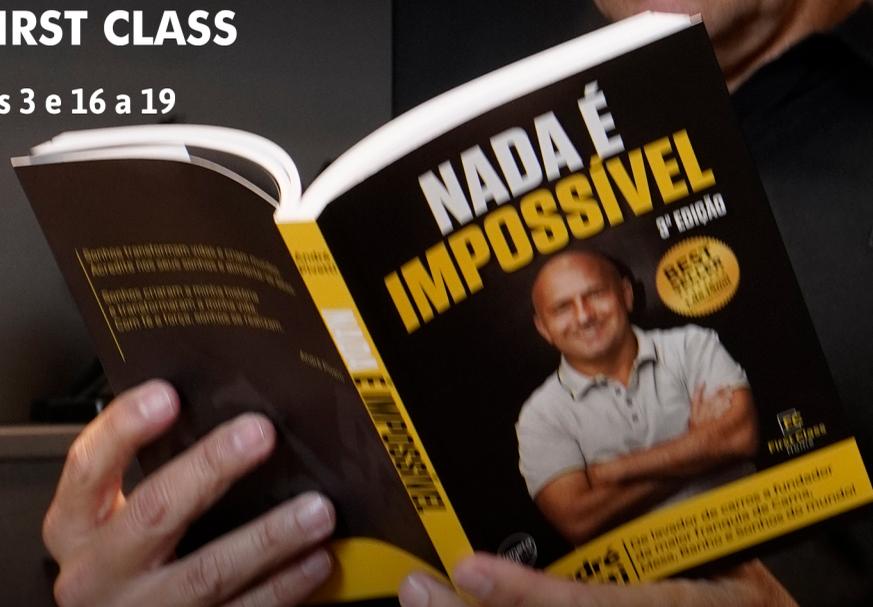


O SONHADOR QUE
REINVENTOU O VAREJO:
A HISTÓRIA DE
ANDRÉ PIVETTI
E A **FIRST CLASS**

Páginas 3 e 16 a 19



O Brasil em debate: o papel do IUB na construção de um ambiente econômico mais previsível e competitivo
Páginas 5 e 6

Fortaleza é a cidade do nordeste com mais shopping centers
Páginas 7 e 8

Sergipe se destaca na produção nacional de camarão.
Páginas 12 e 13

COP 30 e a liderança de construir acordos internacionais de combate às mudanças climáticas.
Páginas 9 e 10

Moda Circular: a revolução sustentável que está transformando o vestuário no Brasil e no mundo.
Páginas 22 a 24

Revista Malls reúne no Rio colunistas, jornalistas e mulheres empreendedoras.
Páginas 40 a 42



Um nome que transcende o simples sucesso Antonio Mamede	3
O Brasil em debate: o papel do IUB na construção de um ambiente econômico mais previsível e competitivo Nabil Sahyoun	5
Fortaleza é a cidade do Nordeste com mais shopping centers Victor Ximenes	7
COP 30 e a liderança de construir acordos internacionais de combate às mudanças climáticas Patrícia Rosa	9
Na COP30: Belém já tem mais de 36 mil leitos para evento Colunista	11
Sergipe se destaca na produção nacional de camarão Edson Júnior	12
Fé, história e devoção: em outubro, viva uma peregrinação inesquecível pela Itália com a AM Turismo Colaboradora Gabrielle Ramos	14
Capa: O Sonhador que Reinventou o Varejo: A História de André Pivetti e a First Class Professor José Miguel	16
O Comércio Exterior como grande solução para o agronegócio de Rondônia Otávio Rodrigues	20
Moda circular: a revolução sustentável que está transformando o vestuário no Brasil e no mundo Beth Mendonça	22
Balanço Final do IRPF 2025: Entregas, Penalidades e Orientações para Regularização Ilán Renz	25
Festas juninas aquecem as vendas e movimentam indústrias e supermercados Redação da Revista Malls	27
Clécio Regis: o artista que transformou o bairro de Bangu no Rio em capital da cenografia brasileira Marcelo Gusmão	28
Genival Beserra: uma vida dedicada ao trabalho, à fé e às pessoas Matheus Pimentel	31
Estilo com Propósito: A Mulher que Escolheu Florescer Coluna da Josy Mendes	34
A empatia com os seus e meus pacientes Dra. Lú de Freitas	37
Um caso de maus-tratos a animais que chocou o país Carlos Maggiolo	38
Revista Malls reúne, no Rio, colunistas, jornalistas e empreendedoras Coluna da Juliana Jardim	40

Diretor Presidente:
Antonio Mamede
antonio.mamede@ammalls.com.br

Diretora Executiva:
Rafaela Mamede

Diretora de Marketing e Relações Institucionais:
Sandra Lima
sandra.lima@ammalls.com.br

Diretor de Redação e Editor Responsável:
Edson Moraes
MT RG 14 342
edsonmoraesy1@gmail.com

Editor de Artes, Design e Diagramação:
Adriano Araújo
adriano.araujo@hajanegociosonline.com.br

Gerente de Conteúdos:
Luciana M. Moraes
lumenezes.timerio@gmail.com

Revisão, Copydesk e Redes:
Matheus Pimentel
matheuspimentel@gmail.com

Colaboradores:
Juliana Jardim, Ana Cláudia Barbuda (correspondente na Europa), Professor José Miguel, Léo Duarte, Marcelo Gusmão, Carlos Maggiolo, Beth Mendonça, Otávio Rodrigues, Josy Mendes e Matheus Pimentel

A Revista Malls é uma publicação digital mensal da AM Revista Ltda.
Avenida Almirante Barroso, 63/2809.
Centro. Rio de Janeiro- RJ
www.revistamalls.com.br

OS ARTIGOS AQUI PUBLICADOS SÃO DE RESPONSABILIDADE DE SEUS AUTORES. TODO O TEXTO E CONTEÚDO NÃO REFLETE, NECESSARIAMENTE, A OPINIÃO DA EDITORIA DA REVISTA MALLS.



UM NOME QUE **TRANSCENDE** O SIMPLES SUCESSO

por Antonio Mamede

André Luis Barros Pivetti, um nome que transcende o simples sucesso para se tornar sinônimo de perseverança, humildade, visão e generosidade. Sou testemunha viva da força que move essa trajetória: a de quem sempre acreditou que o impossível não passa de um ponto de partida para quem ousa sonhar e trabalhar duro. Estampar André na capa da 8ª edição da Revista Malls é mais do que um reconhecimento, é um tributo ao poder de quem transforma cada "não" em uma ponte para o futuro. Sua história nos lembra que a coragem não nasce do acaso, mas de uma alma que não se contenta com a mediocridade e de um coração que bate no ritmo dos sonhos que se constroem todos os dias.

A First Class, com suas 250 lojas espalhadas pelo Brasil, não é só um negócio; é o reflexo de quem nunca se permitiu ser limitado pelas circunstâncias. É o legado de quem soube que, mesmo na adversidade, mora a centelha da reinvenção. Mais de mil colaboradores diretos e centenas indiretos são apenas números que testemunham a grandeza de um projeto que começou pequeno, mas nasceu gigante no propósito de levar conforto e dignidade a lares de todos os cantos.

Mas há algo que precisa ser conhecido por todos: a história de vida de André Luis Barros Pivetti. Ela não fala apenas de lençóis bem dobrados ou de franquias bem geridas. Fala de alguém que, no silêncio de cada madrugada, encontrou forças para transformar sonhos em realidade. De quem entendeu que a maior riqueza de um líder está na humildade de ouvir, aprender e caminhar junto.

Por isso, ao ler esse artigo, convido você a enxergar além das cifras e dos holofotes. Enxergue a chama que nos faz lembrar que, no fim, o sucesso não é um destino, mas um caminho para quem sabe que, com respeito, humildade, perseverança e coragem, nada é impossível. Obrigado, André, por nos lembrar que a verdadeira grandeza mora em nunca parar de sonhar e, sobretudo, em nunca parar de acreditar/sonhar.



ANTONIO MAMEDE
CEO da Revista Malls



VISÃO ESTRATÉGICA, COMPROMETIMENTO E BUSCA
CONSTANTE PELA MAXIMIZAÇÃO DOS RESULTADOS.

VISTA DA NOSSA SALA DE REUNIÃO



PROJETOS, SOLUÇÕES E NEGÓCIOS EFICIENTES



SOLUÇÕES DE EXCELÊNCIA EM CONECTIVIDADE



GESTÃO DE ESTACIONAMENTO



CONSTRUTORA E INCORPORADORA

O GRUPO AMMALLS TEM COMO FOCO O PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO, COMERCIALIZAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE SHOPPING CENTERS, ALÉM DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS E COMERCIAIS, ATRAVÉS DE UMA EQUIPE MULTIDISCIPLINAR EXPERIENTE E COMPROMETIDA NA ENTREGA DO SERVIÇO CONTRATADO.

O Brasil em debate: o papel do IUB na construção de um ambiente econômico mais previsível e competitivo

por Nabil Sahyoun



Nabil... com integrantes da Frente Parlamentar do Empreendedorismo.

Em meio a um cenário de incertezas econômicas, o Instituto Unidos Brasil (IUB) tem atuado como interlocutor para levar à Frente Parlamentar do Empreendedorismo (FPE) o debate sobre temas fundamentais para o país. Fundado em 2020, o IUB é uma organização sem fins lucrativos, apolítica, que defende o livre mercado, a redução do custo Brasil e a promoção da liberdade empresarial. Consolidado como um centro de análise e debate sobre políticas públicas multissetoriais, atua para impulsionar políticas que fortaleçam o ambiente empreendedor e promovam o desenvolvimento sustentável.

Em 2025, o Instituto reafirma seu papel como elo entre o setor produtivo e o Congresso Nacional, com uma atuação que prioriza a escuta ativa, a produção técnica de conteúdo e o estímulo ao diálogo institucional.

Com contribuições constantes em pautas como segurança jurídica, reforma tributária, fundos de

investimento, relações de trabalho e comércio internacional, o IUB se consolida como referência técnica para embasar decisões parlamentares. Em vez de influenciar diretamente, o Instituto organiza, sistematiza e apresenta subsídios qualificados à FPE, que, por sua vez, os leva aos parlamentares para avaliação e construção de soluções legislativas.

Trabalho aos domingos e feriados: da escuta ao avanço

Entre os resultados expressivos do semestre está a mobilização que levou o Ministério do Trabalho a rever sua posição sobre o trabalho aos domingos e feriados. A proposta inicial previa mudanças restritivas e sem diálogo. A partir da articulação da FPE, com apoio técnico do IUB, foi possível conter os avanços da medida e iniciar a construção de uma norma mais equilibrada. O compromisso do governo em dialogar foi uma conquista direta desse esforço conjunto.

Previsibilidade e segurança jurídica: Fundos e Fiagro

No caso dos Fundos de Investimento Imobiliário (FII) e Fundos do Agronegócio (Fiagro), o IUB levou à FPE análises sobre os impactos do veto presidencial à isenção fiscal desses instrumentos. A mobilização resultou em uma reabertura do tema no Congresso, ampliando o debate técnico com o apoio de entidades do mercado e especialistas.

