

Ge

geracao@.com
geração empreendedora

Cultura é o norte

Negócios de Porto Alegre têm como eixo aproximar a arte e a cultura do público, com iniciativas voltadas à música, às artes gráficas e à literatura. Martina Nickel e Rodrigo Marroni comandam a Casa Musgo, espaço no entorno da Redenção que une galeria de arte, atelier e loja com o objetivo de fomentar a cena artística porto-alegrense.

Página Central



PÁGINA INICIAL

www.geracaoe.com



Quer receber notícias sobre empreendedorismo no seu WhatsApp? Aponte o celular para o QR Code ao lado e saiba como!



Ao leitor

O diferencial pode estar nas raízes

Na hora de abrir o próprio negócio, busca-se sempre um diferencial. Entender de que forma o produto ou serviço oferecido pode se destacar no mercado, seja ele mais saturado ou ainda pouco explorado, faz parte da agenda do empreendedorismo. Nas histórias dos negócios que passam pelas páginas do **GeraçãoE**, percebemos que os empreendedores encontram o diferencial de seus negócios de diferentes formas.

Na página 8 desta edição, o repórter Jamil Aiquel conta a história da Merece, nova casa de carnes no bairro Rio Branco. A proposta do negócio é aproximar Porto Alegre de Bagé com a venda de cortes de carne típicos da fronteira do Estado. A empreendedora Amanda Maschendorf, sócia da Merece, diz que, dentro da operação, parece que se está no interior e que isso tem atraído a clientela nas primeiras semanas de funcionamento da casa de carnes.

Essa história destaca que as raízes são um ativo importante. É preciso olhar com generosidade para sua história, pois, ali, pode estar um diferencial, seja no produto - como os cortes específicos de uma região do RS -, seja no jeito de atender a clientela.

Isadora Jacoby
@isajacoby



NEWSLETTER: cadastre seu e-mail na nossa newsletter diária no site. Queremos que você fique por dentro de todas as nossas notícias em primeira mão.

#explorar

Dicas para quem quer começar a empreender

Mateus Barcelos de Menezes está à frente da marca Meu Sapato Preto, que completou cinco anos em 2024 e se prepara para abrir a primeira loja em São Paulo. Confira as dicas do empreendedor:

1. Ame o produto, mas descubra se o mercado também pode amar ele

Encontre um produto que você ame e tenha orgulho de dizer que é seu e busque entender se os clientes enxergam a mesma coisa que você sobre ele. Este produto é único e diferente do que já existe? Se não for, **encontre o seu diferencial em relação ao mercado**, pois, sem algum destes dois pontos, a batalha será mais difícil. Lembrete: preço mais baixo que o mercado também pode ser um diferencial.

3. Objetivo precisa estar no papel, na parede ou em qualquer lugar que você olhe todos os dias

Ter objetivos claros é o atalho para um negócio dar certo. Se colocar no papel, fica ainda mais fácil. Registre os objetivos, depois registre as ações necessárias para atingi-los, pense no que pode impedir de dar certo e contorne isso, depois **crie indicadores que mostrem se você está no caminho** e quando tudo começar a funcionar use os indicadores para entender se tudo está indo bem ou se precisa de ajustes. Havendo necessidade de ajustes, corrija a rota o mais rápido possível.

6. Mesmo pequeno, seja grande

Todo negócio começa do pequeno e do zero, e nunca foi tão fácil parecer uma empresa grande mesmo sendo pequeno. **Capriche na imagem que sua empresa vai ter no mercado desde o começo**. As redes sociais permitiram que empresas de qualquer porte possam competir entre si, diante dessa oportunidade jogue o jogo nas mesmas condições dos grandes.

2. Tenha coragem

Normalmente, só temos coragem de mudar algo, fazer alguma transformação ou melhoria, quando passamos por um momento difícil. Não espere outra pandemia, outra enchente ou qualquer outro momento complexo para ter **coragem para fazer aquilo que você acredita**.

4. Se prepare para as derrotas. Não desista!

Os dias duros de empreender não aparecem no Instagram. **Vão ter (vários) dias que não se bate a meta** de vendas, que há problemas de equipe, que o fornecedor atrasa entrega, que você pensará algo incrível e aplicando não terá o resultado desejado. Não desista!

5. Seja generalista para contratar especialistas

Aproveite o início para aprender de maneira generalista tudo sobre seu negócio. É muito mais fácil fazer isso quando o negócio é pequeno e esse aprendizado servirá como base para **contratar pessoas especialistas em cada área e monitorar a performance da equipe** quando a operação estiver maior. Não pense que você vai trabalhar menos sendo empresário, mas, com o tempo, tente construir uma rotina o qual consiga equilibrar o tempo entre as agendas de saúde, família, empresa e amigos.

