ARTUR KOCH/JC

Legados e estreias na 72ª Feira do Livro

Ge

A 72ª Feira do Livro reúne desde editoras presentes na primeira edição do evento até marcas que estreiam em 2026. Entre as mais tradicionais está a Martins Livreiro, comandada por Márcia Martins.

Página Central

EDITORIAL

Porto Alegre viva, feita de diferentes gerações

Gosto de pensar que uma cidade se mantém viva pelas histórias que carrega, mas também por aquelas que ainda estão sendo escritas. Porto Alegre é assim. Uma cidade que se transforma, que enfrenta desafios, que preserva suas tradições e, ao mesmo tempo, abre espaço para novidades.

Nesse encontro entre passado, presente e futuro que o empreendedorismo vai ganhando força. Empreender também é uma forma de contar histórias. Algumas começam com uma ideia que parecia improvável. Outras nascem de um sonho de família e seguem adiante através de filhos e netos.

Nesta edição do GE, falamos de um evento que deixa a capital gaúcha ainda mais viva, a 72ª Feira do Livro de Porto Alegre. No centro da cidade, diferentes gerações de empreendedores dividem o mesmo cenário. De um lado, editoras que acompanham a feira desde sua primeira edição e que hoje têm uma segunda geração da família à frente dos negócios. De outro, novas editoras que chegam pela primeira vez, trazendo ideias, expectativas e o desejo de conquistar seu espaço.

São histórias que mostram como tradição e renovação não precisam seguir caminhos separados, inclusive esse foi um dos insights do último episódio do nosso podcast. Quem permanece encontra formas de se reinventar. Quem chega traz novos olhares e contribui.

A Feira do Livro é apenas um dos retratos dessa capacidade de Porto Alegre de reunir diferentes tempos em um mesmo lugar.

JÚLIA FERNANDES
@eujuliafernandes

PITCH STOP

Tradição e convivência entre gerações: confira o novo episódio do Pitch Stop

Negócios familiares vivem o momento da chegada da nova geração a posições importantes e, com isso, colocam-se na mesa os desafios de conviver entre gerações mantendo a essência do negócio. Esse é o tema do novo episódio do Pitch Stop, que recebe Su Biazoli, diretora de criatividade e comunicação da Biamar, malharia que opera desde 1986, e Fabrício Aita, da Churrascaria Santo Antonio.

Confira os principais insights do episódio:

1. Equilíbrio entre tradição e inovação: a inovação eficaz exige manter os princípios norteadores do negócio inegociáveis.

2. Gestão focada em pessoas e escuta ativa: a longevidade das marcas depende de valorizar as pessoas por trás dos negócios — os colaboradores e clientes, "CPFs além do CNPJ".

3. Superar a figura do "herdeiro": um dos desafios mais delicados para a nova liderança é conquistar a legitimidade perante colaboradores históricos, demonstrando dedicação, serviço e presença diária na operação.

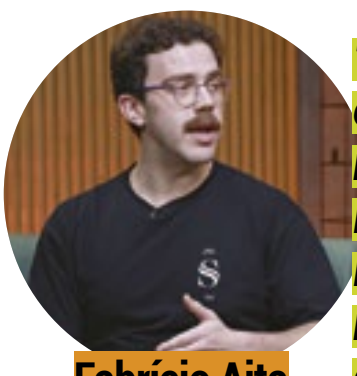
ARTUR KOCH/JC





"Às vezes eu digo: peço perdão e não permissão, porque se eu pedir permissão, eu não vou ter."

Su Biazoli



"Estamos numa casa de 90 anos, não precisa inventar a roda. É lapidar um pouco mais algo que já deu muito certo."

Fabrício Aita

Geração-e

Ateliê aposta em modelagem de roupas em 3D

Com uma proposta baseada no slow fashion, o Warp Ateliê, localizado na Cidade Baixa, aposta na modelagem 3D para se destacar no mercado da moda. Oferecendo peças como blusões, quimonos e coletes, o estabelecimento utiliza técnicas de estamparia e costura na confecção das peças.

Idealizado pelo designer de moda Nayson Dassi, o ateliê nasceu da vontade do artista de apostar na moda autoral, após 10 anos de experiência com grandes marcas.

Tanto as estampas originais, quanto a modelagem das roupas são feitas de forma digital, através do software CLO. Entre os principais benefícios desse processo criativo, o empreendedor destaca a possibilidade de ver as peças em avatares digitais. Aponte a câmera para o QR Code ao lado e confira.

MANUELA CASSANO/ESPECIAL/JC



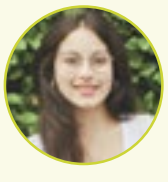
Ge



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

Sakae's recomeça com delivery após incêndio

JAMIL AIQUEL/ESPECIAL/JC



Masaki, Sakae e Virgínia Susuki estão à frente do tradicional restaurante japonês da Capital, Sakae's

Família planeja a retomada à casa original na Rua Castro Alves, no Rio Branco

NOVIDADE

JAMIL AIQUEL
jamil@jcrs.com.br

Quase dois meses após o incêndio que atingiu o **Sakae's**, reconhecido como o primeiro restaurante japonês de Porto Alegre, o empreendimento centrado na tradição familiar iniciou um novo capítulo. Após 50 anos de história na Rua Castro Alves, a família Suzuki retomou as atividades operando exclusivamente no modelo delivery.

As entregas estão sendo realizadas principalmente por aplicativos, mas também é possível fazer pedidos por telefone. Neste recomeço, os empreendedores garantem que a mesma essência que consolidou a marca na capital gaúcha segue presente no restaurante.

O negócio, fundado por Sakae Susuki, é atualmente comandado pelo filho da fundadora, Masaki Susuki; pela nora, Virgínia Susuki, além das netas.

"A princípio estamos oferecendo todos os pratos, menos aqueles que tinham preparo na mesa. Meu pai e minha irmã seguem como chefs, e a cozinha vai seguir operando da mesma maneira, seguindo a tradição da família", garante Sayuri Susuki, uma das netas da fundadora.

A operação via delivery, no entanto, é apenas o passo inicial. No próximo mês, a família planeja reabrir temporariamente o restaurante em um novo espaço físico, já alugado por eles e localizado no mesmo bairro da sede original. Esse movimento estratégico tem um objetivo maior: viabilizar o retorno definitivo à icônica casa original.