Crossborder: justiça tributária e combate à concorrência desleal

O comércio internacional de pequeno valor – o chamado crossborder – foi outro foco relevante. O IUB junto com a FPE atuou fortemente para garantir que as compras internacionais passassem a ser tributadas, como forma de evitar a concorrência desleal com o varejo nacional. Em articulação com a FPE, foram reunidas lideranças do varejo, técnicos do Ministério da Fazenda e parlamentares para debater medidas de equiparação tributária, aumentando a arrecadação do Governo Federal, protegendo os empregos e garantindo em parte a justiça fiscal.

Inovação e política industrial: chegada da Novo Nordisk

A entrada da Novo Nordisk como associada ao IUB marca um novo momento institucional. A farmacêutica dinamarquesa anunciou investimentos de R\$ 6,4 bilhões em Minas Gerais, com geração de centenas de empregos. A parceria reforça a convergência entre inovação, saúde pública e política industrial, pautas que vêm sendo debatidas entre o IUB e a FPE.

Reforma Tributária: GTs, Senado e transição

A regulamentação da reforma tributária segue como uma das prioridades do Instituto. Em 2024, com apoio da FPE, o IUB organizou 20 grupos de trabalho com representantes dos setores mais impactados. Em 2025, o conteúdo produzido tem subsidiado os debates com o Senado. Represen-

tantes do Instituto e da Frente se reuniram com o relator Eduardo Braga (MDB/AM), levando preocupações sobre o contencioso administrativo, devolução de créditos e governança do Comitê Gestor.

Visibilidade e mobilização

A mobilização da FPE, sempre com apoio técnico do IUB, resultou em mais de 160 encontros estratégicos com autoridades públicas e mais de 10 mil menções na imprensa. A construção conjunta de soluções reforça o compromisso com uma agenda econômica sólida, técnica e transparente.

O IUB segue fomentando o diálogo construtivo e a troca de ideias, contribuindo para a construção de um ambiente empresarial mais robusto e favorável ao desenvolvimento econômico do país.



NABIL SAHYOUN
presidente do IUB

RioMar Shopping Recife (Recife, PE)
Maior shopping do Nordeste com 103.000 m²



FORTALEZA É A CIDADE DO NORDESTE COM MAIS SHOPPING CENTERS

Capital cearense tem o equivalente a 60 campos de futebol somente em área destinada para lojas nos shoppings
por Victor Ximenes

Maior economia do Nordeste, Fortaleza é também o maior paraíso nordestino para quem aprecia shopping centers. A cidade cearense possui 13 shoppings e lidera o ranking regional do setor, conforme aponta o Censo Brasileiro de Shopping Centers 2024/2025, elaborado pela Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce).

Com mais de 400 mil metros quadrados de Área Bruta Locável (ABL), ou seja, espaços destinados a lojas, restaurantes e demais operações comerciais, Fortaleza possui o equivalente a 60 campos de futebol em shoppings.

Considerando o total de 22 empreendimentos do Ceará contabilizados pelo Censo, Fortaleza concentra mais da metade.

Em segundo lugar no ranking do Nordeste, está Salvador, com 11 centros comerciais.

A terceira posição pertence a João Pessoa, com 7 shoppings.

Cidades do Nordeste com mais shopping centers:

Fortaleza: 13
Salvador: 11
João Pessoa: 7
Recife: 6
São Luís: 6
Natal: 6

Confira abaixo a lista de shoppings. Fonte: Censo Brasileiro de Shopping Centers 2024/2025

Fortaleza: 13 shoppings

Iguatemi Bosque
RioMar Fortaleza
RioMar Kennedy
Del Paseo
Benfica
Pátio Dom Luis
Via Sul
Salinas
Grand Shopping
North Shopping
North Shopping Jôquei
Parangaba
Reserva Open Mall



Salvador Shopping (Salvador, BA) – 90.000 m²

Salvador: 11 shoppings

- Shopping da Bahia
- Salvador Shopping
- Shopping Barra
- Shopping Lapa
- Paralela
- Piedade
- Itaigara
- Salvador Norte
- Bela Vista
- Cajazeiras
- Paseo Itaigara

João Pessoa: 7 shoppings

- Manaíra
- MAG
- Tambiá
- Mangabeira
- Liv Mall
- Pirâmide
- Parahyba Mall

Recife: 6 shoppings

- RioMar Recife
- Shopping Recife
- Tacaruna
- Plaza Casa Forte
- Boa Vista
- ETC

São Luís: 6 shoppings

- São Luís Shopping Center
- Rio Anil
- Shopping da Ilha
- Golden Calhau
- Passeio
- Shopping do Automóvel Holandeses

Natal: 6 shoppings

- Midway Mall
- Natal Shopping Center
- Praia Shopping
- Via Direta
- Cidade Jardim Natal
- Partage Norte



RioMar Shopping Fortaleza (Fortaleza, CE) – 93.000 m²





COP 30 E A LIDERANÇA DE CONSTRUIR ACORDOS INTERNACIONAIS DE COMBATE ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS

por Patrícia Rosa

"Vocês devem ensinar às suas crianças que o solo a seus pés é a cinza de nossos avós. Para que respeitem a terra, digam a seus filhos que ela foi enriquecida com as vidas de nosso povo. Ensinem as suas crianças o que ensinamos as nossas que a terra é nossa mãe. Tudo o que acontecer à terra, acontecerá aos filhos da terra. Se os homens cospem no solo, estão cuspiendo em si mesmos.

Isto sabemos: a terra não pertence ao homem; o homem pertence à terra. Isto sabemos: todas as coisas estão ligadas como o sangue que une uma família. Há uma ligação em tudo". (Carta Chefe Seattle em resposta a compra de suas terras – 1854.

Com direito a Carimbó, Tecnobrega, Tacacá, Pato no Tucupi a alma amazônica e sua ancestralidade receberá em novembro na capital do Pará /Belém Conferência das Nações Unidas sobre as mudanças climáticas de 2025, mas conhecida como COP 30.

De acordo com estimativas da Fundação Getúlio Vargas (FGV), é esperado um fluxo de mais de 40 mil visitantes durante os principais dias da Conferência. Deste total, aproximadamente 7 mil compõem a chamada "família COP", formada pelas equipes da ONU e delegações de países membros.

Para o Governo Federal e seus entes colaborativos, a COP 30 será um diferencial porque as discussões serão em "casa" e sobretudo próximo das populações interessadas.

A COP30 representa uma oportunidade histórica para o Brasil reafirmar seu papel de liderança nas

negociações sobre mudanças climáticas e sustentabilidade global. O evento permitirá ao país demonstrar seus esforços em áreas como energias renováveis, biocombustíveis e agricultura de baixo carbono, além de reforçar sua atuação histórica em processos multilaterais, como na Eco-92 e na Rio+20.

De acordo com a Secretaria de Comunicação do Pará o Governo do Pará colocou em prática um planejamento minucioso, que inclui a execução de cerca de 30 obras estruturantes em eixos estratégicos, como mobilidade, saneamento, desenvolvimento urbano, turismo e conectividade.

Com o objetivo de preparar Belém para sediar a COP 30, o Governo do Pará realiza a maior intervenção pública que a capital paraense presenciou nas últimas duas décadas. Dezenas de obras que mudam positivamente a paisagem, deixando um legado para a população muito além dos dias do evento, ao garantirem uma cidade mais sustentável e equitativa a seus mais de 1,3 milhão de habitantes.

A COP 30 reunirá representantes de mais de 190 países para debater e estabelecer acordos destinados a reduzir emissões de gases do efeito estufa, a fim de reduzir os impactos das mudanças climáticas. Pela primeira vez sediada no Brasil, especificamente e na Amazônia, a COP 30 será um marco de revisão do Acordo de Paris, celebrado há uma década, colocando Belém no centro das atenções globais.

E o que é o Acordo de Paris? É um tratado internacional, aprovado em 2015, que visa combater as alterações climáticas e limitar o aumento a 1,5° C. ele foi ratificado por 195 países e União Europeia e estabelece compromissos nacionais para reduzir as emissões de gases com efeito estufa.

Para o governador Helder Barbalho, a conferência é um momento especial. “A COP 30 é uma oportunidade única para mostrar ao mundo que desenvolvimento e sustentabilidade caminham juntos. O evento de novembro deste ano também marca os 10 anos do Acordo de Paris, e Belém estará no centro disso tudo. O Pará está se preparando com infraestrutura moderna e estratégica, que trará benefícios diretos à população e projetará o Estado como protagonista das discussões climáticas mundiais”, ressalta Helder Barbalho, que também preside o Consórcio da Amazônia Legal.



JOSILENE MONTEIRO JEFFRES

Bióloga, Especialista em Perícia, Auditoria e Gestão Ambiental. Consultora ambiental e empreendedora no ramo de brindes ecológicos. Delegada eleita pelo Estado do Amazonas na 5ª Conferência Nacional de Meio Ambiente.

Um misto de esperança e emoção paira no ar na região amazônica, pelo menos é o que a firma a bióloga Josilene Monteiro Jeffres: “Como

Bióloga atuante no Estado do Amazonas, me sinto com um mix de sentimentos positivos, com a perspectiva que teremos a oportunidade de engrandecer a importância da floresta em pé, dos Biomas Brasileiros, o fortalecimento dos nossos povos das florestas, e dos demais países que compõem a Amazônia, pois juntos com os demais países, podemos unir forças para mitigar os impactos ambientais e garantir a justiça climática. A realização da COP30 em solo Brasileiro, nos dá a oportunidade reforçar e apresentar ao mundo a importância do Brasil frente a luta histórica de liderança climática, além de engrandecer o protagonismo dos povos das florestas”. E reitera: Esse momento é oportuno para a atuação do profissional Biólogo, visto que a COP30, não é apenas um palco diplomático, mas também científico e social. Considerando que o Brasil estará no centro das discussões climáticas globais, esse cenário nos favorece, pois é a chance histórica do País de mostrar liderança climática, protagonismo internacional, pressão e oportunidade para avançar políticas ambientais, gerando impulso à Bioeconomia e o fortalecimento da diplomacia ambiental.

A COP30 pretende mostrar compromissos reais com a redução do desmatamento, energia limpa, e preservação da biodiversidade, além de atrair investimentos em tecnologias sustentáveis, bioeconomia, energias renováveis, saneamento básico, proteção a fauna, educação ambiental e turismo sustentável, especialmente na Amazônia. Assim como liderar a construção de acordos internacionais de combate às mudanças climáticas.



PATRÍCIA ROSA
Jornalista

Na COP30: Belém já tem mais de 36 mil leitos para evento

Capital paraense inova em hospedagem para receber 50 mil visitantes durante COP30 - a maior conferência climática -, incluindo quartos de hotel, cabines em navios e até motéis adaptados

A capital do Pará, Belém, está em plena preparação para sediar a COP30, a maior conferência sobre mudanças climáticas do mundo, prevista para novembro deste ano. Com a expectativa de receber mais de 50 mil visitantes, a cidade está se reinventando para oferecer acomodações suficientes e adequadas para todos os participantes.

Atualmente, a região metropolitana de Belém conta com cerca de 36 mil leitos disponíveis, mas esse número está em rápido crescimento. Empresários locais estão investindo em diversas alternativas criativas para aumentar a capacidade de hospedagem.