7. Celebre cada conquista e coloque no papel os próximos objetivos

Celebre cada passo da jornada. São estes **momentos que nos ajudam a viver os dias duros sabendo que dias melhores virão**. Ao atingir cada objetivo, coloque no papel novas metas, pois é isso que fará sua empresa estar sempre evoluindo. O resultado de hoje é a base para a meta de amanhã!



TÂNIA MEINERZ/JC

geracaoe.com



Pizzaria viraliza nas redes com experiência típica italiana

A Villa Positano Pizzaria Spritz é uma pizzaria clássica italiana localizada na Zona Sul de Porto Alegre. O restaurante, inaugurado em abril deste ano, viralizou nas redes sociais nos últimos meses pelo ambiente com referências do sul da Itália. Aponte a câmera para o QR Code ao lado e confira.



NATHAN LEMOS/JC

Quem faz



ISADORA JACOBY
Editora-assistente
@isajacoby



JÚLIA FERNANDES
Repórter
@eujuliafernandes



JAMILAIQUEL
Estagiário
@jamil_aiquel



SARAH OLIVEIRA
Estagiária
@s.o.sarah

Editor-chefe: Guilherme Kolling

Diagramação: Gustavo Van Ondheusden e Ingrid Muller

geracaoe@jornaldocomercio.com.br

Ge
geraçãoe.com
geraçãoempreendedora

Publicação do
Jornal do Comércio
de Porto Alegre

NOVIDADE internacional, gastronomia

Café abre na Zona Sul inspirado na Coreia

A Mug Coffee aposta nos cafés gelados e sobremesas com produtos naturais

SARAH OLIVEIRA
@s.o.s.arah

Foram as paixões pelo café e pela cultura asiática que levaram Lucas Simoni, de 21 anos, a abrir a Mug Coffee (@mugcoffeepoa). A cafeteria conta com um cardápio de cafés quentes e gelados, que podem ser puros ou com leite. O novo espaço, localizado no bairro Glória, ainda conta com os doces feitos pelo próprio proprietário. As opções de bebidas e acompanhamentos têm foco nos ingredientes naturais e sabores típicos orientais.

O negócio, que abriu as portas há pouco mais de duas semanas, já estava nos planos de Lucas há cerca de três anos. O desejo de começar um empreendimento junto de seu pai, que trabalha na construção civil, principalmente para oferecer uma maior estabilidade financeira à família, uniu-se ao amor pelo café e pela confeitaria.

O empreendedor conta que sempre gostou de fazer doces – atividade presente na sua vida desde a infância –, mas que sua maior inspiração para a escolha do ramo foram os fins de semana que passava ao lado do namorado em uma cafeteria na Zona Sul de Porto Alegre. “Passava os dias vendo os cafés sendo preparados, conversava com os chefs, e acho que fui me interessando cada vez mais pelo assunto. Nasceu aí minha vontade de realmente abrir o negócio”, conta. A partir dessa experiência, Lucas criou seu próprio sabor, o latte de morango, que leva café espresso, leite vaporizado, purê de morango e um toque de baunilha. Hoje, a bebida é o carro-chefe da Mug e está no topo de vendas desde que a cafeteria começou a operar.

A Mug Coffee começou a operar no dia 12 de outubro.



Lucas Simoni está em frente ao Mug Coffee, novidade na Zona Sul

De acordo com Lucas, o evento trouxe um retorno que ultrapassou o financeiro. “Vieram menos pessoas do que o esperado, mas quem esteve aqui me ajudou a bater a minha meta. Consegui ocupar todas as mesas e alcançar o que precisava para o dia. Muitas pessoas vieram por mim, para prestigiar o café do Lucas. Ver pessoas que eu não encontrava há anos aqui e trazendo suas famílias foi muito emocionante”, conclui.

Do design às opções no cardápio, tudo conta um pouco dos gostos pessoais do proprietário. Ele explica que gosta muito de K-pop — abreviação de korean pop, que significa música popular coreana —, o que influenciou muito nas escolhas estéticas do ambiente. “Estou buscando um visual que remeta à cultura asiática, um lugar agradável. Quero focar mais no café gelado, porque gosto e é o que mais se vende na Coreia”, explica.

Além da proposta de um espaço aconchegante em seu visual, Lucas, que é um homem trans, fala sobre como a Mug Coffee está construindo um ambiente que se preocupa com um atendimento respeitoso e acolhedor para a comunidade LGBTQIAPN+. “Fazendo parte da comunidade, já fui recebido com maus olhares, por isso quero fazer um lugar confortável

e seguro para todos nós. Quero deixar claro aos meus clientes que sempre que for preciso, estaremos aqui, até mesmo para conversar ou ajudar”, afirma.

Para o futuro, Lucas pretende investir ainda mais na experiência de comunidade no Mug. Nos planos está a criação de eventos voltados para os amantes da cultura oriental. Enquanto no cardápio, a expectativa é dar ênfase nos produtos orgânicos e voltados para pessoas com restrições alimentares específicas. “Gosto muito de preparar bebidas e doces com ingredientes naturais. É triste para uma pessoa vegetariana ou vegana ir com os amigos no café e não ter opções para consumir. Pretendo também trabalhar com alimentos para pessoas diabéticas”, revela.