Reconstrução do negócio

"A ideia sempre foi recomeçar. O objetivo é juntar a verba necessária para começar a reforma lá do Sakae's, na estrutura dele. Lá o terreno é nosso, é da família", detalha.

O incêndio de grandes proporções atingiu o restaurante no dia 15 de setembro. Durante a ocorrência, foram necessários três caminhões de combate a incêndio. Segundo os bombeiros que estavam no local, o fogo se espalhou rapidamente devido às características construtivas do imóvel.

Sayuri estima que a reconstrução custará mais de R$ 1 milhão. O desafio financeiro é ainda maior porque o imóvel não tinha seguro contra incêndio. Ela relata que o fogo deixou um cenário devastador.

"Eu estava lá dentro no dia do incêndio. Não sobrou nada. Pouquíssima coisa a gente conseguiu salvar, então vai ser recomeçar do zero mesmo", desabafa a empreendedora.

Apoio da comunidade

Além da perda material, o incêndio destruiu relíquias inestimáveis, como porcelanas e fotos trazidas do Japão que comporiam um memorial para a avó. "Tem a questão de valor familiar, histórico, que não temos como recuperar", lamenta.

Apesar da dor, o sentimento que prevalece neste recomeço é o de gratidão. Ao ver o restaurante receber um apoio massivo, que incluiu uma vaquinha organizada pela comunidade e manifestações de carinho vindas do Consulado Geral do Japão em Porto Alegre e até do próprio Japão, Sayuri diz ter compreendido o verdadeiro impacto do legado de sua avó.

"Não sei se é porque estamos na família e não percebemos a dimensão da influência da minha avó. Nós não tínhamos noção da comoção das pessoas", conta, emocionada. "Não foi só a comunidade nipo-brasileira, mas sim uma comunidade geral do Brasil mesmo."

Apoiada por esse carinho, que abraça desde clientes da quarta geração até um novo público jovem que descobriu a culinária tradicional nos últimos anos, a família projeta um futuro esperançoso no terreno original. Quando as portas do histórico restaurante voltarem a abrir, Sayuri promete que a alma do Sakae's estará lá.

"Tem uma história, muitas pessoas passaram por lá. É emocionante, queremos trazer isso de volta. Vai ser um lugar com uma proposta diferente, um pouco mais moderna, mas seguindo a mesma forma tradicional de preparo".

O Sakae's está operando temporariamente pelos aplicativos iFood, 99Food ou por telefone. O horário de funcionamento é de segunda a sábado, das 11h às 14h30min e das 19h às 22h30min, e aos domingos das 11h às 14h30min.

MURAL

O Kampeki, restaurante de culinária japonesa, abriu mais 50 vagas de emprego para a nova operação em Porto Alegre. As oportunidades são para oito cargos, nos setores de cozinha, sushi bar, bar e atendimento no salão. Todas as vagas são na escala 5x2 e os funcionários passarão por treinamento, com acompanhamento durante o desenvolvimento. Há possibilidade de crescimento na carreira dentro das operações da marca. Interessados devem entrar em contato pelo e-mail rh@kampeki.com.br ou pelo WhatsApp (51) 99687-8295.

A Feevale está com inscrições abertas até o dia 14 de novembro para o curso de Inteligência Competitiva e Pesquisa de Mercado. O curso, ofertado na modalidade EAD, acontecerá entre os dias 16 de novembro e 16 de dezembro, na Plataforma Feevale Mais. A formação terá como objetivo conceituar a pesquisa mercadológica, sua coordenação, planejamento e execução. O curso, voltado a profissionais que necessitam apoiar suas decisões estratégicas em organizações, será ministrado por Ákila Monique Klauck, mestre em Administração com experiência em comportamento do consumidor. Mais informações em tinyurl.com/msaj454fa.

EVENTOS

No dia 17 de novembro o PULSE promove o Café com Negócio NuConect no Salão Nobre da Associação Comercial de Porto Alegre. O evento, que integra a programação da Semana Global do Empreendedorismo no Brasil, pretende reunir pessoas que desejam compartilhar experiências, apresentar seu trabalho e ampliar sua rede de relacionamentos. O encontro acontece das 14h às 17h, e contará com uma rodada de negócios que explorará possibilidades de parceria, indicação e colaboração. Endereços Visconde do Cairú, nº 17, no Centro Histórico. Mais informações em tinyurl.com/5w7h7mub.

A Fecomércio-RS promove no dia 13 de novembro uma nova edição do evento Fecomércio-RS Debate, com o tema Redução da Jornada — Impactos e Perspectivas da PEC/EC 141/2026. Com programação realizada na sede da Fecomércio-RS/Sesc/Senac e IFEP, o evento ocorre das 11h30min às 14h. Para contribuir com a discussão voltada aos impactos da redução da jornada de trabalho, estão confirmados no evento nomes como Maurício de Carvalho Goés, Doutor e Mestre em Direito e Especialista em Direito do Trabalho e Arthur Rogério Bork, Perito Contábil. Os ingressos estão disponíveis através do link: tinyurl.com/45wk5wu6.

Confira estas e outras oportunidades no QR Code ao lado

A Fiergs abriu 32 vagas de estágio para 15 municípios do Estado, entre elas Cachoeirinha, Canela, Canoas, Sapiranga, Guaíba, Santa Rosa e Porto Alegre. Com bolsas entre R$ 700 e R$ 2 mil, as oportunidades contemplam estudantes dos cursos administração, engenharias, tecnologia da informação, educação, saúde, meio ambiente, comunicação e design. Os interessados devem acessar o site: tinyurl.com/44r2t7ph.

Veteranos e estreantes aquecem as vendas na 72ª Feira do Livro

ARTUR KOCH/JC



Marcia Martins é proprietária da editora Martins Livreiro, presente desde a primeira edição da Feira do Livro de Porto Alegre, em 1955

Feira do Livro evidencia a pluralidade do setor livreiro gaúcho

NEGÓCIOS

MANUELA CASSANO E GUSTAVO MARCHANT
geracaoe@jornaldocomercio.com.br

A Feira do Livro de Porto Alegre é um período decisivo para as contas de livrarias e editoras que ocupam a Praça da Alfândega durante o evento. Entre os dias 30 de outubro e 15 de novembro, a 72ª edição tem público estimado de 1,5 milhão de pessoas, que poderão visitar as 79 bancas instaladas na estrutura. Segundo a organização da feira, só nos primeiros 10 dias foram vendidos mais de 155 mil livros, um aumento de 10,57% em comparação ao mesmo período do ano anterior.