Hotéis se adaptam para receber delegações internacionais

Os hotéis da cidade estão passando por reformas e adequações para melhor atender os futuros hóspedes. Diogo, funcionário de um hotel com 129 apartamentos, relata: "Estamos organizando cursos de inglês, porque é fundamental que todos tenham uma segunda língua, e reforçando nossos treinamentos".

Além dos hotéis tradicionais, outras opções inusitadas estão surgindo. Cerca de 40 estabelecimentos, incluindo motéis, terão sua rotina e oferta de serviços alterados para se adequar ao evento. Um empresário local comenta: "Minhas casas também estão todas alugadas já, tudo preparadíssimo para a COP30".

Inovação fluvial: navios como opção de hospedagem

Aproveitando a geografia única de Belém, banhada por rios e igarapés, até as águas se tornarão opção de hospedagem. Embarcações de diversos tamanhos serão adaptadas para receber visitantes, oferecendo conforto e uma vista privilegiada da cidade.

Um representante do setor náutico explica: "É uma novidade esse cliente que vem procurar embarcações para hospedagem. Temos desde barcos com 7 camarotes até opções mais luxuosas para delegações".

A COP30 não apenas trará discussões cruciais sobre o clima, mas também servirá como vitrine para mostrar ao mundo o melhor da Amazônia: sua hospitalidade, criatividade e força empreendedora.



ANUNCIE

E CORRA UM SÉRIO RISCO DE TE ACHAREM

revistamalls.contato@gmail.com



Expo Pesca 2023 realizada no Centro de Convenções AM Malls, em Sergipe

SERGIPE SE DESTACA NA PRODUÇÃO NACIONAL DE CAMARÃO

Estado ocupa a sexta posição no ranking brasileiro, atrás apenas do Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco e Bahia

por Edson Júnior

Apesar de ser o menor estado brasileiro em extensão territorial, com 21.910,3 km² segundo o Censo 2022 do IBGE, Sergipe vem conquistando uma posição de respeito na economia do mar. Quando o assunto é a produção de camarão, o estado nordestino figura como protagonista, ocupando a sexta colocação no ranking nacional e contribuindo significativamente para a cadeia produtiva da carcinicultura.

Com uma costa de 163 quilômetros e seis bacias hidrográficas — entre elas os rios São Francisco, Japarutuba, Sergipe, Vaza-Barris, Piauí e Real — Sergipe reúne condições naturais ideais para o cultivo e a pesca do crustáceo. Esse conjunto de fatores geográficos e hídricos fortalece sua vocação para a aquicultura, consolidando o estado como uma das principais potências do setor no Brasil.

De acordo com dados do IBGE, em 2023 o Brasil produziu 127.466 toneladas de camarão. Desse total, Sergipe respondeu por 4.104 toneladas, ficando atrás apenas do Ceará (72.688 t), Rio Grande do Norte (24.738 t), Paraíba (8.218 t), Pernambuco (6.903 t) e Bahia (4.793 t). Juntos, esses seis estados do Nordeste concentram impressionantes 95,27% de toda a produção nacional, evidenciando a força regional da atividade.

O desempenho sergipano se torna ainda mais expressivo quando se considera sua limitada dimensão territorial em comparação aos demais estados brasileiros. É um exemplo claro de como a estratégia, os investimentos e o aproveitamento dos recursos naturais podem compensar limitações geográficas.



HUMBERTO ENG

Gestor em pesca e dono de embarcações

A cadeia produtiva do camarão em Sergipe movimentada mais de 10 mil profissionais, entre pescadores, aquicultores, comerciantes e trabalhadores da indústria de beneficiamento. Durante nove meses por ano, embarcações singram rios e mar para abastecer o mercado local e outros estados, impulsionando a economia regional e gerando oportunidades em várias etapas do processo — do cultivo à comercialização.

Diversificação e desafios

Além do camarão, a piscicultura tem avançado no estado, com destaque para o cultivo de tilápia em tanques-rede e escavados, principalmente em reservatórios. Outras espécies, como arabaiana, pescada amarela e atum, também ganham espaço, contribuindo para a diversificação e a resiliência do setor pesqueiro sergipano.

Entretanto, a infraestrutura ainda representa um entrave para o crescimento sustentável da atividade. Um dos principais gargalos apontados pelos produtores é a inatividade do Terminal Pesqueiro de Aracaju, que permanece fechado por questões burocráticas. Humberto Luiz Eng de Almeida, gestor em pesca e proprietário de embarcações de grande porte, acredita que a abertura do terminal é essencial para agregar valor à produção, atrair investimentos e ampliar o alcance do mercado consumidor.

“Já houve duas licitações nacionais sem sucesso. Agora, no dia 4 de julho, haverá uma nova tentativa. Caso não apareçam vencedores, o Governo do Estado poderá assumir a gestão, desde que o terminal seja repassado pelo Governo Federal em condições adequadas de funcionamento. Isso me preocupa, mas confio que as esferas estadual e federal chegarão a um acordo pelo bem da pesca sergipana”, avalia Humberto.

Expo Pesca: vitrine do setor

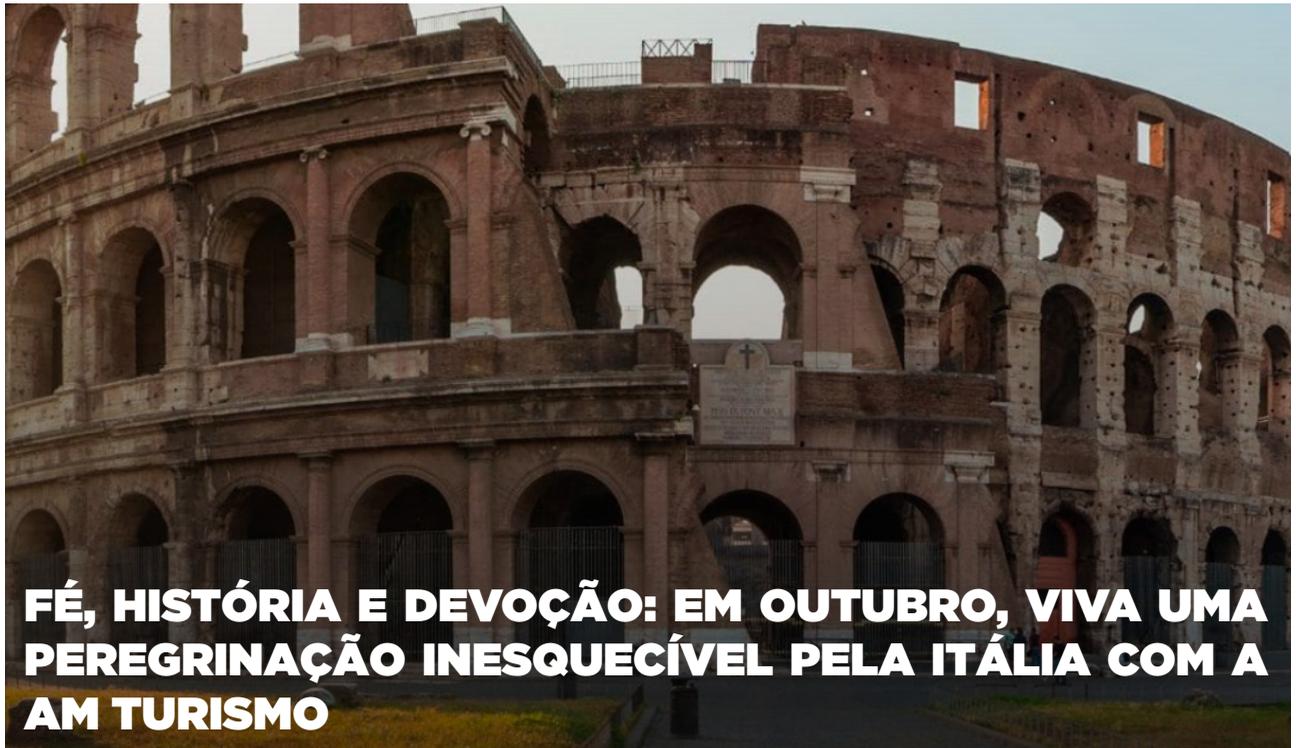
Uma das principais iniciativas para fortalecer e divulgar o potencial do setor é a Expo Pesca. A feira, idealizada por Humberto Eng, ganhou projeção nacional ao reunir produtores, empresas, instituições de ensino, pesquisadores e investidores em torno do desenvolvimento da pesca e da aquicultura.

A edição de 2023, realizada no Centro de Convenções AM Malls, em Aracaju, marcou um salto de qualidade para o evento, com infraestrutura moderna, conforto e localização privilegiada. “Esse espaço se consolida como palco de grandes encontros voltados ao desenvolvimento regional, e a Expo Pesca eleva Sergipe como símbolo do potencial pesqueiro nacional”, afirma o organizador.

Diante do sucesso e da repercussão positiva, a edição deste ano foi realizada no estado da Bahia, ampliando o alcance do evento e fortalecendo parcerias estratégicas. Para 2026, a expectativa é de uma edição ainda mais robusta e inovadora. “Tenho certeza de que, a cada edição, levamos Sergipe a mares nunca antes navegados. Seguiremos firmes, construindo pontes e promovendo o setor com as valiosas parcerias que temos conquistado”, conclui Humberto Eng.



EDSON JÚNIOR
Jornalista



FÉ, HISTÓRIA E DEVOÇÃO: EM OUTUBRO, VIVA UMA PEREGRINAÇÃO INESQUECÍVEL PELA ITÁLIA COM A AM TURISMO

Colaboradora Gabrielle Ramos

Em um mundo acelerado, onde o silêncio interior muitas vezes é esquecido, a AM Turismo convida você a desacelerar e viver uma experiência espiritual profunda e transformadora. Em outubro deste ano, a agência promove uma peregrinação de 12 dias pela Itália, passando por cidades emblemáticas da fé católica como Roma, Assis, Nápoles, Laticiano e Milão.

Mais do que uma simples viagem, trata-se de um verdadeiro encontro com a espiritualidade, a história cristã e os testemunhos de fé que atravessaram os séculos e continuam a inspirar milhões de peregrinos em todo o mundo.

Um Roteiro de Fé e Emoção

A peregrinação foi cuidadosamente planejada para oferecer aos fiéis e devotos uma jornada completa, rica em significado espiritual. O itinerário contempla visitas a basílicas, santuários e igrejas históricas que marcaram a trajetória do cristianismo na Itália. Entre os locais sagrados que farão parte dessa jornada, destacam-se:

- Basílica de São Pedro – O coração da Igreja Católica no Vaticano.
- Basílica de Santa Maria Maior e Basílica de São Bento – Patrimônios históricos e religiosos que testemunham séculos de fé.
- Santuário de Padre Pio e Santuário de São Miguel Arcanjo – Locais de intensa devoção e peregrinação.
- Basílica San Lorenzo Maggiore e Basilica di S. Maria della Sanità, em Nápoles.
- Batistério de San Giovanni in Fonte e o Santuário Pontifício da Santíssima Virgem do Santo Rosário, com a inesquecível Piazza Bartolo Longo.
- Santuário da Beata Vergine do Rosário de Pompei – Um dos grandes centros de oração e milagres.
- Basílica de São Francisco de Assis e a Igreja de Santa Clara, onde repousa o corpo do jovem beato Carlo Acutis.
- Basílica de Santo Antônio de Pádua, em Pádua, e a Basílica de Santa Maria Assunta, em Milão.