Com uma média de valores de R\$ 16,00 por bebida, a operação conta com espresso, carioca, americano e ristretto, além de lattes, mochas e cappuccinos, com uma variação de sabores como caramelo ou chocomenta. Na confeitaria, o café oferece cheesecake, torta de limão, cookie e bolo de pote, com valores que vão até R\$ 15,00. A Mug Coffee está localizada na rua Dom Bosco, nº 96, no bairro Glória, e opera de segunda a sexta, das 7h às 18h, com vendas apenas no local.



Para saber mais sobre o Mug Coffee, confira também o conteúdo em vídeo disponível nas redes sociais do GeraçãoE. Acompanhe o GE no Instagram (@jgeracaoe) e no TikTok (@geracaoe).

Eventos

» No dia 2 de dezembro, o CMEC - Conselho da Mulher Empreendedora e da Cultura promoverá a quinta edição do **Liberdade para Empreender**, no Clube Monte Líbano, em São Paulo. Além das palestras, as empreendedoras também poderão participar de oficinas complementares direcionadas para capacitação, ministradas por representantes do Sebrae, Apex e ABF, que abordarão assuntos como visibilidade digital, franchising e exportação, além de apresentações de profissionais que falarão sobre saúde mental, autoes-

tima e comunicação, entre outros temas. Saiba mais em cmecmulher.com.br.

» O Sindilojas Porto Alegre promoverá, no dia 11 de novembro, a tradicional palestra especial, que, neste ano, tem como tema **Venda Mais: estratégias infalíveis para aumentar seus resultados**. O evento ocorrerá às 19h, no Teatro do CIEE Barrisul, em Porto Alegre. O encontro é gratuito para associados do Sindilojas POA, que podem retirar até quatro ingressos por CNPJ. Para o público em geral, o custo é de R\$ 200,00.

Vagas

» A **JBS**, uma das maiores empresas de alimentos do mundo, está com 62 vagas para trainees abertas pelo programa Jovens de Valor, sendo que 13 delas são para unidades da Seara no Rio Grande do Sul. As oportunidades são para as plantas localizadas nos municípios de Caxias do Sul, Montenegro, Passo Fundo, Seberí, Três Passos e Trindade do Sul. As inscrições para participar do programa vão até o dia 31 de outubro. Trata-se de uma oportunidade para jovens profissionais que desejam se destacar como líderes no setor produtivo. Saiba mais e inscreva-se pelo site bit.ly/4h1kRcZ.

» A divisão **Indovinya** do gru-

po Indorama Ventures – líder em tensoativos e especialidades químicas –, está com as inscrições abertas para os seus Programas de Estágio e Trainee 2025. Os candidatos interessados em atuar nas cidades de São Paulo (SP), Mauá (SP), Tremembé (SP) e Triunfo (RS) podem se inscrever em ambos os programas até o dia 1 de novembro. Estão aptos a participarem da seleção estudantes de Administração, Biologia, Ciências Contábeis, Direito, Economia, Engenharias, Farmácia e Química, desde que a graduação seja até dezembro de 2027. Inscrições e mais informações pelo site bit.ly/4fpjGav.



No dia 7 de novembro, o Tecnopuc promoverá um evento sobre **economia prateada**. O encontro **Futuro Prateado: Oportunidades e Desafios**, será comandado por **Guilherme Menezes, fundador da Integrar Gerações, da Koala Hub, especialista em inclusão digital do público 60+ e mentor de negócios direcionados à economia prateada**. O evento acontece das 14h30min às 17h, no BioHub, no Tecnopuc, e contará com momento de bate-papo e pitches de startups. Inscrições em bit.ly/4hzRy6K.

NEGÓCIOS

nicho, mercado

Empreendedores apostam no fomento da arte e da cultura em Porto Alegre

Negócios da Capital têm o objetivo de aproximar a cultura do público através de iniciativas que passam pela música, artes gráficas e literatura

JAMIL AIQUEL
@jamil_aiquel

Em um mundo cada vez mais acelerado e focado na produtividade, a arte pode ser um refúgio de autocuidado. É por meio dela que a humanidade expressa suas necessidades, crenças e desejos. Foi pensando nisso que empreendedores de Porto Alegre resolveram apostar no fomento de manifestações artísticas como norte de seus negócios.

O Outradora, iniciativa criada pelos jovens empreendedores Bernardo Liz, Leonardo Marques, Marco Leal, Nicolas Mendes e Pietro Braga, é um desses projetos e tem como objetivo de diversificar a cena artística da capital gaúcha. O empreendimento se trata de um ecossistema cultural que busca dar voz a artistas locais e divulgar produções culturais mais independentes e alternativas.