Para os expositores, o momento é uma oportunidade de ampliar as vendas e tornar suas marcas mais conhecidas entre os leitores. Entre eles está a **Martins Livreiro**, editora cuja história na feira começou ainda na primeira edição e hoje é mantida pela segunda geração da família.

Em 1954, Manuel dos Santos Martins ouviu que apostar em livro gaúcho era loucura e que ele iria quebrar em três meses. Em 2026, sua filha Marcia Martins, de 66 anos, segue mantendo esse legado vivo.

Para garantir essa continuidade, a engrenagem do negócio hoje passa longe da dependência de um ponto fixo. A Martins Livreiro Editora encontrou na participação em feiras itinerantes a sua principal estratégia de caixa: a editora percorre um circuito de cerca de 15 feiras municipais por ano no interior do Estado. Nesses eventos, o faturamento é alavancado também pela circulação do vale-livro escolar, concedido a estudantes da rede pública.

"As feiras são a nossa principal fonte de sobrevivência financeira no momento. Se não tivessem as feiras, a gente não sobreviveria", afirma Marcia, que completa 52 anos de atuação contínua na Feira do Livro de Porto Alegre — onde começou aos 14 anos trabalhando ao lado do pai.

Na Capital, a projeção é encerrar a 72ª feira com um crescimento de 20% nas vendas em relação ao ano passado. O otimismo é sustentado pelo desempenho dos primeiros dias de evento, que registraram receita superior ao mesmo período de 2025 e garantiram gordura financeira para absorver a desaceleração nos dias de chuva.

Na banca de número 63, o movimento de vendas tem sido puxado por obras ilustradas e livros que já são referência. O título mais procurado tem sido Revolução Farroupilha 1835 a 1845, obra ilustrada que utiliza emojis e recursos gráficos para recontar a história do confronto para leitores jovens — foram mais de 100 exemplares comercializados apenas nos primeiros dias de feira.

Leitura acessível para garantir o hábito

O Dicionário de Regionalismo do Rio Grande do Sul, com mais de 6,8 mil verbetes e 16 páginas dedicadas à figura do gaúcho, mantém saída constante entre um público formado por leitores 40+ e jovens ligados ao tradicionalismo gaúcho. Além das obras de catálogo, a editora aposta em caixas promocionais com livros a R$ 5,00 como ferramenta para movimentar a bancada e democratizar o acesso à leitura.

Conforme Marcia, o valor simbólico cumpre uma função de incentivo diante da falta de hábito de leitura na sociedade. "Eu preciso disso. Tenho que largar o livro no mercado para que o pessoal possa ler. As pessoas têm que ler, nem que seja bula de remédio! Eu vendo obras por esse preço ao longo do dia para incentivar", defende a empreendedora.

Para a filha de Manuel, o conhecimento da história do Estado vai além do aspecto comercial da marca, servindo também como ferramenta de cidadania. "A história do Rio Grande do Sul te ensina a lutar não por um tênis ou um boné, mas pela carne, pela comida. A gente tem que ler para saber o porquê da luta", entende Marcia.

Para não confundir os legados

O trabalho de campo, contudo, é acompanhado por uma batalha de posicionamento e preservação em relação ao legado do pai. Marcia esclarece que a editora não está mais ligada ao antigo sebo da rua Riachuelo, vendido pela família há três décadas e recentemente repassado a novos donos que mantiveram a fachada original e fotos do fundador.

"A Martins antiga é aqui onde estou continuando o trabalho do meu pai. A livraria física não tem mais nenhum vínculo conosco. Prefiro fechar com o nome limpo e tranquilo."

Sobre o avanço dos livros digitais, Marcia se recusa a migrar o catálogo para e-books. "Se eu tiver que fazer só livro online, eu fecho a editora. Não faço, porque para mim não interessa fazer. Ainda gosto do cheiro do livro e acho que as pessoas têm que ter uma biblioteca em casa", explicita a empreendedora, que enxerga o impresso como ferramenta inabalável.

"Dizem que ninguém mais lê. O pessoal ainda lê. É que nem rádio e televisão, que disseram que iam acabar com o livro. Não acabou e não vai acabar", ressalta.

Memória é motor da operação

Toda essa filosofia de trabalho e a trajetória da família estão eternizadas nas páginas do livro autobiográfico escrito por seu Manuel, intitulado Memórias Novas e Usadas: Folclore do Livro. Na obra, exposta na banca, o fundador resgatou o início de sua vida profissional como entregador de jornais e office boy em livrarias do Centro Histórico de Porto Alegre, época em que aprendeu a avaliar volumes antigos e formulou a máxima de que "o jornal é primo do livro".

Após 72 anos, Marcia reafirma o compromisso com a memória do pai a cada edição do evento. Embora admita com bom humor o cansaço natural de quem soma cinco décadas de banca e adoraria tirar férias longas, o amor pela Feira do Livro e o orgulho de manter a história viva falam mais alto.

Livraria de cultura nerd prevê faturamento de R$ 60 mil em uma semana

Ofertando mangás, quadrinhos e títulos da literatura nerd, a livraria **Templo Nerd** marca sua primeira participação na Feira do Livro de Porto Alegre. A loja de Gravataí teve um aumento de vendas na faixa de 60% com a comercialização no evento.

O casal de empreendedores à frente da Templo Nerd, Bárbara Krüger e Bruno de Oliveira, conhecidos na comunidade da loja pelos pseudônimos de Atena e Hades, relata que a vontade de participar do evento existe há bastante tempo. "Nós contribuímos com a Feira do Livro há dois anos, visando poder participar. Foi um marco para a história do Templo", relata Bárbara sobre o processo de associação e investimento necessário para expor no evento.

Com um acervo formado por quadrinhos de editoras ocidentais, incluindo as independentes, mangás e livros da literatura nerd, a história da empresa teve início no entusiasmo dos empreendedores por essa cultura. "Começamos na Shopee, desapegando de alguns materiais nossos. Nós sempre fomos muito apaixonados e aficionados pela cultura nerd", lembra a empreendedora.

