negócio, que nem sequer tem fôlego para chegar à recuperação judicial. Ele fecha as portas antes, demite antes, deixa de contribuir antes.

Passada a eleição, seguem no centro das atenções, com razão, o emprego, a renda e a proteção social. Mas esses objetivos dependem de uma base: empresas que consigam funcionar. São elas que sustentam os empregos e a arrecadação que financia os programas sociais. Quando o custo do dinheiro as sufoca, o efeito chega à vida das pessoas e também às contas públicas. Cuidar da economia não se opõe a cuidar das pessoas: é a condição para que esse cuidado seja possível. Quem vai governar precisa enxergar as duas pontas.