O Outradora surgiu no fim de 2016 de maneira despreziosa. Inicialmente, era exclusivamente um portal online criado pelos amigos para debater seus álbuns, filmes e séries favoritas. Algo enfatizado pelos empreendedores é que, desde o início do projeto, o foco do Outradora sempre foram as mídias alternativas. Assim, eles buscavam debater obras menos populares e mais focadas



Marco Leal, Bernardo Liz, Leonardo Marques, Pietro Braga e Nicolas Mendes são os rostos por trás do Outradora, que opera em Porto Alegre

em um público específico.

Até 2022, o Outradora seguiu apenas como um portal focado em debater arte. Foi neste ano que Nicolas, formado em produção fonográfica, decidiu que queria ajudar músicos locais a gravarem seus discos. Ele já escrevia sobre música no portal e, em conjunto com os outros sócios, decidiu criar um novo segmento no negócio: o Outradora Rec, selo fonográfico independente focado em pequenos artistas porto-alegrenses. “Em 2022, decidimos fazer a guinada para a produção cultural. Começou com uma ideia de gravar nossos amigos e artistas que gostávamos. Tínhamos parceria com alguns estúdios de Porto Alegre e, assim, podíamos gravar”, explica Nicolas.

Atualmente, o selo fonográfico conta com cinco artistas, cuidando da agenda de shows,

gravação, produção e divulgação das músicas.

Outra parte relevante do empreendimento é a Outradora Store, uma loja de vinil focada no público mais jovem. O segmento foi idealizado por Bernardo que, ao perceber que faltavam alternativas de lojas físicas que não fossem focadas nos clássicos, decidiu criar um novo braço no negócio. “Tem muita loja de discos antigos por aqui, ou lojas focadas em artistas específicos que vendem seus discos, como loja de merchandising da Beyoncé, do Harry Styles e por aí vai. Não tinha disco de música eletrônica, de rap. Vi um nicho, um lugar para que pessoas que gostam de música em geral pudessem comprar seus discos”, explica Bernardo. Para tirar o projeto do papel, ele teve ajuda de sua sócia, Vitória Potrich. Segundo

os empreendedores, o diferencial da Outradora Store, além de uma curadoria focada em títulos mais alternativos, é o fato de que eles trabalham em um sistema de pronta-entrega. Ou seja, todos os produtos oferecidos estão presentes na loja, que fica no segundo andar da Fábrica do Futuro e funciona com horário marcado através do Instagram (@outradorastore).

Um dos principais parceiros do Outradora era bar Agulha, fechado durante a enchente. O dono do local convidou os jovens empreendedores para operarem um ponto fixo no bar. Com a parceria estabelecida, um pequeno festival, apenas com os artistas da Outradora Rec, foi organizado no local. “Além de divulgar a nossa marca, o Agulha elevou o nível do que estávamos fazendo. Conseguimos nos conectar com

a cidade”, pondera Bernardo. O Outradora segue cuidando da agenda cultural de outros lugares, como Alameda Bom Fim e a Fábrica do Futuro. Com uma curadoria focada em artistas que, por vezes, passam batido no mainstream, os empreendedores passaram a organizar shows de artistas independentes. Inicialmente, o foco estava em artistas locais e brasileiros, mas, em novembro deste ano, prepararam-se para receber sua primeira atração internacional no Bar Opinião. “Queremos, cada vez mais, fazer coisas maiores e melhores. Nossa força está na capacidade de entender as tendências e nos comunicarmos com o público mais jovem e descolado, mas também ter um comportamento e seriedade profissional que nos permite chegar a qualquer público”, afirma Bernardo.



Conhece outras iniciativas voltadas à cultura em Porto Alegre? Compartilhe com o GeraçãoE através do Instagram: (@jcgeracaoe).

JAMIL AIQUEL/ESPECIAL/JC

Banca de jornal com livros e artes gráficas abre no Bom Fim

A Bancaberta é um espaço pensado para fomentar a cultura em Porto Alegre e divulgar o trabalho de pequenas editoras e artistas independentes. Localizada na praça Berta Starosta, no bairro Bom Fim, a banca almeja ser um polo cultural da região, servindo como ponto de encontro entre artistas e entusiastas. Além disso, os empreendedores planejam aproveitar o espaço da praça para promover shows, lançamentos de livros e eventos culturais em geral.

O projeto foi idealizado pelos empreendedores Tito de Fraga e Samla Borges. Tito é advogado e se define como um amante das artes gráficas, e Samla trabalha em uma pequena editora da capital gaúcha. A dupla, pensando em criar um espaço de fomento à cultura focada na venda e distribuição de artes gráficas feitas por pequenas editoras e coletivos de artistas, fundou a Bancaberta. "Surgiu de uma paixão. Sou formado em direito, mas caí em

um curso tradicional, porque me disseram que dava dinheiro. Amo advogar, mas a minha cabeça sempre esteve na arte. Com a banca, vi a oportunidade de fazer algo que eu amo com boa vontade e pouco dinheiro", conta Tito.