Após a inauguração do primeiro espaço físico, próximo à avenida Farrapos, a loja foi atingida pelas enchentes de 2024, que provocaram a perda de 90% do acervo. Segundo Bárbara, foi graças à força da comunidade local que foi possível reerguer o negócio em 2025, com uma nova loja em Gravataí. "Investimos o pouco que nós tínhamos para voltar ano passado", conta Bárbara.

Preparação inédita

Segundo a empreendedora, a participação na 72ª Feira do Livro de Porto Alegre representa uma organização totalmente inédita. Isso porque, diferentemente dos outros eventos dos quais participam, a feira tem duração de 17 dias.

"Tivemos que nos preparar, entender como era. A nossa loja física está aberta nesse período. Viabilizamos fazer as duas coisas funcionarem ao mesmo tempo", compartilha.

Como a loja normalmente funciona apenas com os dois empreendedores, foi necessário montar uma equipe de cerca de 15 pessoas para auxiliar nas vendas.

Investimentos e retornos notáveis

Segundo Bárbara, além da equipe e da contribuição prévia com outras edições do evento, os investimentos foram dedicados ao planejamento de estoque, negociação com fornecedores, assim como o estande da marca. "Este ano estamos com uma parceria do Sebrae. Para nós deu um grande alívio, eles estão custeando parte do estande, então fica um pouco mais tranquilo, porque esse valor é investido em material e pagamento da equipe", afirma Bárbara.

MANUELA CASSANO/ESPECIAL/JC



Bárbara Krüger Guimarães é a empreendedora à frente da Templo Nerd

Conforme a empreendedora, os resultados dos aportes são notáveis, com um aumento entre 60% e 70% nas vendas. "Prevemos uma entrada de em torno de R$ 60.000", conta Bárbara sobre o primeiro final de semana.

Títulos de destaque

Entre os títulos de mais saída dentro do evento, ela aponta para a literatura LGBTQIAP+, assim como as obras de J. R. R. Tolkien. Entre os fatores que marcam a presença da Templo Nerd na feira, Bárbara ressalta o compromisso com a diversidade de títulos. De acordo com ela, a ideia é englobar o interesse de todos os públicos, estratégia utilizada no cotidiano da operação e que chama a atenção de pessoas de diferentes localidades.

"Temos recebido alguns clientes que são de Gravataí, assim como clientes que são de outros lugares, como Tramandaí e Capão, que vieram só para ver o estande", relata.

A banca da Templo Nerd é a número 37 da Feira do Livro.

Após 12 anos, Livraria Baleia estreia na Feira do Livro de Porto Alegre

"Acho que é um degrau na história da Baleia", esse é o sentimento da empreendedora Nanni Rios ao fincar pela primeira vez a sua livraria na Praça da Alfândega. Há 12 anos por trás da **Livraria Baleia** (@livrariabaleia), ela conta que, para desfrutar do que vive atualmente na 72ª Feira do Livro de Porto Alegre, enfrentou burocracias e teve de investir um alto valor, que, até o momento, vem se pagando com o sucesso das vendas.

"Foi realmente um grande esforço que veio de um misto de estratégia com desejo. Precisei me preparar por anos para estar aqui. Chegou o momento em que pensei: 'já estou gastando tanto, vou investir para fazer uma aparição legal'. E está chamando atenção, as pessoas estão vendo que é uma banca diferenciada", comenta Nanni, que escolheu a cor rosa para decorar a banca de nº 57 e se diferenciar das demais.

Para colocar a estrutura em pé, a livreira estima ter desembolsado mais de R$ 50 mil. Metade desse valor foi dedicada exclusivamente ao projeto arquitetônico, iluminação, marcenaria e envelopamento da banca, somando-se a cerca de R$ 15 mil para custear a equipe ao longo do evento, além das taxas e etapas de associação junto à Câmara Rio-Grandense do Livro.

Os livros da Baleia contemplam temáticas sobretudo contemporâneas, abrangendo desde literaturas feministas, antirracistas e sobre direitos humanos até obras infantis.

"A gente procurou trazer bem a essência da livraria para cá. Digo que é uma livraria feita por quem lê. Nossas livreiras conhecem muito bem o acervo. Se a pessoa vem procurando um livro específico, a gente consulta. Mas, se quer uma boa leitura, uma recomendação, também estamos aqui para ajudar", reforça a empreendedora.

Feira vai gerar alívio no caixa

A livreira calcula que trouxe por volta de 1,5 mil livros para a feira, montante esse que tem sido reposto regularmente, visto que a maioria já foi parar na mão de diversos leitores. "Entusiasmante" foi a palavra empregada por Nanni para descrever o faturamento inicial na feira, um fôlego financeiro pensado para equilibrar o caixa da empresa.

ARTUR KOCH/JC



Nanni Rios é proprietária da Livraria Baleia

"Minha expectativa é faturar o suficiente pra passar janeiro e fevereiro bem para poder retomar lá em março com a volta às aulas sem precisar me enforcar muito", revela.

A decisão de fazer um aporte tão expressivo veio respaldada também pelo incentivo de outros livreiros do evento. "O que ouvi dos meus colegas de Câmara foi: 'Bah, Nanni, investe. Vai lá e entra porque vale a pena, te garante meio ano de faturamento'", diz.

Na feira, ela percebeu uma dinâmica de consumo diferente da observada na loja física que ocupa o nº 351 da rua dos Andradas. "Brinco que aqui a gente está entendendo que vende mais", nota a livreira, que, nos primeiros dias do evento, percebeu um movimento quatro vezes maior do que o de um dia ótimo na loja.

Entre os títulos com maior procura no estande figuram obras de Aline Bei, Silvina Ocampo e Djaimilia Pereira de Almeida. Mas o grande destaque de vendas tem sido Palestina Revelada, de Hanan Kattan — procura alavancada também por um bate-papo sobre o tema mediado por Nanni na programação do evento. No mais, a livraria decidiu inovar e, diariamente, traz escritores para serem livreiros por um dia. Já exerceram a função nomes como Paula Taitelbaum, Manuela d'Ávila, Marcelino Freire e Jeferson Tenório.