Tudo Incluso Para Seu Conforto e Tranquilidade

Pensando na comodidade e segurança dos seus clientes, a AM Turismo oferece um pacote completo e exclusivo, que inclui:

- Passagens aéreas internacionais
- Hospedagem em hotéis confortáveis
- Transporte terrestre entre as cidades
- Refeições diárias
- Seguro viagem

Além disso, todo o roteiro será acompanhado por um guia especializado, garantindo um acompanhamento espiritual e histórico durante toda a jornada.



Participe Desta Viagem Transformadora

Mais do que visitar igrejas e pontos turísticos, essa peregrinação é um chamado à renovação da fé, ao reencontro com o sagrado e à vivência da comunhão entre irmãos que compartilham da mesma devoção. Uma experiência que vai tocar o coração, fortalecer o espírito e ficar marcada para sempre na alma de cada peregrino.

Garanta já a sua vaga com a AM Turismo e prepare-se para viver uma das jornadas mais emocionantes da sua vida.

Data da peregrinação: Outubro de 2025 Duração: 12 dias cidades visitadas: Roma, Assis, Nápoles, Lanciano e Milão. Mais informações e reservas: 21 99712-6197 | @amturismo.oficial | Comercial. amturismo@ammalls.com.br

AM Turismo – Viajando com fé, conforto e propósito.



O SONHADOR QUE REINVENTOU O VAREJO: A HISTÓRIA DE **ANDRÉ PIVETTI** E A FIRST CLASS

por Professor José Miguel



Há histórias que nascem para encantar, outras para ensinar e algumas que simplesmente reescrevem o impossível. A trajetória de André Pivetti, fundador da First Class, é uma dessas raras histórias que nos fazem acreditar de novo. Um conto real, onde a coragem de quem já foi um simples lavador de carros e ex-jogador de futebol frustrado virou combustível para um império que, hoje, transforma o jeito de dormir, sonhar e viver no Brasil.

Nascido em Campinas, André carregava nos ombros muito mais do que sacos de roupa suja, ele carregava sonhos. E sonhos que não encontravam espaço fácil para germinar. Ele se recorda das madrugadas em Madureira, entre camelôs e livros de segunda mão, quando plantava dentro de si a semente da leitura, um refúgio e, ao mesmo tempo, uma tocha para iluminar o caminho que nem ele mesmo sabia aonde o levaria, mas tinha a certeza que chegaria muito longe, aliás, como ele gosta de falar: "Nada é impossível. Ali, entre páginas amareladas, ele encontrou não só a forma de vender, mas de entender as pessoas. "Os livros mudaram a minha vida", diz André, que desde cedo foi moldado não por títulos acadêmicos, mas pela vontade de não aceitar o que estava dado.

Ele conta com naturalidade que sua primeira chance como vendedor foi conquistada com um currículo tão inventado quanto a coragem de um menino que queria caber em sonhos grandes demais. Mentiu o carro que não tinha, inventou cursos que nunca fez, mas a leitura genuína o preparou para o que importava: lidar com gente. "A capacidade não se mede pelo diploma, mas pela entrega", ensina André.

As adversidades pesadas que André enfrentou, para muitos, seriam motivo de desistência ou desespero. Ele lavou carros, sem nunca se envergonhar do trabalho honesto. Ele viu o sonho de ser jogador de futebol se esfumar, junto com o uniforme e as esperanças de menino. Ele bateu de frente com os "nãos" que pareciam muros intransponíveis. E, para completar, convive com o TDAH diagnosticado, um fardo que, para muitos, justificaria parar. Mas André jamais parou. Tudo aquilo que poderia tê-lo esmagado virou força bruta dentro dele, virou o impulso de quem queria pensar diferente, de quem queria ser maior que as circunstâncias. Ele se apresenta acima de tudo, como vendedor: alguém que, mesmo quando a porta se fecha, enxerga outras portas para abrir. E, no silêncio de cada "não", ele via nascer a vontade de criar um futuro que refletisse seus sonhos, um futuro em que o dono da loja fosse também o maior aprendiz do balcão.

“A verdadeira vitória vem não de chegar primeiro, mas de nunca parar de se mover”.

Em meio aos lençóis e sonhos, André encontra no esporte o fôlego que alimenta sua alma. Ele fala do esporte como quem fala de um amor antigo: confessa que o pratica todos os dias, como se cada corrida na areia, cada treino de futevôlei, fosse a renovação de um pacto silencioso consigo mesmo. “O esporte faz parte da minha vida”, diz, com brilho nos olhos. Para ele, o esporte não é só um escape, mas uma escola de disciplina e resiliência. É onde a mente respira e o corpo entende o que é limite — e, ao mesmo tempo, superação. Talvez seja por isso que o sucesso de André se confunde com a energia dos atletas: ambos sabem que a verdadeira vitória vem não de chegar primeiro, mas de nunca parar de se mover.

E assim começou a dança do varejo, um baile que só entrou na vida dele porque soube dizer “sim” para a persistência quando todos diziam “não”. “Sou um inconformado com não”, repete como um mantra. Foi assim que, quando as grandes fábricas fecharam as portas para ele, André não recuou. “Graças a Deus que eles disseram não”, conta. “Eles me ensinaram a pensar. Eu descobri quanto custava cada tecido, cada renda. E, no meio disso tudo, encontrei meu próprio caminho.”

No fundo, esse “não” dado por eles, que parecia um obstáculo intransponível, acabou sendo a culpa e o motor que fez a First Class se tornar maior que aqueles mesmos fornecedores. Se eles tivessem estendido a mão, talvez André tivesse se acomodado no papel de cliente; mas ao recusarem, empurraram-no para a criação de um negócio que, hoje, supera todos eles. Foi o “não” que moldou a grandeza da First Class, um paradoxo onde quem negou, no final, construiu sem querer o sucesso que hoje vê brilhar no horizonte.

Esse caminho virou a First Class: a rede que democratiza o consumo de cama, mesa e banho. A em-

presa nasceu da inquietude de quem não se contenta com o que está posto. O próprio André fala sem medo: “Minha loja era horrorosa, as mercadorias ficavam empilhadas em caixas de papelão”, lembra. Mas era ali, em meio a improvisos, que surgiu o DNA do negócio: vender qualidade a preços justos, para quem tem muito ou pouco dinheiro. “Não me interessa se a cliente vem da Baixada ou do Leblon. Ela leva o que há de melhor.” A First Class conquistou a raríssima façanha de encantar todos os públicos, do mais simples ao mais sofisticado.

“Na First Class, a hierarquia existe apenas no papel. Na prática, é a confiança que rege as relações”.

Talvez o maior trunfo de André Pivetti seja justamente o que não se aprende em nenhum MBA: a capacidade de estar presente, de verdade, para quem decide caminhar junto. “Eu tenho um grupo de WhatsApp com todos os funcionários e franqueados. Se quiser me chamar no particular, pode. Estou lá todos os dias”, conta ele. Na First Class, a hierarquia existe apenas no papel; na prática, é a confiança que rege as relações.



ANDRÉ PIVETTI

Para André, essa postura de dar acesso a todos, independentemente do nível hierárquico, lhe possibilita enxergar como cada pessoa pensa e age e, ao mesmo tempo amplia sua própria visão sobre o negócio. Para ele, é uma troca, onde ouvir e participar reforça o senso de pertencimento. Para muitos, isso pareceria fora do contexto, quase utópico, afinal, em empresas desse tamanho, poucos têm a chance de trocar ideias com o fundador ou o CEO. Mas é justamente essa abertura que transforma a First Class em algo mais do que uma rede de lojas: um grande lar, onde cada voz ecoa e cada sonho tem espaço para florescer.

Para quem o escuta, André faz parecer simples o que, de fato, é grandioso: criar uma rede com mais de 250 lojas, 50 franqueados e 1000 funcionários. Tudo isso sem nunca perder a essência de quem prefere um café e um aperto de mão ao discurso corporativo. “A palavra tem poder”, diz, como quem sabe que cada vez que repete: “Nada é impossível”, é também um voto de confiança em quem o ouve.

A história de André que na verdade é a história da First Class não tem o simples glamour de capa de revista. Tem suor de quem acorda cedo, tem humildade de quem reconhece que o respeito é o único tijolo que constrói um sonho sólido. Tem a força de quem, no lugar de ver obstáculos, sempre procurou soluções — e de quem acredita que cada não pode ser um convite para um recomeço.

“Nada é impossível, desde que você faça acontecer”

Hoje, aos 56 anos, André não sonha apenas com lojas de fábrica, mas com lares que abriguem dignidade e conforto para todos. Seu maior orgulho? Democratizar o prazer de deitar em um lençol macio, sentir a textura de uma toalha de 600 gramas e, acima de tudo, saber que o impossível, para ele, sempre foi só um ponto de partida.

Para André, um dos grandes motivos do sucesso da First Class está na persistência e na insistência.

Aprender a não desistir foi o alicerce que sustentou cada passo, mas foi a proximidade com um ecossistema inteiro de franquias e de pessoas, de cada colaborador a cada cliente, que consolidou esse caminho. Ele sempre destaca que o sucesso da First Class está intimamente ligado à simplicidade, e que essa simplicidade é o que permite que, dentro da empresa, floresça a humildade de tratar a equipe com respeito e escuta. André gosta de dizer que, apesar de já serem mais de 250 lojas, são apenas 50 franqueados, e isso, para ele, mostra a força do negócio: em média, cada franqueado toca cinco lojas, uma demonstração prática de que a First Class é uma franquia de sucesso. E, como essência a marca da empresa é clara como um lençol branco: democratizar o consumo, oferecendo mais de 300 itens de cama, mesa e banho em diferentes tamanhos, por preços justos — para que todos, de qualquer canto, possam sentir o aconchego de um lar bem cuidado.



Em determinado momento da conversa, André foi questionado sobre como controla ou entende a segmentação de mercado e se sabe, por exemplo, o que cada canto do Rio e do Brasil gosta de verdade. Ele sorriu, como quem carrega um segredo aprendido nas visitas de loja em loja, na escuta paciente de cada cliente e franqueado. “Na zona sul, zona nobre, o branco reina. Eles gostam de enxergar a pureza no tecido, a leveza no lar”, contou. “Mas vai para a Baixada Fluminense e esqueça. Lá gostam de cor escura, que aguenta o tranco do dia a dia e fala de calor e identidade.” Essa habilidade de ouvir e adaptar também faz parte do DNA da First Class: “pensamos sempre em como democratizar o consumo e atender cada microcosmo com seu jeito de viver”. Para André, é esse olhar atento e a humildade de tratar cada colaborador e cada cliente com o mesmo respeito que faz a First Class ser maior que um simples comércio: é um lar que se estende pelos sonhos de quem compra e de quem vende.