O local busca ressignificar as tradicionais bancas de revista, modelo de negócio que, segundo Tito, está defasado. Portanto, foi montada na praça uma estrutura similar às antigas bancas, porém de madeira. A criação do negócio teve como inspiração iniciativas similares em São Paulo. "Banca de jornal é um espaço público que está morrendo. Em São Paulo, está tendo um processo de revitalização das bancas. Lá, existe uma editora que comprou uma banca e fez uma revitalização, colocando à venda livros de circulação pequena. Isso me inspirou muito", lembra Tito.

Na Bancaberta, o foco está nas artes gráficas. Assim, são oferecidos produtos como livros, gravuras, zines e revistas que



Tito de Fraga é o rosto por trás da Bancaberta, espaço que pretende levar arte e cultura para a praça

passam por uma curadoria feita pelos próprios empreendedores. **O objetivo é ser um espaço fixo para que artistas possam expor suas artes.** "Porto Alegre é a capital da arte gráfica. Tem muita feira gráfica por aqui, e tem muito artista incrível que só vende em feira. Então, queria oferecer um espaço físico para que eles pudessem vender", explica Tito. A maioria dos itens expostos na banca é de artistas locais, além de pequenas editoras e coletivos

de artistas. Quando um produto é vendido, o valor é dividido em 65% para o artista e 35% para a banca. Além do fomento à arte, Tito carrega consigo outro ideal: a ocupação de espaços públicos. Segundo os empreendedores, a praça Berta Starosta foi abandonada pela prefeitura. Assim, futuramente, Tito e Samla buscam estimular novos usos da praça, fazendo shows, lançamentos de livros, feiras, clubes de livros e muito mais. "O slogan

que usamos é: ocupe uma praça. Estamos em uma praça pública e temos interesse em ocupar esse espaço, trazer arte, trazer cultura, literatura. Isso embasou muito o nosso projeto", conta Tito, que se mostra otimista com o futuro do projeto. "Brinco que não temos clientes, temos admiradores. Quem entra aqui vira um fã. O pessoal fica muito feliz com a proposta e eu fico muito reconfortado por essa recepção muito bonita", orgulha-se Tito.

Galeria no entorno da Redenção destaca a arte autoral e independente

TÂNIA MEINERZ/JC



Martina Nickel e Rodrigo Marroni comandam a Casa Musgo, espaço que fica na rua Vieira de Castro, nº 80

Criada em 2012 como um ateliê pelos empreendedores Martina Nickel e Rodrigo Marroni, a Casa Musgo busca ser um espaço democrático para o fomento da arte autoral e independente em Porto Alegre. O negócio conta com dois ateliês, um espaço para exposições artísticas e uma loja que disponibiliza produtos de artistas parceiros.

Rodrigo e Martina são artistas que nunca mediram esforços para fomentar a cena artística local. Ele fez sua formação na Europa e ela é graduada em artes visuais pela Ufrgs. Em 2012, Rodrigo teve a oportunidade de assumir um antigo casarão situado na rua Vieira de Castro, próximo à Redenção, e lá criou um ateliê. Com o tempo, a dupla passou a sentir necessidade de um espaço para apresentar as obras produzidas e, em 2016,

criaram uma galeria dentro da Casa Musgo. O objetivo, segundo os empreendedores, sempre foi **fomentar a produção artística na cidade e proporcionar um espaço de compartilhamento de produções.** O espaço da galeria segue ativo. Novas exposições são organizadas regularmente e os projetos são selecionados através de uma curadoria feita por Martina e Rodrigo. "Recebemos desde o artista que é acadêmico, que tem uma linha de pensamento mais voltada para as universidades, até projetos mais focados no street art", explica Rodrigo.

Além da galeria, o espaço também conta com uma loja onde são comercializadas obras dos empreendedores, assim como as de artistas parceiros.

Siga lendo em geracaoe.com

ARTIGO

Hey! Artigos podem ser enviados para geracaoe@jornaldocomercio.com.br.
Os textos para este espaço devem ter no máximo 2200 caracteres e estarão sujeitos à edição.

Inteligência Artificial está revolucionando as instituições financeiras

A Inteligência Artificial (IA) tem ganhado cada vez mais espaço no setor financeiro, além de ter se tornado uma ferramenta primordial nas operações das empresas. Ao longo dos últimos anos, a solução tecnológica evoluiu exponencialmente, permitindo que as instituições financeiras aprimorassem a automação de processos, aumentassem a segurança nas transações e melhorassem a experiência dos clientes. Desde o uso inicial em sistemas de detecção de fraudes até soluções avançadas de análise de dados, a IA está redefinindo a maneira como o mercado financeiro opera, trazendo agilidade e inovação para o setor.

De acordo com dados da IBM Institute for Business Value

(IBV), 86% das instituições financeiras de todo o mundo estão desenvolvendo ou se preparando para utilizar IA Generativa.