Dividindo-se entre a atenção ao estande, entrevistas e mediação de painéis, Nanni acompanha tudo de perto e vê o início de uma nova fase da Baleia. "Eu sinto até, entre os pares, entre os livreiros, vejo que as pessoas olham, me cumprimentam diferente. Eu acho que subiu um nível", percebe. Ainda sobre novidades, Nanni relembra o convite para ocupar um espaço no Multipalco Eva Sopher. A abertura de uma nova loja segue de pé, mas em standby por questões financeiras e arranjos de parceria. "O desejo de ambos os lados ainda existe, é um plano para 2027", esclarece.

Quem escuta quem todos escutam?

ARTIGO

Em maio de 2024, com o Rio Grande do Sul debaixo d'água, a gente acompanhava o nível dos rios como quem mede febre de filho. Quando a água baixou, vi na lama de uma calçada um pano de prato ainda perfeitamente dobrado. Era a intimidade de um lar exposta cruelmente, de uma família que tinha perdido muito mais do que objetos.

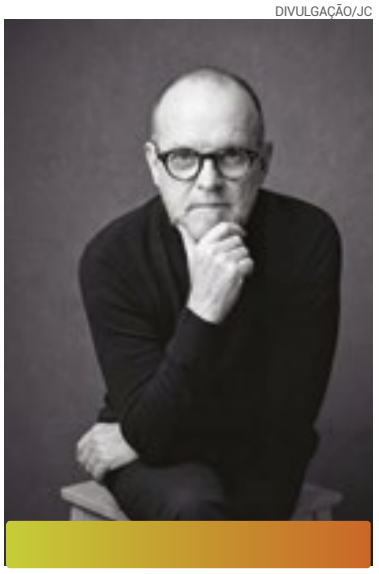
Desde então, todo gaúcho entende de outro jeito a palavra voltar. Talvez por isso o recente filme A Odisseia, do Christopher Nolan, tenha me pegado tanto. Ulisses passa vinte anos longe de casa. Enquanto isso, em Ítaca, o filho Telêmaco cresce sem pai, sem saber direito de quem é filho, nem quem ele mesmo é.

No filme há um detalhe que pouca gente guarda. Quando a deusa Atena decide ajudar o rapaz, ela escolhe aparecer com o rosto de um velho amigo da família, chamado Mentor. É daí que vem a palavra e o ofício da mentoria. O papel segue o mesmo há três mil anos: ajudar alguém a se ver com mais clareza do que consegue sozinho, e depois a agir a partir do que viu.

Nos últimos dez anos somei mais de dez mil horas de conversa individual com cerca de 2.500 pessoas: donos de empresa, executivos, empreendedores, fundadores de startups. Gente que todo mundo escuta. Funcionário, sócio, banco, cliente, família, todos esperam a palavra deles. E quase sempre, depois de uns quinze minutos de sessão, aparece a mesma figura: alguém sozinho dentro da própria casa, cercado de gente que tem algo a ganhar (ou perder) com cada decisão que ele toma.

Aprendi nessas horas que negócios são autobiografias. A gente faz o negócio, e o negócio faz a gente. Quem passa dez anos espremendo fornecedor vira alguém que espreme os outros. O narciso centralizador transforma a empresa em

DIVULGAÇÃO/JC



EDGAR ZUK
Escritor, mentor de lideranças e Fundador do Instituto Eu Negócio. Mestre em Administração, jornalista, é autor dos livros Eu-Negócio e Eu Mentor.

palco. Um belo dia, o sujeito se olha e percebe que virou algo que jamais escolheria ser. Essa perplexidade costuma ser o começo das melhores mudanças, desde que alguém esteja ali para acompanhar. O seu trabalho não é só o que você faz. É o que você se torna ao fazê-lo.

Um conselheiro responde à pergunta "o que tu farias no meu lugar?" e a resposta vem carregada dos desejos de quem aconselha. O conselheiro olha para a decisão. O mentor faz diferente. Ele olha para quem está decidindo e para o caminho que trouxe essa pessoa até ali. Ele não tem nada a ganhar ou a perder com a escolha. A mentoria devolve a pergunta de um jeito que a resposta acaba sendo tua: "ok, o que você vai fazer com isso agora?"

Meu pai, Valentim, filho de agricultor, estudou até o terceiro primário e construiu uma empresa com as próprias mãos. Aos 48 anos, faliu. O desgosto veio rápido, e o coração parou mais rápido ainda. Enfarte fulminante. Levei anos pra entender que ele quebrou por solidão. Estava sozinho dentro da empresa, sem ninguém que o ajudasse a ver o que ele não conseguia ver.

O psicanalista Contardo Calligaris dizia que o melhor cliente é o que não volta. O mercado inteiro trabalha para o cliente voltar. Na mentoria, a lógica é inversa: o bom trabalho deixa a pessoa pensando melhor por conta própria e precisando cada vez menos de quem a acompanhou.

O Rio Grande ainda está reconstruindo. Aprendemos na marra que isso tem duas fases: primeiro se restaura o que se perdeu, depois se inaugura o novo. Por muito tempo achei que fazia este trabalho para ser, aos outros, o que faltou ao meu pai. Hoje vejo de outro jeito. A ausência dele me tirou de casa e me botou no mundo, como fez com Telêmaco.

Foi escrevendo o Eu-Mentor que entendi essa passagem. Mas a pergunta que me interessa deixar aqui é outra, e é tua: quando tu precisas pensar em voz alta, quem é que te escuta?

Delivery de sushi investe mais de R$ 1 milhão em lounge no Trend Orla

Em 190 m², a nova empreitada do Drago Sushi tem capacidade para 100 pessoas

NOVIDADE

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

Criado em 2023 como operação de delivery, o **Drago Sushi**, do empresário Lucas Drago, abriu a primeira unidade presencial, o Drago Lounge & Bar (@drago-lounge.poa). O espaço tem 190 m² e fica no Trend Orla, mall da Dallasanta em frente ao Praia de Belas Shopping e próximo ao Guaíba. O empreendedor revela que o investimento passou de R$ 1 milhão, o dobro do orçamento previsto no início. A estrutura, que tem capacidade para 100 pessoas, começou a operar no dia 26 de outubro.

Ex-militar, ele abriu o negócio com um sócio sushiman, que deixou a sociedade ainda em 2023. Desde então, toca a operação sozinho. A cozinha do delivery fica na avenida Érico Veríssimo, no Menino Deus, e seguirá como operação distinta. Já o salão, segundo ele, estava vazio há anos quando o mall fez o convite neste ano.