A grandiosidade da First Class não se mede apenas pelos metros quadrados de suas lojas ou pela maciez de seus lençóis. Ela se reflete na presença imponente de uma marca que hoje conta com mais de 250 lojas espalhadas por 23 estados brasileiros e até uma unidade internacional em Angola. Um feito impressionante que se constrói com a mesma delicadeza que se tece um tecido de 600 fios — detalhe a detalhe, sonho a sonho. O mix de produtos, com mais de 6.000 itens por loja, fala de uma ousadia silenciosa: oferecer, a quem quiser, a experiência de um lar que respeita as diferenças e abraça todas as classes. E como se não bastasse, a marca coleciona, ano após ano, reconhecimentos que a colocam no topo do franchising brasileiro: são 14 anos consecutivos recebendo o Selo de Excelência em Franchising da ABF e 13 anos brilhando com cotação máxima no prêmio “As Melhores Franquias do Brasil” da revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios. A cada nova peça lançada, a First Class expande não só seu catálogo, mas também seu propósito: democratizar o consumo, pro-

vando que o verdadeiro luxo mora no acesso ao que antes parecia inalcançável — e que se pode conquistar o mundo, começando com um lençol bem dobrado e um sonho bem cuidado.

E a mensagem que ele deixa ecoa como um feitiço bom: “Acredite nos seus sonhos, mesmo nos mais malucos. Mas trabalhe, porque só de sonho ninguém vive. Como ele sempre diz: Nada é impossível, desde que você faça acontecer.”

A história de André Pivetti e da First Class não é apenas sobre cama, mesa e banho. É sobre gente. É sobre lembrar que a grandeza de uma empresa nasce da grandeza de quem a sonha e sua para que seu sonho vire realidade e que o maior luxo, no fim das contas, é nunca parar de acreditar. E quando pergunto o que ele quer para a First Class no futuro, André não titubeia: ‘Queremos ser a melhor franqueadora do Brasil.’ Para ele, não se trata de uma meta inalcançável, mas de mais um capítulo de uma história que já provou que nada é impossível. E, ao dizer isso, seus olhos brilham não de ambição, mas da certeza de que cada conquista só faz sentido quando construída com respeito, trabalho e a crença de que nada, absolutamente nada, é impossível para quem decide caminhar de verdade ao lado de quem acredita em você.



PROF. JOSÉ MIGUEL

Professor universitário, escritor e palestrante.

O COMÉRCIO EXTERIOR COMO GRANDE SOLUÇÃO PARA O AGRONEGÓCIO DE RONDÔNIA

por Otávio Rodrigues

Hoje, o Estado de Rondônia respira o agronegócio e incentiva seus cidadãos a se capacitarem e investirem de diversas formas, e a implementação da Rondônia Rural Show foi uma mostra do avanço e qualificação do agronegócio no estado. E porque não dizer, que hoje Rondônia desponta como um estado com vocação confirmada para o agro, com um crescimento acima da média brasileira. No evento, registrou-se mais de R\$ 5,1 bilhões em negócios, nesses seis dias de intensa programação.

Dentre os destaques da feira, podemos citar o avanço da produção cafeeira, com o “Projeto CarbCafé Rondônia”, que reúne Embrapa, associação de produtores e cooperativas de crédito, e mapeia cultivo do grão robusta com um entorno 2,2 milhões de hectares de vegetação nativa protegida. Este estudo inédito, mostra que o café produzido em Rondônia é super sustentável, e conta, além da Embrapa nacional e estadual, com a Cafeicultores Associados da Região das Matas de Rondônia (Caferon) e o Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil (Sicoob-RO). Por meio do uso da geotecnologia e com o apoio de imagens de satélite, o trabalho registrou desmatamento zero em sete dos 15 municípios da região, entre os anos de 2020 e de 2023. Em toda a região, foram encontrados traços de retiradas de áreas florestais em menos de 1% da área total ocupada pela cafeicultura. O trabalho também demonstra que mais da metade dos territórios dos 15 municípios somados é coberta por florestas, o que totaliza 2,2 milhões de hectares com vegetação nativa.

Os números de Rondônia impressionam: Hoje, o estado é o 5º. maior exportador de café em grão do Brasil, o maior exportador de carne bovina da região norte, maior produtor de algodão da região norte e 3º. Maior produtor de milho da região norte. Além destes principais produtos, tivemos a oportunidade de conhecer e participar de eventos importantes como o 1º. Concurso de Produção de leite, o “RonLeite”, a valorização das produtoras mulheres que respondem por boa parte das produções agropecuárias da região, nos segmentos de café, chocolate, leites e laticínios, grãos e outros produtos da região.



Otávio Rodrigues com autoridades da Secretaria Estadual de Fazenda de Rondônia

Aconteceu entre os dias 26 e 31 de maio, na cidade de Ji-paraná, no Centro Tecnológico Vandeci Rack, a Rondônia Rural Show 2025, uma das maiores feiras agropecuária da região norte do Brasil, este ano, com o tema “Do Campo ao Futuro”. Foram 6 dias de muitos eventos ligados ao incremento do segmento agro no norte do País.

Contou com mais de 430 mil visitantes e 650 expositores espalhados por diversos pavilhões, apresentando produtos agropecuários, máquinas e equipamentos, serviços voltados ao agronegócio e para a agricultura familiar, com espaço para palestras técnicas destinadas a produtores rurais, estudantes, e para um público de famílias que lotaram o evento, ávidos por conhecimento de como empreender mais e melhor no agro. Foi verdadeiramente um evento que mostrou como o estado está apoiando um desenvolvimento sustentável e tecnológico para o setor.



Interesse no Comércio Exterior

Um ponto de extrema alegria para nós da Logimex Comércio Exterior, foi o imenso interesse de muitos expositores por conhecer e ter mais apoio no tema Comércio Exterior e, em especial, a exportação. Um fato ocorrido bem interessante, foi que nossa equipe estava na feira usando uma camisa, onde atrás se lia: "Despachante Aduaneiro". Por conta disso, fomos abordados por diversos produtores pedindo apoio e orientação para que seus produtos possam atingir os mercados externos com segurança, com bom planejamento logístico e amparados pela legislação que apoia e incentiva a exportação. Já saímos da feira com algumas empresas já prontas para iniciar seu plano de internacionalização, e algumas já com vendas realizadas, que nosso time promoverá organizando toda a sua caminhada para a exportação, fazendo a habilitação da empresa, fazendo os registros nos órgãos anuentes, tirando as certificações necessárias para a venda e desenhando o caminho logístico para realizar o "sonho da exportação". Estamos felizes em participar de processo, que ao nosso ver, está apenas começando para este estado tão promissor no agronegócio, já demonstrando sua preocupação com a sustentabilidade, que nosso meio ambiente tanto precisa.

Há quem pense que a exportação é para poucos. Muita burocracia, entraves pelas questões de distância física entre comprador e vendedor, problemas da língua nas negociações e outros mil fantasmas que assustam os pequenos produtores. Contudo, estamos dispostos a contribuir com esse processo que vive o Estado de Rondônia na capacitação dos produtores e qualificação de seus produtos, tornando-os cada vez mais vendidos no mercado globalizado internacional.

Para demonstrar essa possibilidade de internacionalização, tivemos diversas reuniões com associações de produtores, secretários de agricultura de diversos municípios, parlamentares que apoiam o desenvolvimento do agronegócio e a capacitação constante dos produtores rurais, gerando interesse em aprofundamento de temas que envolvam a internacionalização de empresas, seja vendendo seus produtos ao exterior, seja importando máquinas, equipamentos, insumos agrícolas, suplementos animais e muito mais.

Um pedido nos foi feito, de certa forma inusitado, para elaborarmos e apresentarmos o mais breve possível, um seminário promovendo o empreendedorismo da exportação para cooperativa de produtores de soja e café. Foi um desafio que aceitamos de imediato, pois sabemos que a partir dele, muitos produtores irão conhecer os procedimentos e se sentirão cada vez mais encorajados a migrar suas vendas para o mercado externo, diretamente, sem intermediários, o que não acontece na maioria das vezes.

Assim, a Rondônia Rural Show, foi um marco para nós da Logimex, que retornamos a Rondonia depois de 27 anos e fomos abraçados por um mercado que anseia por apoio, capacitação e por quem possa caminhar de mãos dadas com o produtor rural na internacionalização de seus negócios. E é isso que esperamos poder retribuir a todo esse interesse de crescimento internacional gerado na Rondônia Rural Show de 2025.



OTÁVIO RODRIGUES

Sócio-diretor da Logimex Comércio Exterior, Diretor da Federação Nacional de Despachantes Aduaneiros - FEADUANEIROS, membro do Conselho de Administração da Associação de Comércio Exterior do Brasil - AEB e colunistas da Revista Malls



MODA CIRCULAR: A REVOLUÇÃO SUSTENTÁVEL QUE ESTÁ TRANSFORMANDO O VESTUÁRIO NO BRASIL E NO MUNDO

por Beth Mendonça

Nos últimos anos, a moda circular tem se destacado como uma alternativa sustentável em um mundo que clama por mudanças. E você, já parou para pensar sobre a forma como consome moda? Esse novo conceito vai muito além de reciclar roupas; ele propõe uma revolução na maneira como nos relacionamos com o que vestimos. No Brasil, essa tendência tem crescido de forma impressionante, e muitas de nós, mulheres, estamos nos unindo a essa causa, buscando não apenas estilo, mas também responsabilidade ambiental. A moda circular se baseia em três princípios fundamentais: reduzir, reutilizar e reciclar. Ao invés de seguir a lógica da “moda rápida”, que nos empurra ao consumo excessivo e à produção de resíduos, a moda circular nos convida a prolongar a vida útil das nossas peças, a optar por um consumo mais consciente e responsável. Isso não é apenas uma necessidade para o planeta; é uma chance de expressarmos nossa individualidade e autenticidade.

E o que está acontecendo no Brasil? A moda circular está em plena ascensão, impulsionada pela

crecente consciência sobre a sustentabilidade e o desejo de alternativas mais conscientes ao consumo de moda. O mercado de brechós, aluguel de roupas e upcycling está crescendo significativamente, com projeções de expansão de 15% a 20% até 2030. Impressionante, não é? Nos últimos anos, o comércio de produtos usados, que inclui roupas e acessórios, teve um aumento expressivo de 48,5% entre 2020 e 2021. Além disso, o Sebrae registrou mais de 118 mil brechós ativos em 2023, um crescimento de quase 31% em relação aos últimos cinco anos. Isso mostra que estamos cada vez mais abertas a explorar novas formas de consumir.

Digital influencers, artistas e fashionistas estão abraçando a moda circular, levando os antigos brechós a se tornarem tendências de moda e de responsabilidade social. Elas têm transformado e divulgado a moda circular, elevando-a a um patamar de grandes opções fashion para todos. Vamos destacar algumas dessas mulheres incríveis que têm impactado o cenário da moda no Brasil.