Além disso, um estudo revelou que, em bancos da América Latina, cerca de 31% dos colaboradores utilizam IA para focar no engajamento com os clientes, enquanto 25% aplicam a tecnologia em operações de risco e segurança. Outros 25% a empregam em áreas como marketing, recursos humanos e operações de compras, e 19% utilizam IA para o desenvolvimento da área de TI.

Os benefícios não se restringem apenas à otimização de processos. A IA também está proporcionando uma nova era de personalização no atendimento, permitindo que bancos

e outras instituições financeiras ofereçam soluções sob medida para cada cliente. Isso inclui desde recomendações personalizadas de investimentos até a criação de produtos financeiros adaptados ao perfil e histórico de cada consumidor.

Tecnologias como chatbots avançados e assistentes virtuais já estão transformando o atendimento ao cliente, tornando-o mais rápido e acessível, ao mesmo tempo em que permitem que colaboradores se concentrem em atividades mais complexas e estratégicas. Para se ter uma ideia do crescimento, de acordo com a Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária 2024, realizada pela Deloitte, cerca de 71% dos bancos utilizam chatbot e 54% IA Generativa.



MARCELO MODESTO
CEO e fundador da Avivatec

Apesar dos avanços, o uso da IA nas instituições financeiras também levanta questões sobre segurança e privacidade. Com o aumento da digitalização, o volume de dados pessoais e financeiros circulando em plataformas digitais é cada vez maior, o que

exige uma atenção redobrada às políticas de proteção de dados.

Regulamentações como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil e o GDPR na Europa são fundamentais para garantir que as informações dos clientes estejam protegidas e que as instituições operem dentro de limites éticos. Nesse sentido, um dos maiores desafios para o setor será conciliar inovação com conformidade legal.

Outro fator é a regulação do uso de inteligência artificial. À medida que a tecnologia avança, é necessário que os órgãos reguladores acompanhem essa evolução e estabeleçam diretrizes claras para o seu uso. A falta de uma estrutura regulatória adequada pode limitar o potencial da IA e criar riscos para o sistema financeiro. Com isso, um debate constante sobre ética, segurança e impactos no emprego é fundamental para garantir que os avanços tecnológicos sejam usados de maneira responsável.

BOM SABER

dicas, sugestões, informações



O CEO da Profissionais SA observa que muitos palestrantes, apesar de terem grande conhecimento e capacidade transformadora, não possuem a visibilidade necessária.

Porto Alegre é sede de primeiro reality show de palestrantes

JÚLIA FERNANDES
@eujuliafernandes

O The Best Speak Brasil é o primeiro reality show de palestrantes do Brasil, que busca encontrar novos talentos neste mercado. Promovido pela empresa gaúcha Profissionais SA (PSA) (@profissionaisa) – que está há 12 anos atuando na curadoria e contratação de palestras – o vencedor do programa irá receber R\$ 1 milhão em prêmios, incluindo dinheiro, contratos, cursos e consultorias. Ao fim da seleção, 12 palestrantes irão participar do reality show, que ocorrerá em Porto Alegre e proporcionará uma imersão aos participantes, resultando na escolha de um único vencedor.

“O palestrante vencedor

do The Best Speak Brasil será lançado ao mercado de forma meteórica através da PSA”, afirma Márcio Spagnolo, CEO da empresa e idealizador da iniciativa. Segundo Spagnolo, a ideia é acelerar a carreira desse profissional, apresentando-o a 50 clientes em potencial, facilitando o acesso de grandes empresas ao vencedor.

De acordo com o CEO, para profissionais iniciantes, esse tipo de visibilidade demoraria de cinco a 10 anos para ser alcançada. “O reality nasceu para tirar da sombra pessoas que possuem conteúdo extremamente relevante, mas que, por diversos motivos como perfil pessoal ou falta de habilidades de marketing, não conseguem se promover adequadamente”, explica Márcio.

A seleção inicial será dividida em seis etapas. Na seleção final, haverá 12 categorias: Creator Economy, Negócios e Empreendedorismo, Vendas, Educação, Comunicação e Marketing, Inteligência Artificial e Novas Tecnologias, Motivação, Gestão de Pessoas e Liderança, Saúde Física e Mental, Diversidade e Inclusão, Autoconhecimento e Inovação.

De cada categoria, serão escolhidos 25 palestrantes, somando um total de 300 participantes. Após isso, será realizada uma votação popular, que reduzirá o número de candidatos para 100. No fim, 24 candidatos – dois de cada categoria – participarão da seleção presencial em Porto Alegre.

“Essas pessoas passarão por uma análise criteriosa sobre

perspectiva, inovação, persuasão, adaptabilidade, entre outros critérios, até chegarmos aos 12 finalistas que participarão do reality”, garante.

Márcio observa que muitos palestrantes, apesar de terem grande conhecimento e capacidade transformadora, não possuem a visibilidade necessária para serem identificados pelo mercado corporativo.