"Um cliente antigo foi quem sugeriu: 'por que vocês não abrem algo presencial na região do Menino Deus?'. Na sequência, veio a proposta do Trend e a gente topou o desafio na hora. O orçamento começou em R$ 500 mil e passou de R$ 1 milhão", declara.

Ambiente de lounge

O projeto arquitetônico tem formato de lounge, almejando um público mais maduro. Nas mesas, a casa trabalha com poltronas em vez de cadeiras e aposta em um ambiente arborizado, com plantas naturais e artificiais. "A ideia é o cliente ter uma imersão", diz Lucas.

A louça é de cerâmica artesanal e as bebidas como o saquê são importadas do Oriente. Segundo Lucas, o bar é uma experiência separada, e opera de forma independente do restaurante.

"Às vezes, o cliente não é muito do sushi e tem essa opção de ficar apenas no bar", comenta.

Na fachada, um aquário mostra a quem passa pelo centro comercial o trabalho dos sushimen no preparo de peixes como atum, carapau, linguado,

ARTUR KOCH/JC



Lucas Drago é o nome à frente do Drago Sushi

olhete e tilápia.

Hoje, a marca processa cerca de 400 kg de peixe por mês, somando quase cinco toneladas ao ano. O salmão é o principal insumo da casa, representando 80% desse volume.

Abertura em etapas

A passagem do delivery para o atendimento no salão foi o principal desafio. "Mudar do delivery para o presencial exige treinamento de equipe e atendimento totalmente diferentes", pondera.

A abertura aconteceu em etapas: primeiro foi a operação do almoço, considerado mais tranquilo para ajustar a operação, depois o jantar e o bar.

A transição para o modelo presencial carrega a bagagem de aprendizados acumulada no delivery, desde a adaptação das embalagens até o formato de entrega. "Todo projeto de gastronomia é baseado na opinião de quem consome. Estamos aqui para servir o cliente", afirma Lucas.

Os planos da marca incluem uma aproximação com a cadeia do pescado. A empresa esteve recentemente em Tijucas (SC) para visitar uma tradicional fornecedora do setor, e enviará colaboradores ao Chile para acompanhar a produção de salmão."Queremos aprofundar um pouco mais e trazer essa conexão para o cliente."

Hamburgueria do Litoral chega a Porto Alegre e aposta em vinhos e drinks

A chegada à Capital surgiu como uma solução para driblar a sazonalidade

NOVIDADE

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

ARTUR KOCH/JC



Rick Vieira e Livia Feldens Vieira comandam o Rick Burguer, que veio do Litoral para Porto Alegre

Hambúrguer com carne Angus feito na parrilla, drinks, carta de vinhos e mezanino com vista para a rua. É com essa proposta que o **Rick Burger na Brasa**, de Imbé, chegou para se estruturar em Porto Alegre. A decisão de trocar o CEP veio após o casal Lívia Feldens e Ricardo Vieira entender que quebrar a cabeça com a sazonalidade do Litoral não era uma opção.

"Na praia, a gente ficava em uma gangorra por causa do tempo. Se a previsão marcava final de semana bonito, a gente se preparava e comprava os insumos, mas na sexta-feira caía um toró e ficávamos com todo o estoque guardado. Ficava essa montanha-russa. Não compensava ficar o ano todo lá esperando três meses de movimento", resume Lívia. A guinada para a Capital também atendeu aos apelos da clientela da alta temporada. "Os veranistas pediam: 'quando é que vocês vão para Porto Alegre? Vocês estão no lugar errado, essa qualidade tem que estar lá'", diz a empreendedora. O imóvel que adquiriram foi apresentado, inclusive, por um cliente. A escolha pelo ponto no bairro Bela Vista se deu pela percepção dos empreendedores de que a região está se transformando em um polo gastronômico. "Gostamos do bairro e vimos a quantidade de gente caminhando, passeando com cachorros e vivendo o comércio local", destaca Lívia.

O estabelecimento foi dividido em quatro andares, a começar pelo térreo, que abriga o salão principal, com bar e a exposição dos vinhos e espumantes. O segundo andar dispõe de um mezanino com vista direta para a rua, mesma paisagem dos demais pavimentos. Já a produção fica concentrada no terceiro, onde funciona a cozinha de apoio e a parrilla para assar as carnes na hora. O quarto andar é reservado exclusivamente para a administração e o estoque.

A empreitada começou de forma despretensiosa. Em 2015, o casal organizava a "noite do hambúrguer" na cozinha de casa, em Porto Alegre, reunindo dezenas de amigos. Quando se mudaram para o Litoral, o evento foi junto, mas com os empreendedores montando lanches para a turma de jiu-jitsu de Ricardo após os treinos."Fazia o hambúrguer para o pessoal depois do treino e a turma começou a pilhar: 'tu estás perdendo dinheiro, tens que montar um negócio'. Ali, a gente viu que a brincadeira podia virar coisa séria", lembra.

O empurrão dos amigos fez a ideia sair do papel em 2019, quando o casal comprou um trailer e instalou no pátio de casa, em Imbé. A intenção inicial era trabalhar só no takeaway, mas o público quis sentar ali mesmo no gramado. O jeito foi improvisar mesas, banheiro, puxar uma cozinha nos fundos e, mais tarde, erguer uma peça no terreno, onde tocaram a casa por quatro anos antes de mudar de vez para a Capital. Segundo o proprietário, o carro-chefe do cardápio continua sendo a carne Angus certificada. "A gente molda os hambúrgueres na hora e faz tudo na parrilla, o que dá aquele diferencial e o gostinho de churrasco", destaca.

O campeão de vendas é o Burger do Rick, que leva pão leve, dois queijos, alface americana, tomate, cebola caramelizada e o bacon da casa.

A vinda para Porto Alegre também trouxe novidades. De acordo com o casal, a ideia foi se habituar ao consumo do bairro. Para isso, agregaram ao menu uma carta de vinhos com rótulos tintos, brancos e importados, além de drinks autorais — opções que não existiam na praia, onde vendiam apenas chope. Nas sobremesas, a casa conta com produtos da Torta de Sorvete, mas também oferece tortinhas próprias.