Deborah Secco, por exemplo, se tornou sócia do brechó Peça Rara em 2022, uma iniciativa que vende roupas e itens domésticos usados. Deborah não só fortalece a marca, mas também amplia o debate sobre um estilo de consumo mais sustentável. Ela já mencionou que a maior parte do seu guarda-roupa é composta por peças de segunda mão e acredita que a moda

Além disso, muitas dessas celebridades apoiam marcas e projetos que promovem a moda circular, como brechós e iniciativas de upcycling. A escolha de roupas de segunda mão se torna uma forma de expressão e uma maneira de se conectar com outras

Adriane Galisteu



Marina Ruy Barbosa



Sabrina Sato



Deborah Secco



Bruna Marquezine

circular é o futuro do consumo. Para ela, consumir de forma consciente não só ajuda o planeta, mas também é uma forma de cuidar do nosso bolso.

Outras mulheres, como Adriane Galisteu, Bruna Marquezine e Sabrina Sato, também têm mostrado que é possível ser estilosa e sustentável. Elas usam sua visibilidade para inspirar um consumo mais consciente. Ao escolherem peças de segunda mão, demonstram que podemos manter nosso estilo e elegância sem precisar sempre comprar roupas novas.

mulheres que compartilham dos mesmos valores. A moda circular não se resume apenas a roupas; ela envolve a criação de marcas sustentáveis. Marina Ruy Barbosa, por exemplo, criou a marca Ginger, que se preocupa com processos de produção sustentáveis. Glória Pires é dona do marketplace sustentável Bemglô, que vende produtos artesanais. Essas iniciativas não só promovem a moda circular, mas também nos mostram que é possível fazer a diferença.

Para você fazer parte dessa revolução, basta seguir alguns passos importantes que fazem desta moda incrível que tem incentivado a criatividade de muitas mulheres e dado mais sustentabilidade ao mundo. Então, fique ligada nos passos a seguir:

Escolha marcas sustentáveis: Procure empresas que se comprometem com a moda circular e a sustentabilidade. Informe-se sobre a origem dos materiais e o processo produtivo.

Compre em brechós: Comprar roupas de segunda mão é uma maneira incrível de economizar e, ao mesmo tempo, encontrar peças únicas que têm uma história para contar. **Troque roupas com amigas:** Que tal organizar um 'fashion swap' com suas amigas? Essa é uma forma divertida de renovar o guarda-roupa sem gastar e ainda fortalecer laços de amizade.

Invista em qualidade, não em quantidade: Em vez de comprar várias peças baratas, escolha algumas de alta qualidade que vão durar mais tempo e que você realmente ama.

Dê uma nova vida às suas roupas: Se você tem peças que não usa mais, pense em transformá-las em algo novo. Esse ato pode ser muito criativo e sustentável. A moda circular não é apenas uma tendência; é um movimento que está transformando a forma como vemos e vivemos a moda. Ao adotar essa filosofia, você não apenas contribui para um mundo mais sustentável, mas também se empodera, tornando-se uma agente de mudança. Vamos juntas abraçar essa nova forma de ver a moda, onde cada escolha conta e cada peça vestida carrega um propósito.

A popularidade crescente da moda circular entre influenciadores e celebridades, demonstra que estamos no caminho certo.

O mercado está em expansão, com projeções de crescimento de até 30% para algumas empresas. A mudança está acontecendo, e você pode ser parte dela. Ao escolher agir com consciência, você não só se veste com estilo, mas também se alinha a um futuro mais sustentável. Afinal, moda é muito mais do que aparência; é uma declaração de valores e uma forma de expressar quem você realmente é.



ELIZABETH MENDONÇA GUERRA

Mentora e Coach pelo Instituto Hollos;
Acionista da Bellatrix Consultoria e Participações;
Especialista em Networking e
em Gestão de Pessoas;
Influenciadora Digital e Idealizadora do
Grupo Empreendedor Roda de Mulheres.



BALANÇO FINAL DO IRPF 2025: ENTREGAS, PENALIDADES E ORIENTAÇÕES PARA REGULARIZAÇÃO

por Ilan Renz

O prazo para a entrega da Declaração do Imposto de Renda Pessoa Física (IRPF) 2025, referente ao ano-base 2024, encerrou-se em 30 de maio. Como já se tornou tradição, os últimos dias foram marcados por uma corrida contra o tempo de milhões de contribuintes. Segundo dados oficiais da Receita Federal, foram entregues 43.344.108 declarações em todo o país.

O número ultrapassou as expectativas iniciais do Fisco, que previa cerca de 43 milhões de entregas. Isso demonstra uma crescente aderência do contribuinte às obrigações fiscais, impulsionada também pela ampliação da declaração pré-preenchida e pela digitalização dos serviços.

Perfil das Declarações

A Receita Federal divulgou um panorama do comportamento dos contribuintes. Entre os principais destaques, observa-se que:

- 56,4% das declarações resultaram em imposto a restituir, indicando que a maioria dos contribuintes teve valores retidos a maior.
- 22,2% das declarações resultaram em imposto a pagar.

- 21,2% ficaram na neutralidade, sem valores a restituir ou pagar.
- 50,3% utilizaram a declaração pré-preenchida, representando um avanço significativo no uso da tecnologia.
- 55,5% optaram pelo modelo simplificado de tributação, que oferece desconto padrão de 20% sobre os rendimentos tributáveis.
- 6,9% das declarações foram retificadoras, ou seja, correções feitas após a entrega inicial.

Tecnologia e Inovações no IRPF 2025

A principal aposta da Receita para facilitar a vida do contribuinte foi o incentivo à declaração pré-preenchida. O número recorde de adesões mostra que a ferramenta, além de prática, contribuiu para reduzir erros e cruzamentos inconsistentes de dados. O acesso via gov.br em nível prata ou ouro foi requisito para utilizar essa funcionalidade.

Outro avanço foi o uso do aplicativo Meu Imposto de Renda, que permitiu a entrega diretamente pelo celular. A Receita também melhorou o sistema de restituições via Pix, facilitando o recebimento para aqueles que indicaram chave válida e compatível com seu CPF.

Consequências para Quem Não Declarou

Quem estava obrigado a declarar e não cumpriu o prazo pode sofrer sanções previstas na legislação tributária. As principais consequências incluem:

- Aplicação de multa por atraso: 1% ao mês sobre o imposto devido, limitada a 20%, com valor mínimo de R\$ 165,74.
- Inclusão do CPF em situação 'pendente de regularização', o que pode impedir operações bancárias, financiamento estudantil, emissão de passa-

portes e posse em concursos públicos.

- Risco de malha fina: contribuintes que deixam de declarar e possuem rendimentos informados por fontes pagadoras são automaticamente identificados pelos sistemas da Receita.

Como Regularizar a Situação

A regularização deve ser feita o quanto antes para evitar maiores complicações. Veja o passo a passo:

1. Acesse o site da Receita Federal e baixe o programa do IRPF 2025 ou utilize o portal e-CAC para preencher a declaração fora do prazo.
2. Entregue a declaração atrasada. O sistema calculará automaticamente a multa por atraso e emitirá o DARF correspondente.
3. Efetue o pagamento do DARF o quanto antes para evitar cobrança de juros adicionais.
4. Acompanhe a situação do CPF pelo site da Receita ou no aplicativo Pessoa Física.

Considerações Finais

A entrega da declaração do Imposto de Renda é mais que uma obrigação fiscal: é um instrumento de cidadania e responsabilidade com o país. Estar em dia com o Fisco garante tranquilidade ao contribuinte e permite acesso a serviços, benefícios e restituições de forma segura e ágil.

Fique atento aos prazos e evite deixar para a última hora. O planejamento e a organização são essenciais para cumprir suas obrigações com mais eficiência. Aqueles que porventura perderam o prazo ainda podem e devem regularizar sua situação, evitando complicações futuras com a Receita Federal.



ILAN RENZ

Empresária contábil, especialista em IRPF, conselheira do CRCRJ, Diretora Social do SesconRJ e vogal suplente da JUCERJA

**Para aparecer
é só anunciar aqui**

revistamalls.contato@gmail.com

FESTAS JUNINAS AQUECEM AS VENDAS E MOVIMENTAM INDÚSTRIAS E SUPERMERCADOS

por Redação da Revista Malls



O período de festas juninas se consolida como um dos momentos mais estratégicos para o varejo alimentar, impulsionando o consumo de produtos típicos e movimentando supermercados em todo o país. Para a Combrasil, indústria de alimentos com forte presença nesse mercado, a temporada de 2025 representa uma grande oportunidade de crescimento. A empresa ampliou sua presença nos pontos de venda, investindo em um maior número de barracas juninas e no aumento do volume de itens sazonais para atender à demanda crescente dos consumidores.

Além do impacto comercial, a companhia também está contribuindo para a geração de empregos temporários em diversas regiões do país, reforçando seu compromisso com o desenvolvimento do setor e o fortalecimento da economia local durante o período festivo.

Segundo Daniel Azevedo, gerente de vendas da Combrasil, as expectativas para este ano são otimistas, com projeção de crescimento na comercialização desses produtos em comparação com o mesmo período do ano anterior. “As festas juninas são um dos principais momentos de consumo do ano. Observamos um aumento expressivo na procura por itens típicos e, por isso, estruturamos uma estratégia robusta para ampliar nossa presença no varejo e atender essa demanda crescente”, destaca.

Para impulsionar os resultados, a Combrasil investe em um conjunto de ações no ponto de venda, reforçando o relacionamento com redes supermercadistas. Materiais de merchandising, como wobblers, faixas de gôndola e ambientação temática, foram desenvolvidos para aumentar a visibilidade dos produtos e estimular a conversão. Além disso, encartes promocionais e ativações estratégicas dentro das lojas buscam fortalecer o posicionamento da marca e ampliar a experiência do consumidor.

Ainda dentro do planejamento, a Combrasil mantém negociações com grandes redes para ampliar a distribuição e garantir maior capilaridade dos produtos durante a temporada junina. “Nosso objetivo é estar cada vez mais presente no dia a dia dos consumidores, oferecendo qualidade e tradição em cada receita preparada nesse período tão especial”, completa Azevedo. Com essa abordagem, a empresa busca consolidar as festas juninas como um dos momentos mais representativos para seu faturamento anual, fortalecendo sua atuação no mercado de alimentos.

CLÉCIO REGIS: O ARTISTA QUE TRANSFORMOU O BAIRRO DE BANGU NO RIO EM CAPITAL DA CENOGRAFIA BRASILEIRA

por Marcelo Gusmão

Como nasce um artista que transforma bairros, constrói identidades culturais e ainda carrega no DNA a missão de deixar um legado? Com origem humilde, talento visceral e muita coragem para recomeçar, Clécio Regis é um nome que transcende os limites da cenografia. Ele não apenas cria cenários — ele conta histórias através da arte.

Nascido no Rio Grande do Norte e criado no Morro do Juramento, Clécio chegou ainda criança a Bangu. À época, foi ali, entre ruas largas, vilas operárias e a sombra das fábricas, que descobriu sua paixão por um bairro que mais parecia Londres em sua mente de menino observador. Apaixonou-se pelo bairro, fincou sua alma.



O renomado e premiado artista Clécio Regis Assis sempre procurado pela imprensa

A ARTE COMO MISSÃO DE VIDA

A infância pobre, o banho de caneca e a casa com goteiras não apagaram a sensibilidade artística de Clécio. Desde os três anos, ele já desenhava. Mais tarde, a tentativa frustrada de entrar na faculdade de artes plásticas quase desviou sua rota — mas o destino tinha planos maiores.

