

**ECONOMIA/** Em todo o Brasil, o número de empreendedores abaixo dos 30 anos cresceu 25% nos últimos 12 anos. No DF, 85% desses novos negócios adotam inteligência artificial como ferramenta para se destacarem no mercado

# Gestão jovem e digital

» LUIZ FELLIPE ALVES  
» NATHÁLIA QUEIROZ

## DF se destaca no uso de tecnologia

Quem anda por Brasília percebe que os jovens não estão somente consumindo tecnologia, mas também criando negócios que mudam a forma de administrar. Mais de 85% dos pequenos negócios do Distrito Federal adotaram inteligência artificial, superando a média nacional, e 491 startups integram o ecossistema local, segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa (Sebrae). No Brasil, o movimento é geral: o empreendedorismo entre 18 e 29 anos saltou 25% em uma década, com faturamento histórico no último ano.

Hannah Salmen, coordenadora do Hubs IBMEC, explica que o crescimento de jovens na administração de negócios não aconteceu por acaso. Para ela, isso é resultado de uma combinação de fatores econômicos, culturais, tecnológicos e institucionais que leva a um êxodo do mercado tradicional. “A fragilidade do mercado de trabalho formal levou os jovens a buscarem alternativas de geração de renda. O aumento da escolaridade, a expansão do acesso digital e a difusão de uma cultura de inovação reduziram custos e riscos para iniciar um empreendimento”, comentou.

É nesse ambiente inovador, marcado pela digitalização e pelo uso das redes sociais, que uma nova geração de empreendedores brasilienses tem se destacado. Negócios criados por jovens de menos de 30 anos conquistam o público com marketing digital, IAs e produtos autorais. Entre eles, está Davi Rehem, 26 anos, formado em administração, fundador e diretor comercial da RanGo, que enxergou oportunidade onde muitos só viam filas. O sistema criado facilita a administração de restaurantes oferecendo autoatendimento, gestão de mesas, cardápio digital, integração com balanças e comandas eletrônicas.

Davi conta que, enquanto estava na faculdade, perdeu uma prova por conta da fila na cantina. “Assim que perdi a prova, vi uma oportunidade. Todo mundo estava com o celular na mão, tinha que ter algum jeito de diminuir a fila e utilizar o celular para isso”, afirmou. No início das operações, a startup tinha as faculdades e universidades como clientes. Atualmente, o aplicativo RanGo sem fila evoluiu para uma empresa que facilita a administração de restaurantes.

O sistema implementado cuida da parte administrativa do restaurante, permitindo que todo controle operacional seja feito em um celular ou no computador. “O administrador da loja pode ter controle em tempo real do controle de vendas, gestão de estoque e operação fiscal, podendo abrir e fechar o caixa no celular. É um sistema muito fácil e intuitivo. Essa facilidade impacta diretamente a margem de lucro”, explicou Davi. A operação também conta com a ajuda da inteligência artificial. “O gestor pode tirar uma foto do cardápio que a nossa IA identifica todos os produtos e registra no sistema”, acrescentou.

Hugo Salomão, 26, sócio e diretor de tecnologia do RanGo, que esteve à frente da programação do sistema, comentou que o sistema foca no pequeno e médio negócio, facilitando a administração de pessoas que possuam pouca experiência. “O nosso público-alvo não precisa de um sistema muito encorpado, como os de grandes franquias. Nossas ferramentas atendem muito bem a operação desses negócios menores”, afirmou.

### Tecnologia como aliada

O jovem empreendedor em Brasília é cada vez mais digital, criativo e resiliente, mas ainda enfrenta desafios de capacitação e gestão, alerta a professora Juliana Garcia, do Ibmec. “Muitos têm boas ideias, mas carecem de formação prática em gestão, inovação e competências digitais. Sem esse apoio, correm o risco de não sustentarem os negócios no longo prazo”. A transformação digital,



Cáren Perazzo e Kamila Chianca abriram a Bem Te Vi ainda na faculdade, com apenas R\$ 500 nos bolsos



Leonardo Lopes empreende desde os 12 anos e é dono de dois estabelecimentos gastronômicos

segundo ela, mudou esse cenário: “Hoje, o jovem já pensa como startup: experimenta, ajusta e busca crescer de forma escalável, aproveitando ferramentas de inovação ao alcance de qualquer pessoa com um celular e internet”.

A inteligência artificial surge como um recurso estratégico nesse contexto. Leonardo Lopes, 27, proprietário da pizzaria Palato e do restaurante Paladar, ambos na Asa Norte, sempre teve a administração correndo nas veias familiares.

Desde os 12 anos, já vendia as truvas feitas pela sua mãe, Léa Lopes. Aos 20, abriu o Paladar, e, mais tarde, aos 27, inaugurou a pizzaria, que, neste mês, completou um mês, e conta com a inteligência artificial para impulsionar os negócios.



Davi Rehem e Hugo Salomão, jovens empreendedores criadores do sistema RanGo

### Três perguntas para

**MÁRCIO GUIMARÃES, DIRETOR DE NEGÓCIOS DO ARROWORKING**

#### O que explica o crescimento de 25% no empreendedorismo jovem no Brasil nos últimos 12 anos?

Os jovens estão buscando mais autonomia e não querem ficar presos apenas a empregos tradicionais. A economia mais estável trouxe segurança e a digitalização facilitou muito, permitindo começar um negócio só com celular e internet. Além disso, mecanismos como o MEI simplificaram a formalização.