Negócio investe R$ 1,6 milhão em nova sede com bar e restaurante

NOVIDADE

A família Mignoni, fundadora do **Armazém dos Importados**, investiu R$ 1,6 milhão na unificação de suas operações em um complexo de 840 m² na rua Anita Garibaldi, no bairro Mont'Serrat. O empreendimento, que surgiu em 1998 criado pelo casal Romeu e Fátima, agora tem um complexo que reúne empório, com cestas para presentear e produtos de delicatessen, a matriz administrativa, uma vasta adega com milhares de rótulos de vinho e o recém-inaugurado Rompeto Cozinha e Vinho, restaurante e wine bar voltado à enogastronomia.

O nome da casa resgata a marca do vinho artesanal feito na década de 1990 pelos amigos Romeu, Pedro e Ulisses — resgatando as primeiras sílabas, formam Rompeto —, que retornará ao mercado em novembro com rótulos em tinto e branco.

A consolidação no novo endereço substitui o antigo endereço na avenida Lucas de Oliveira e marca uma reestruturação estratégica nos negócios iniciados nos anos 1990. Atualmente, Henrique e o irmão Rômulo tocam o negócio ao lado dos pais. A família mantém outras unidades no Moinhos de Vento e em Xangri-Lá, com maior presença no B2B, distribuindo vinhos para restaurantes e lojistas em todo o Estado.

Conforme Henrique, a origem do rótulo remete aos fins de semana do fim dos anos 1990, quando a produção ocorria de forma artesanal e sem fins comerciais na Zona Sul de Porto Alegre.

"Tinha 10 anos e me recordo deles fazendo vinho na casa dos meus pais. Era um evento para a criançada, com o cheiro das uvas e todo o processo de esmagá-las. Eles faziam por hobby, nunca venderam os vinhos, que eram todos consumidos — ainda restam pouquíssimas garrafas", lembra.

CONS CONSICA VOCTORS ULINUM



Rômulo, Fátima, Romeu e Henrique Mignoni estão à frente do negócio

A decisão de integrar o restaurante à loja veio da busca por uma experiência completa ao cliente em torno do vinho e da hospitalidade.

"Já tínhamos uma estrutura reduzida de wine bar, e acreditamos que a gastronomia tem tudo a ver com os vinhos. Por isso, investimos no restaurante para oferecer uma experiência completa ao cliente", explica o empresário.

O projeto arquitetônico foi desenvolvido pelo escritório Butiá Arquitetura, sob assinatura de Franco Benetti, guiado pelo conceito de "tradição reinterpretada" e executado pela Lieberk Engenharia. O térreo tem estrutura para receber 56 pessoas. Além dele, há uma sala no segundo andar para até 32 lugares, utilizada para eventos privados.

O ambiente, de acordo com o sócio, procura trazer conforto, por isso usa tapetes, luz baixa e até mesmo uma fatiadora manual de frios da marca italiana Berkel em evidência no meio ao salão — a peça pertence ao acervo particular de Henrique, que a restaurou, e permite aos clientes ver os embutidos sendo fatiados na hora.

A gastronomia é comandada pela chef Isabella Dalcin, com menu de inspiração europeia. "A gente comunica como Velho Mundo, porque acredita que tem oportunidades de harmonizações muito boas com a nossa adega", pontua Henrique.

Leia a matéria completa em geracaoe.com.

Há 36 anos, frango com queijo no palito é tradição na Zona Sul de Porto Alegre

Criado em 1990 por Tio Luizão e a esposa Sandra Fagundes, o Frango com Queijo no Palito hoje é comandado pelos filhos do casal

NEGÓCIO RAIZ

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

Era 20 de setembro de 1990 quando Luiz Vanderlei Fagundes, popularmente conhecido como Tio Luizão, decidiu criar um lanche especialmente para o Acampamento Farroupilha. Ao lado da esposa, Sandra Mara Fagundes, montou uma barraca que, 36 anos depois, viraria quase que um ponto turístico no bairro Ipanema: o **Frango com Queijo no Palito (@frangocomqueijo)**.

O casal fundador faleceu há alguns anos, mas o legado segue vivo graças ao empenho da filha, Tais Fagundes, que divide a missão com o irmão, João Paulo Fagundes, e com o marido, Rafael Pires.

"Eu sempre digo que, para o meu pai e para a minha mãe, o frango com queijo foi o sonho de uma vida inteira. Meu pai morreu em 2020 trabalhando, esteve com a gente de domingo a terça, dormiu na quarta e na quinta não acordou. Minha mãe, este ano, trabalhou até o último dia. Foi para casa na quarta e no outro dia não acordou. Eles viveram para o frango com queijo", revela Tais, que acompanhou os pais nessa jornada desde os 10 anos de idade.

Um negócio sobre rodas

Seus pais popularizaram o produto sobre rodas: primeiro, com uma Kombi munida apenas de uma mesa com botijão embaixo; depois veio o trailer, melhor equipado, que Tais prepara os lanches até os dias de hoje.

"Ele ficava sentado, de chinelinho de dedo. Nem trabalhar assim hoje em dia pode. Vendia na praça, das 14h à meia-noite. Depois, engatava o trailer para o Chalaça, vendia até as 6h da manhã e vinha embora para casa. Dormia só até as 11h, comprava os insumos e voltava a fazer todo o processo de novo", lembra Tais, afirmando que não tinha chuva, sol, vento ou granizo que impedisse a família de oferecer o fatídico Frango com Queijo no Palito.

Por mais de 30 anos, o trailer fincou raízes na praça conhecida como Largo Cinco Mil Duzentos e Oito, no bairro Ipanema. A presença do empreendedor foi tão marcante que o local foi batizado oficialmente em 2024 como Largo Tio Luizão.

Mas não foi só na praça que Tio Luizão ofereceu o espetinho. A popularidade veio também em razão das jornadas itinerantes. O empreendedor era figurinha carimbada nos principais eventos culturais e comemorativos da Capital, como a Semana Farroupilha, o Fórum Social Mundial, a Feira Latino-Americana, o Carnaval no Porto Seco, entre outras celebrações. A rota de lazer e boemia também incluiu paradas emblemáticas em frente ao parquinho da Redenção e no antigo Timbuka, na Vila Assunção.