Em 1984, Clécio foi contratado pela TV Globo para trabalhar na cidade cenográfica da minissérie Tempo do Vento. A partir daí, sua trajetória explodiu como uma aquarela de oportunidades: escola de samba, exposições, o Fashion Rio, eventos corporativos e há mais de 30 anos à frente da cenografia, uma empresa que hoje é referência no Brasil.

DOS SHOPPING CENTERS ÀS PASSARELAS... ARTE COM DNA COMERCIAL

Quem disse que um shopping não pode ser uma galeria viva? Clécio provou o contrário ao participar da inauguração do Barra Shopping com uma exposição de réplicas de Monet, Renoir e Mondrian — a convite da Multiplan para a inauguração do Shopping New York City Center na Barra da Tijuca. Em seguida, assinou eventos em diversos shoppings do Brasil, como exposições, ambientações e vitrines de marcas de moda que participaram do Fashion Rio.

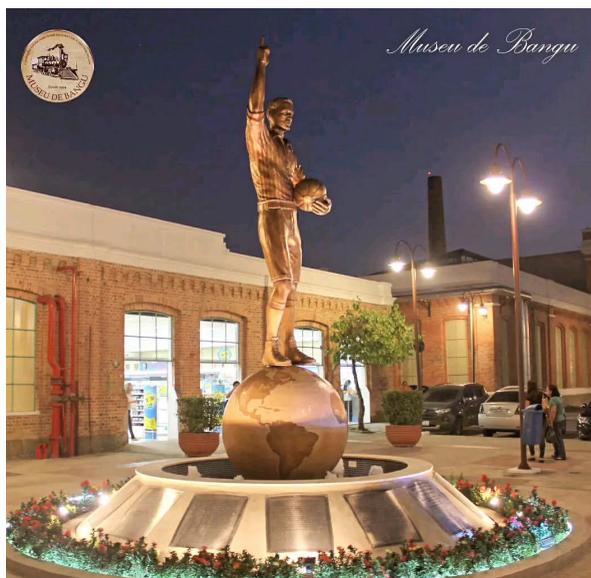
“Fizemos tanto sucesso na inauguração do New York City Center que o trânsito travou da Lagoa até a Barra. Foi um marco”, relembra.

O ARQUITETO DO LEGADO EM BANGU

Mas foi em em Bangu que Clécio transformou o próprio chão em patrimônio. Construiu com recursos próprios o monumento em homenagem a Thomas Donohoe, o verdadeiro pai do futebol no Brasil, que trouxe a bola para Bangu antes mesmo de Charles Miller.

O monumento virou roteiro cultural, ganhou mídia internacional e colocou o bairro nas páginas do The Sun e de veículos do Japão à Rússia.

“Eu banquei tudo. Usei meu nome, meu trabalho e a força da arte pra dar visibilidade à história do futebol que nasceu em Bangu”, diz com orgulho.



Bangu Shopping RJ - Thomas Donohoe, técnico tecelão escocês e pai do futebol no Brasil.

SUPERAÇÃO COM TINTA, FERRO E PROPÓSITO

Em 2014, Clécio passou por um dos momentos mais difíceis da sua vida. Mas ao invés de parar, reinventou-se.

Com disciplina, resiliência e ainda mais dedicação à arte, retomou sua carreira com vigor. Hoje, mantém projetos, obras em execução e continua gerando emprego e formação técnica para dezenas de profissionais no segmento da cenografia e arte urbana.

Revista Malls: O que a arte representa pra você hoje?

Clécio Regis: A arte representa um grande veículo para transformação de vidas, através das diversas oportunidades de emprego e renda. Além da identidade cultural que marca de forma positiva a vida de um povo. Elemento transformador.

Revista Malls: Você é reconhecido como um dos nomes mais importantes da cenografia nacional. Qual foi seu trabalho mais marcante?

Clécio Regis: Entre as centenas de grandes trabalhos posso destacar alguns que não só transformaram a minha vida, mas a vida de outras pessoas é contribuir com a história da Arte no Brasil e no mundo: A pintura de arte da mini série da TV Globo: “Hoje é Dia de Maria” foram quase 8800 m2 de área pintada. Entramos para o livro dos records “RANKING BRASIL” - Monumento ao pioneirismo do futebol no Brasil. Thomas Donohoe, técnico tecelão escocês que veio trabalhar em Bangu. E em 1894 trouxe a primeira bola e pares de chuteiras, e no gramado da fábrica rolou a primeira bola de futebol no Brasil, 6 meses antes de Charles Miller em São Paulo. E no mesmo local eu Ergui um bellissimo Monumento as vésperas da copa da Escultura no Brasil. Na qual vieram as grandes mídias de todos os continentes *Escultura do Dr. Roberto Marinho na portaria 3 do PROJAC. Pois trata-se do maior empreendedor no ramo de telecomunicações da América Latina no século XX. Foi uma bela modelagem em argila e uma bellissima fundição em bronze.



O Telão para a minissérie da TV Globo Hoje é dia de Maria maior telão em tecido pintado no Brasil Ao fundo o grande diretor Luis Fernando Carvalho



Estátua do jornalista Roberto Marinho



Monumento em homenagem a Zumbi dos Palmares fica em Padre Miguel. A iniciativa foi do Point Chic Charm, ao comando de Angelo Chic. Escultura em Bronze

LEGADO E FUTURO

Hoje, com dezenas de projetos em andamento, incluindo esculturas do MC Marcinho e do benfeitor Guilherme da Silveira, esse grande artista segue deixando marcas por onde passa... físicas, culturais e emocionais.

Sua empresa, com sede em Bangu, já formou 70% da mão de obra de cenografia do carnaval carioca. E ele mesmo define sua missão: "Ganhar dinheiro é fácil. Difícil é transformar esse dinheiro em legado", concluiu.



Marcelo Gusmão
Publicitário e
CEO da SEO10

Revista Malls: Como você vê o papel da arte nos espaços comerciais, como os shoppings?

Clécio Regis: os shopping centers quando abrem seus espaços comerciais para intervenções de arte além de atrair novos públicos com outros olhares, trazem para si uma responsabilidade sócio-cultural com efeitos extremamente positivos para seus negócios. Pois não só as classes A e B frequentam os shopping, mas as classes menos favorecidas também. E isso é de grande importância e faz a diferença.

Revista Malls: O que você aconselha a novos artistas e empreendedores da arte?

Clécio Regis: Aconselho os novos artistas e empreendedores da arte, a definirem que tipo de seguimento da arte pretendem seguir. Focar e seguir em frente, com observação, percepção e muita prática. É um mercado de muitas oportunidades. Faz bem ao bolso e alma. Além de uma forte ligação espiritual. Segue um versículo bíblico para encerrar: "sete anos durou a fome, mas não bateu à porta do artesão". Fica a dica.

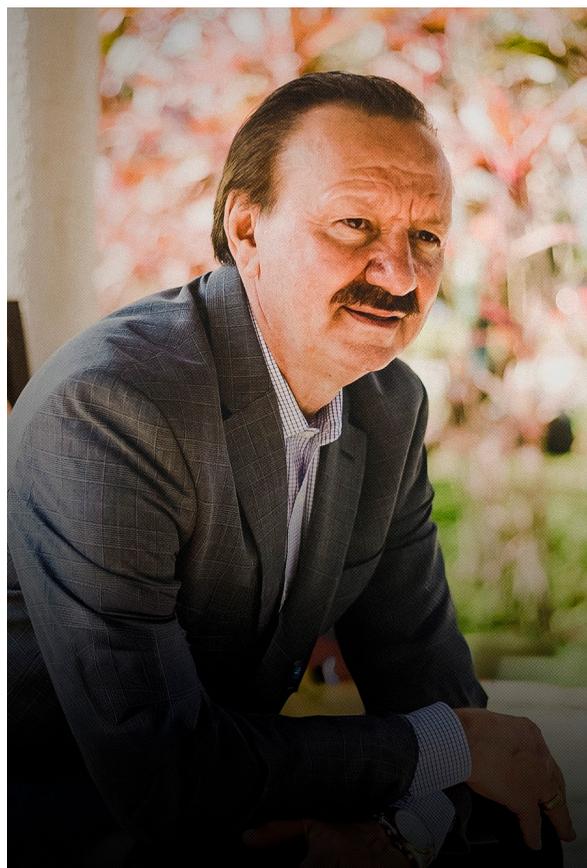


GENIVAL BESERRA: UMA VIDA DEDICADA AO TRABALHO, À FÉ E ÀS PESSOAS

por Matheus Pimentel

“Quem é Genival Beserra?” A resposta a essa pergunta vai além de cargos e conquistas. É uma história de luta, fé e propósito. Nascido em Pernambuco, Genival saiu do Nordeste ainda jovem, cheio de esperança e vontade de vencer. No Rio de Janeiro, ele conseguiu sua primeira oportunidade de trabalho e assinou sua carteira aos 16 anos, iniciando uma trajetória guiada por seus valores e sonhos.

Começou a trabalhar cedo, aos 12 anos, e aos 17 já atuava como repositor em uma pequena loja de conveniência. Era o último a sair, lavando o chão da loja com sabão em barra e rodo, preparando o espaço para o dia seguinte. Mas ali, naquela rotina árdua, ele já demonstrava o que seria sua marca registrada: fazer tudo com amor e com excelência, como se fosse para Deus.



GENIVAL BESERRA

Presidente do Conselho da Associação dos Supermercados do Estado do Rio de Janeiro

“Quando você faz para Deus, você faz o melhor”, afirma Genival com convicção. Para ele, a vida profissional nunca foi apenas sobre ganhar dinheiro, mas sobre servir e fazer diferença. Não por acaso, sua ascensão no setor de supermercados foi meteórica: de repositor a presidente de grandes empresas do ramo, sempre guiado por um princípio inabalável — o senso de dono.

Genival explica esse conceito com simplicidade: “O senso de dono é aquele que sabe que vai comprar, vai vender e vai pagar. Não se faz despesa esperando que outro pague. Você tem que gerar o recurso”. E essa consciência o acompanhou ao longo de mais de 50 anos no varejo, onde formou equipes, desenvolveu líderes e deixou um legado humano que supera qualquer número de vendas.



Mas Genival é mais do que um homem de negócios. É um cristão convicto, que carrega em sua fala uma profunda reverência a Deus e aos valores que a Bíblia ensina. “A palavra de Deus é atual ontem, hoje e sempre”, afirma. Para ele, honestidade, respeito, dignidade e simplicidade são os verdadeiros patrimônios que um pai deve deixar aos filhos — e aos netos, bisnetos, e a todos que cruzam seu caminho.

“Não tem ninguém mais sábio do que Deus. Mas também nunca houve alguém tão simples”, diz, ao refletir sobre a importância de tratar todos com humildade e humanidade, independentemente de posição social ou poder. Genival acredita que o mundo seria melhor se todos tratassem o próximo como gostariam de ser tratados — não por obrigação religiosa, mas por consciência do que é certo.