“Muitas vezes, esses profissionais são low profile, e não estão na mídia tradicional ou nas redes sociais. Isso faz com que eles fiquem nas sombras, enquanto seu potencial de transformar colaboradores e empresas como um todo não é aproveitado”, enfatiza o CEO, explicando que o reconhecimento de um palestrante pode ocorrer por diferentes caminhos.



Márcio Spagnolo, CEO da PSA

NOVIDADES mercado, Rio Branco



Para ficar por dentro de outras novidades do empreendedorismo gaúcho, assine a newsletter diária do GE. Inscreva-se em geracaoe.com

Casa de carnes busca trazer um pouco de Bagé para a Capital

A Merece oferece cortes clássicos com foco em fornecedores da Região Sul do RS

JAMIL AIQUEL
@jamil_aiquel

Foi com o objetivo de trazer um pouco de Bagé para Porto Alegre que os empreendedores Amanda Maschendorf e Carlos Thompson Flores criaram a casa de carnes Merece. O local, situado em um pequeno espaço na rua Miguel Tostes, no bairro Rio Branco, busca oferecer cortes clássicos para churrasco, como vazio, costela e molleja, com foco em fornecedores da Região Sul do Estado.

A dupla de empreendedores é nascida em Bagé e mora em Porto Alegre há cerca de quatro anos. Amanda é bióloga de formação e, na capital gaúcha, trabalhava como funcionária pública. Com o

tempo, já cansada do ambiente corporativo, passou a cogitar deixar de lado a estabilidade do serviço público para se aventurar no empreendedorismo.

“Morávamos aqui, mas íamos uma vez por mês para Bagé e voltávamos com caixas de carne, linguiças e outras coisas para churrasco. Com o tempo, amigos próximos e colegas de trabalho passaram a me pedir para trazer. Chegou um ponto que faltava espaço para trazer para mim, porque não tinha como trazer para todo mundo. Então, foi surgindo a ideia do negócio”, lembra Amanda.

Desde que se mudaram para Porto Alegre, Amanda e Carlos moravam em um apartamento próximo ao Bom Fim. Mesmo gostando da região, eles sentiam falta de morar em uma casa. Após uma longa procura, a dupla encontrou o ponto perfeito: uma casa que, além de mais espaçosa, permitia a possibilidade da abertura



Amanda Maschendorf e Carlos Thompson são os rostos por trás da Merece, novidade no bairro Rio Branco

de um negócio.

“Sempre quis morar em casa, mas não queria ficar longe do Bom Fim. Adoro o bairro e a maioria das casas eram na Zona Sul. Até que, um dia, estava caminhando por aqui e vimos esse ponto. Entramos no site e dizia que era residencial e comercial. Foi perfeito. Entramos em contato na hora”, conta Amanda.

Assim, começou a preparação para a criação da Merece. O empreendimento é situado na garagem da casa do casal, que passou por uma grande reformulação.

No dia 27 de setembro, a Merece foi aberta ao público e, segundo os empreendedores, a recepção foi positiva. “Tem sido muito bom. Teve dia que deu engarrafamento na frente da loja. Tem cliente que já é fiel e vem toda semana”, afirma Carlos.

Essa proximidade da casa de carnes com a casa do casal contribui com o ambiente familiar presente no empreendimento. “Brinco que, aqui dentro da loja, estamos em

Bagé. Os vizinhos vêm, a gente conversa, toma um mate. É um clima bem do interior”, garante Amanda.

Além disso, todos os produtos oferecidos na loja já eram conhecidos e consumidos por eles em sua própria casa. “Tudo que a gente vende aqui também comemos em casa. São produtos de qualidade que a gente conhece”, afirma Amanda.

Segundo os empreendedores, o principal diferencial da carne consumida em Bagé é a criação do gado. Amanda conta que o bioma Pampa ainda é muito presente na região, e isso permite que os animais sejam criados em ambientes abertos e planos, algo que, teoricamente, deixaria a carne do animal mais macia.

Lá, são oferecidos cortes clássicos de churrasco, muito consumidos em todo Estado, como picanha, costela e vazio, e cortes mais comuns na Região Sul do Estado, como molleja. Amanda e Carlos fazem uma curadoria para garantir que todos os produtos

vendidos na Merece possuam a qualidade almejada por eles.

Além de carnes, outros produtos relacionados a churrasco são vendidos no local. O sal grosso favorito do casal, a farofa e outros itens que, segundo eles, não são facilmente encontrados em outros locais, são vendidos por ali. A Merece também conta com seis rótulos de vinhos e algumas opções de cerveja.

Mesmo com o foco em qualidade, a dupla busca manter os preços em uma faixa de preço mais acessível possível. Segundo eles, os preços são os mesmos do mercado ou às vezes até um pouco abaixo. “Não queremos ser uma boutique. Talvez, seja algo tipo boutique, mas não temos pretensão nenhuma em sermos exclusivos”, pondera Carlos.