Após o falecimento do seu pai, João Paulo, Tais e Rafael assumiram a gestão ao lado de Sandra e decidiram retirar o trailer das ruas. Agora, ele fica fixo no terreno que possuem em frente à praça, na Orla de Ipanema.

Para alimentar os gaudérios

Originalmente, o produto era apenas uma bolinha de queijo em um palito de dente, que, apesar do tamanho, saciava a fome da gurizada que saía faminta das apresentações tradicionalistas.

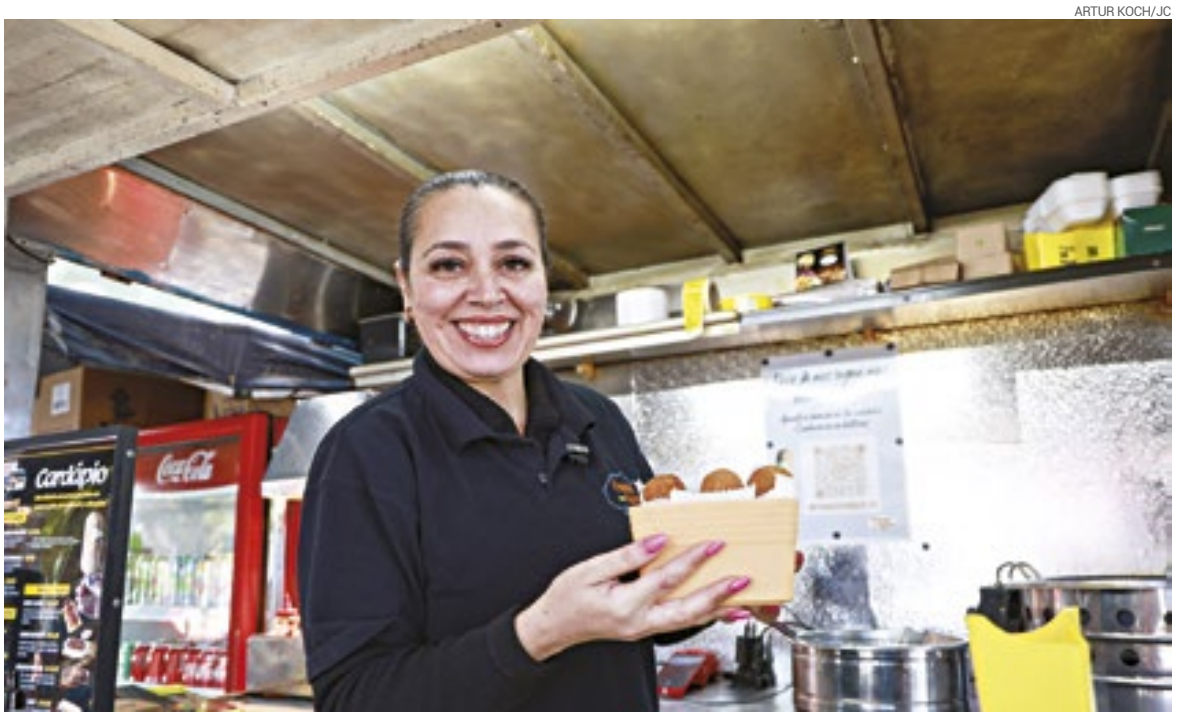
"Ele e a mãe faziam em casa, colocavam num pote e iam para os rodeios vender para a gurizada que dançava chula no CTG. A mãe deixava a cuba fritando para que eles pegassem na corrida. Era um lanche rápido, que depois foi tomando uma proporção maior", recorda Tais, contando que além de tradicionalista e contador de causos, Tio Luizão foi um cozinheiro de mão cheia.

Iguaria exclusiva da Zona Sul

O espetinho que, segundo a empreendedora, "não se encontra em lugar nenhum do mundo", está em processo de patente. Com o passar do tempo a iguaria cresceu, ganhando diversos sabores. As opções disponíveis partem de R$ 15,00.

Além da versão tradicional que remonta às madrugadas do Chalaça, o cardápio se diversificou para atender todos os públicos. Dentre as opções salgadas, destacam-se o Misto Supremo — com frango, bacon e queijo —, o Provolone Supremo, o 5 Queijos e versões sem carne, além de uma linha inédita de espetinhos doces gourmet com base de queijo empanado, como Romeu e Julieta, e Churrito com doce de leite e brigadeiro.

ARTUR KOCH/JC



Taís Fagundes, à frente do Frango com Queijo no Palito, segue o legado dos pais

O sucesso se reflete nos números. O casal conta que, mesmo no inverno, em um dia bom como um domingo ensolarado, mais de 300 pessoas passam por lá. No verão, com o povo na rua, a procura salta para até 2 mil espetinhos por final de semana.

A enchente de maio de 2024

Os empreendedores foram impactados pela enchente de maio de 2024. As águas invadiram o terreno, derrubaram os muros, tomaram a casa e chegaram a tombar o trailer.

Rafael diz que o estabelecimento permaneceu dois meses e meio de portas fechadas. Para piorar o cenário, durante os dez dias em que a região ficou sem energia elétrica, a família perdeu freezers inteiros e cerca de R$ 5 mil em mercadorias.

"Contando com a reconstrução, que ainda está em andamento, pode considerar mais de R$ 40 mil", relata Rafael.

Para conseguir reerguer o espaço, eles tiveram que usar as economias da empresa. "Tínhamos um caixa e uma reserva guardada para melhorias. Teve que ser usado para conseguirmos abrir de novo. Tu tens que ser muito resiliente", desabafa o proprietário.

Mirando o futuro, Tais e Rafael preparam novas estratégias para expandir o legado do Tio Luizão e da dona Sandra. Entre os projetos em andamento estão a distribuição da linha de congelados para redes de supermercados, a formatação de um modelo de franquias e a instalação de uma estrutura de cobertura retrátil no pátio para se desvencilhar das adversidades do clima e operar durante todo o ano, todos os dias.

Além dos negócios, a filha busca agora escrever um livro para registrar oficialmente no papel cada capítulo dessa trajetória. "Não sou escritora, nunca escrevi, mas vai ter história para contar: o Frango com Queijo passou por pandemia, passou enchentes. Foi muito resiliente", sonha Tais.

ARTUR KOCH/JC



Tais guarda com carinho os registros do passado

ARTUR KOCH/JC



O antigo trailer foi responsável por popularizar o produto