#### Qual a diferença entre uma startup e uma empresa consolidada?

A startup nasce com uma ideia inovadora, em busca de crescimento rápido e ainda testando modelos de negócio. Já a empresa consolidada tem um modelo validado, mais estabilidade e foco em manter

expandir sua posição de mercado. São mundos diferentes, que se esbarram em vários aspectos, e estão procurando formas de sobreviverem juntos, inclusive com parcerias.

#### Há espaço para empreendedores que não possuem histórico de negócios na família?

Hoje, o acesso à informação e às ferramentas digitais democratizou bastante o empreendedorismo de vários tipos de negócio. Antes, o caminho era quase sempre familiar, mas agora qualquer jovem pode aprender, testar e validar uma ideia do zero, e é impressionante como fazem isso de forma rápida. O mercado ainda tem uma predominância masculina, mas vemos cada vez mais mulheres entrando nesse espaço e com muito sucesso. O que faz diferença é a coragem do jovem, o espaço digital e mais acesso a capacitação e informações.



**Hoje, o jovem já pensa como startup: experimenta, ajusta e busca crescer de forma escalável, aproveitando ferramentas de inovação ao alcance de qualquer pessoa com um celular e internet”**

**Juliana Garcia, professora da Ibmec**

Ele conta que passou a utilizar a IA como um consultor. “Ela me ajuda a pensar em novas ideias, melhorar processos e estruturar estratégias para o negócio. O mais interessante é que essas ferramentas são acessíveis, de baixo custo e trazem retornos enormes — seja na gestão, no resgate de clientes, na otimização das entregas ou na rotina da equipe”, conta o empreendedor.

Para além da IA, Leonardo também utiliza as redes sociais para se aproximar dos clientes de forma estratégica. No mês de soft-opening da pizzaria, distribuiu diversos cupons de vale-pizza pela cidade e publicava a localização nas redes sociais, transformando a ação em uma espécie de caça ao tesouro pela cidade. A estratégia surtiu efeito: antes mesmo de inaugurar a pizzaria, conquistou quase 2 mil seguidores no Instagram.

Em seus dois estabelecimentos, utiliza a tecnologia para garantir uma boa operação. “No dia a dia, busco manter a gestão simples e eficiente. Além do sistema de Ponto de Venda (PDV) para organizar entregas e atendimentos, utilizo uma planilha própria de Custo da Mercadoria Vendida (CMV) e Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), que é o coração do negócio”, afirmou Lopes.

### Quem começa do zero

O empreendedorismo jovem está mudando Brasília. Para Márcio Guimarães, diretor de negócios do Arroworking, a cidade tem cada vez mais jovens criando negócios inovadores, impulsionados pela digitalização e pelo acesso à informação. “A maioria tem menos de 30 anos, grande parte é

negra, e a participação feminina vem crescendo bastante. Hoje, qualquer jovem pode aprender, testar e validar uma ideia do zero, mesmo sem histórico de negócios na família. O que faz diferença é a coragem, o espaço digital e o acesso à capacitação e informações”, destacou. Nesse contexto, ele ressaltou que desafios ainda existem: burocracia, custo de vida alto, acesso a crédito e um ecossistema de startups em formação dificultam a vida de quem quer empreender na capital.

Assim surgiu a Bem Te Vi, marca de vestuário criada por Cáren Perazzo, 33, e Kamila Chianca, 34, que ainda estavam na faculdade, com apenas 21 e 22 anos. Amigas de longa data, decidiram unir amizade e criatividade para criar uma marca que fosse a cara delas. “Começamos a marca com R\$ 500 e muita vontade de criar algo que fosse a nossa cara. No início, vendíamos acessórios inspirados em filmes e séries”, conta Cáren. Desde o início, a internet foi aliada do negócio da dupla. “A época, o termo ‘algoritmo’ praticamente não existia, a gente só postava (nas redes sociais) e praticamente todos os seguidores recebiam nosso conteúdo”, conta Cáren, que já operava com site próprio para vender em todo o Brasil.

Empreender jovem sendo mulher não foi fácil. O vestuário tem maioria de consumidoras, mas muitos cargos de decisão ainda são ocupados por homens. “Enfrentamos olhares duvidosos e resistência ao tentar comprar tecidos ou equipamentos mais robustos. Até hoje, se não falamos nossos números antes, ainda somos vistas como ‘apenas duas garotas’”, conta Cáren.

Dados do Sebrae reforçam esse desafio: no DF, apenas 29,94% dos sócios de startups são mulheres. Ainda assim, a Bem Te Vi cresceu, somando hoje 263 mil seguidores no Instagram, e transformou a comunicação em seu maior trunfo. “A virada veio quando entendemos que falar com o público como amigas, com humor, referências pop e muita verdade, era o que nos diferenciava”, explicou ela.

A digitalização segue como aliada da marca. Desde 2019, a dupla investe em tráfego pago, campanhas profissionais e ferramentas de inteligência artificial para criar conteúdo, prever estoque e organizar processos. “A IA tem nos ajudado na criação de conteúdo, organização de e-mails, testes de copy e até na hora de montar briefings para nossos designers. Também usamos o controle de estoque e gestão financeira”, conta Cáren.

Para o futuro, a marca aposta em provedores virtuais mais precisos, que calculam o tamanho exato do cliente e oferecem uma experiência de compra personalizada, acompanhando tendências das grandes marcas do setor.