A Merece está localizada na rua Miguel Tostes, nº 450, no bairro Rio Branco, e opera de segunda-feira a sábado, das 10h às 20h. Aos domingos, das 10h às 14h. Mais informações através do Instagram (@merecarnes).



Amanda brinca que o clima dentro do negócio é o mesmo de Bagé

INSPIRAÇÃO

clássico, gastronomia

Tradicional lancheria da Zona Sul opera desde 1996

JÚLIA FERNANDES

@eujuliafernandes

O Poderoso é uma lancheria tradicional da Zona Sul de Porto Alegre conhecida especialmente pelo seu cachorro-quente bem recheado, um dos pratos mais pedidos da casa. Fundada em 1996, a marca cresceu e se consolidou ao longo dos anos, tornando-se um ponto de referência na região. Hoje, o restaurante está localizado na esquina das ruas Pereira Neto e João Moura, onde opera desde 2000.

O negócio teve início com uma carrocinha na rua Liberal, ainda em 1996. “Foi o primeiro Poderoso, abrimos o primeiro restaurante nesta mesma rua. Depois de um tempo, veio a ideia de colocar aqui neste endereço, que foi a segunda unidade”, lembra Adilar Pires, proprietário do negócio. Com o tempo, a marca chegou a

ter cinco lojas espalhadas pela Zona Sul de Porto Alegre. Houve uma tentativa de franquia, que, segundo Adilar, fez parte de uma expansão do antigo proprietário. No entanto, em 2016, após assumir a gestão do restaurante, ele e sua equipe decidiram focar apenas na loja principal. “Decidimos trabalhar só com a loja que a gente faz gestão direta, sem franqueada”, explica.

Reconhecido pelo seu cachorro-quente, O Poderoso também oferece um extenso cardápio de lanches e refeições. “O cachorro-quente é um lanche muito forte do Poderoso, mas também temos à la minutas, pratos individuais e para compartilhar. **O diferencial que temos é a forma de servir o lanche, que é empratado, e a quantidade de recheio, que acaba se diferenciando das outras casas do mercado**”, destaca. O protagonista da casa parte



Adilar Pires é o empreendedor por trás do O Poderoso Lanches, operação clássica da Zona Sul da Capital

de R\$ 24,90, oferecendo as opções com salsicha, linguiça e coração de frango.

Além do cachorro-quente, o xis com combinações diferenciadas atrai a clientela. “Temos o xis pizza com coração, calabresa, tomate, cebola, orégano, maionese da casa e queijo, além do xis Poderoso, que caem no gosto do cliente”, comenta Adilar, que vende mais de 200 refeições por dia.

Com uma equipe de 20 funcionários, entre cozi-

nha, gestão e atendentes, O Poderoso aposta em treinamento constante para manter a qualidade no atendimento. “Acho que o destaque vem por oferecermos sempre a melhor qualidade possível para o cliente e possibilitar um treinamento com bastante constância com os colaboradores”, pontua. De acordo com o empreendedor, a manutenção da equipe e da qualidade faz com que a marca permaneça em destaque na região.

O uso das mídias digitais também tem sido um ponto forte da lancheria, ampliando o alcance do restaurante além da Zona Sul. “A mídia faz com que os clientes tenham contato direto conosco e aqueles que não conhecem a marca, acabam conhecendo nosso trabalho”, afirma. Adilar observa que algumas iniciativas de influencers que procuram o restaurante faz com que o estabelecimento fique conhecido nas redes sociais, consequentemente, trazendo mais clientes.

O Poderoso funciona diariamente, oferecendo tanto lanches quanto refeições durante o almoço e jantar. No almoço, destacam-se os pratos executivos e as à la minutas, que partem de R\$ 27,90. “Inserimos os pratos para entrar nesse mercado bastante competitivo.

Temos opção para o cliente que busca uma refeição rápida”, explica.

O restaurante, que comporta mais de 100 pessoas, preserva até hoje a carrocinha onde tudo começou. “Mantemos a carrocinha dentro da loja, pois foi como começamos. O nosso cachorro-quente é feito nela, porque a gente quer manter essa essência”, afirma o proprietário.

Para o empreendedor, o segredo para o sucesso está em um bom preparo e na valorização das pessoas.

“A preparação tem que ser diária, porque as exigências de hoje não serão as de amanhã. Além disso, o nosso propósito maior são as pessoas. Não é só trabalho, mas também garantir benefícios para os colaboradores e suas famílias. O produto e o cliente vêm depois, como consequência de um bom trabalho”, declara.

O Poderoso está localizado na rua Dr. Pereira Neto, nº 1915, no bairro Camaquã, na Zona Sul da Capital. A lancheria funciona de domingo a quinta-feira, das 11h às 15h30min e das 18h à meia-noite. Sextas, sábados e vésperas de feriados, o funcionamento do negócio é das 11h às 15h30min e das 18h à 1h. Saiba mais no Instagram (@opoderoso.lanches).



O cachorro-quente parte de R\$ 24,90 e oferece as opções com salsicha, linguiça e coração de frango