Ele acredita no poder da liderança amorosa. Foi gestor exigente, mas sempre presente, sempre atento ao que estava por trás das pessoas: suas vidas, suas dores, seus desafios. Conta histórias emocionantes de funcionários que, ao serem ouvidos e acolhidos, retribuíram com lealdade e produtividade incomparáveis. “Cuide das pessoas, e as pessoas cuidarão de você e do seu negócio.”

Ao longo da vida, Genival conheceu o sucesso empresarial. Trabalhou em empresas importantes como Makro, Sendas, Lojas Americanas, Continente, Prezunic e Costa Azul, sendo também uma figura-chave na criação da Rede Unno. Mas, mesmo nos momentos de maior prestígio, nunca perdeu o olhar sensível para o outro, nem a consciência de que a verdadeira recompensa não está no salário, e sim na colheita de uma vida bem semeada. “Você só colhe o que planta”, diz. E ele plantou muito — com amor, dedicação e fé.

Na trajetória de Genival, os atacarejos, supermercados e hipermercados sempre foram mais que formatos comerciais — eram oportunidades de crescimento para a população e portas abertas para quem queria trabalhar e vencer na vida. Ele participou da montagem de grandes operações no atacado, como o enorme platô que viria a se tornar o Shopping Grande Rio. “Ali era um atacadão. Mais de 12 mil metros quadrados. A gente vendia 14, 15% de tudo da rede Sendas em uma loja só”, relembra com orgulho.

Além disso, Genival também foi pioneiro na integração de supermercados em lojas de departamento, como na Americanas. Implantou 23 lojas com área de supermercado, e foi um dos responsáveis por tornar essa seção responsável por mais de 40% das vendas da rede na década de 80. “Foi uma virada de chave. Transformamos o modelo de loja e criamos novas possibilidades.”

Ele também observa a transformação do setor nos últimos anos: “O atacarejo ganhou força, mas tudo tem seu público. O supermercado de bairro continua sendo o coração de muita gente. O hipermercado ainda tem seu espaço. E o mercado dentro do shopping é uma tendência que veio pra ficar. Conforto, conveniência e segurança contam muito.”

Hoje, aos 73 anos, Genival segue como presidente do conselho da Associação de Supermercados do Rio de Janeiro (ASSERJ), e como conselheiro e mentor em diversas empresas. Dedicar-se a formar novas lideranças e a compartilhar o conhecimento acumulado ao longo de décadas. Mas seu maior legado, como ele mesmo diz, está nos valores que deixa para as próximas gerações.

E por falar em legado, a história de Genival também se entrelaça com a de grandes nomes do varejo, como Joaquim Cunha, e empresas sólidas como o Presunic e o Costa Azul. A última fase de

sua carreira foi marcada pela criação de redes cooperativas, como a Rede Uno — que chegou a reunir mais de 130 lojas e movimentar bilhões por ano.

Genival afirma que não deseja mais trabalhar para ninguém. “Hoje, trabalho como consultor, uma vez por mês, ou a cada quinze dias. Quero ajudar as pessoas a olharem fora da caixa, como eu olhei.” Seu foco agora é compartilhar — e servir. Quem quiser acompanhar suas reflexões, histórias e contribuições, pode seguir Genival nas redes sociais. No Instagram, ele está como @genivalbeserra21, onde continua inspirando com a mesma simplicidade que sempre o guiou.

Porque, como ele diz, “o tempo que Deus me permitir viver nessa terra, eu quero viver para servir as pessoas.”

MATHEUS PIMENTEL
Criador do Canal 100% Talks



Como a falta de
mão de obra está
afetando o setor de
supermercados
no Brasil

A falta de profissionais qualificados tem sido um desafio crescente no setor de supermercados em todo o Brasil. Faltam operadores de caixa, padeiros, açougueiros, reposidores... e essa ausência impacta diretamente o dia a dia de todos, gerando filas, atrasos na reposição de produtos e, conseqüentemente, afetando a qualidade do atendimento.

As razões para essa escassez são diversas: desde salários que muitas vezes não acompanham as expectativas, levando a uma alta rotatividade, até a dificuldade em encontrar candidatos com a qualificação necessária para algumas funções. Além disso, as novas gerações parecem buscar outras áreas de atuação.

O setor supermercadista está atento a essa realidade e busca alternativas para mitigar esses impactos. Investimento em automação, programas de treinamento interno e a busca por oferecer melhores condições de trabalho são algumas das estratégias em curso. É um cenário complexo, mas estamos trabalhando para encontrar soluções e garantir o melhor para nossos clientes e colaboradores.

GENIVAL BESERRA



CONTA AÍ, JOSY MENDES

Estilo com Propósito: A Mulher que Escolheu Florescer

por Josy Mendes

Flávia Carvalho é alma viva. É resiliência em forma de mulher. É beleza que nasce da luta, da fé e do amor. Uma artista que transformou o próprio peito em vitrine de superação e hoje, faz da moda um ministério silencioso de cura e identidade.

Casada com Márcio de Souza e mãe da encantadora Ketlyn, Flávia é empresária, CEO do @studiofc_oficial e @idealpaisagismorj. Divide sua rotina entre trabalho, arte e afeto. É apaixonada por arquitetura, paisagismo, design de interiores e lugares que inspiram. Gosta de acordar cedo, frequentar cafeterias, observar o mundo com olhar criativo, porque ela enxerga beleza onde o comum passa despercebido.

“Ser mãe me deu ainda mais coragem. Não posso ensinar minha filha só com palavras. Preciso ensinar com atitudes.”

Ela não costura apenas tecidos. Ela costura sentidos. E o que ela veste hoje é uma armadura de quem não apenas sobreviveu, mas floresceu onde muitos definham.



FLÁVIA CARVALHO

CEO do @studiofc_oficial e @idealpaisagismorj

Infância Simples, Raízes Fortes

Flávia Carvalho não nasceu em berço de ouro, mas cresceu envolta em amor, fé e café quente na mesa. Cada detalhe da sua história – da infância simples ao palco das grandes marcas, foi bordado com esforço, coragem e alma.

Antes do Studio FC, dos looks fashionistas e das parcerias de renome, existia uma menina cheia de sonhos, criada por uma mãe que, mesmo com poucos recursos, colocava todos os dias o café sobre a mesa com dignidade, carinho e presença. Era ali, entre uma conversa e outra, que Flávia aprendia o valor das pequenas coisas. Aprendia a ver beleza onde muitos só enxergam escassez.

“Minha mãe sempre fez muito com pouco. Tínhamos dias difíceis, mas ela fazia parecer leve. Era o café quentinho, o cheiro de pão, a mesa posta com amor. Eu cresci acreditando que o essencial mora nos detalhes.”

Essa infância ensinou mais do que a moda jamais poderia ensinar. Foi ali que nasceu o seu senso estético, sua sensibilidade e sua força emocional. Com uma mãe batalhadora e presente como espelho, Flávia aprendeu que o verdadeiro luxo é ter paz, e que o maior presente que uma mulher pode dar ao mundo é permanecer firme mesmo quando tudo dentro dela está por um fio.



Flávia Carvalho com a filha ketlyn e o marido Márcio de Souza

Entre Sonhos e Cicatrizes: O Despertar para o Propósito

Em 2004, Flávia entrou para o universo da moda. Começou nos bastidores, mas desde o início se recusava a ser só mais uma. Ela queria fazer a diferença e fazia. Cada peça que tocava ganhava vida. Cada look que montava tinha alma. Ela unia sensibilidade e intuição, criando combinações que vestiam mais do que corpos: vestiam histórias.

Tudo parecia seguir bem, até que, em 2015, a vida virou do avesso. O diagnóstico de câncer chegou como um vendaval. O chão sumiu. A vaidade se calou. O espelho passou a refletir uma mulher em guerra.

“Eu me senti sem forças, sem controle. Mas dentro de mim, havia algo maior: a certeza de que eu ainda não tinha terminado minha missão.”

Ela chorou, sim. Teve dias que só conseguia se manter em pé por amor à filha, pela promessa que fez a si mesma de não se entregar. Mas mesmo frágil, Flávia escolheu continuar. Costurou esperança entre um exame e outro, criou peças mesmo em meio às dores da quimioterapia. Porque sua arte não dependia do exterior. Ela nascia da alma.

“O câncer não me parou. Ele me reconectou à minha essência. Me fez mais grata, mais humana, mais inteira.”

Studio FC: Uma Marca com Alma e Identidade

Dessa jornada de dor, renascimento e propósito, nasceu o Studio FC — sua maior conquista profissional e espiritual. Cada peça carrega um traço da sua história: são atemporais, elegantes, versáteis, mas acima de tudo, verdadeiras. Flávia acredita que estilo não é sobre tendência. É sobre expressão. Sua marca reflete sua personalidade determinada, criativa e forte. Suas clientes não compram roupas. Compram empoderamento. Porque cada criação diz:

“Você é única. E você pode recomeçar quantas vezes for preciso.”

Dos Bastidores ao Palco: A Trajetória de Sucesso

Antes do Studio FC, Flávia passou por grandes nomes do cenário fashion. Atuou no showroom da Lança Perfume, trabalhou com Lezalez, Gatabakana, Elegance, Morena Rosa, Zinco e participou de duas edições do Rock in Rio representando a Coca-Cola Moda.



Flávia no Rock in Rio com a Coca-Cola

Mas nada disso a define tanto quanto sua essência. Flávia não perdeu sua raiz. Ainda é aquela menina que viu a mãe colocar o café na mesa com amor. Ainda se emociona com detalhes. Ainda acredita que a moda pode ser instrumento de transformação – e é.

Conclusão: Costurando Propósito na Alma do Mundo

Flávia Carvalho é mais do que uma empreendedora. Ela é uma semente que floresceu no concreto. Sua história toca, cura e inspira. De menina sonhadora à mulher que superou o câncer, ela nos lembra que cada um pode se reinventar, mesmo quando tudo parece perdido.

Um conselho de Flávia para você:

“Você não precisa esperar tudo estar bem para continuar.

Continue mesmo com medo.

Continue mesmo sem aplausos.

Continue mesmo quando o caminho parecer escuro.

Porque há luz dentro de você.

E quando você escolhe não parar, o mundo ao seu redor muda.

O recomeço não vem do céu em aplausos ele começa quando você levanta, com fé, e decide: hoje, eu não vou desistir.”





A EMPATIA com os seus e meus pacientes

por Dra. Lú de Freitas

Falar sobre empatia na relação entre profissional e paciente é crucial! É a base para uma comunicação eficaz e confiável, além de ser essencial para um cuidado mais humanizado.

Acho que uma das coisas mais importantes no cuidado com a saúde é conseguir se colocar no lugar do paciente — tentar entender o que ele está sentindo, não só fisicamente, mas também emocionalmente.

Percebo como faz diferença quando o profissional realmente escuta o que a gente tem a dizer, sem julgamentos e com atenção.

A empatia cria uma conexão tão forte entre quem cuida e quem é cuidado. A gente se sente mais seguro e confiável no tratamento.

Às vezes, não é nem sobre ter todas as respostas, mas sobre mostrar que você se importa e que está pronto para ajudar da melhor forma possível.

Acho que precisamos falar mais sobre como desenvolver essa sensibilidade — essa capacidade de entender o outro na área da saúde.

Você sabe o que significa empatia?

É definida como a capacidade de compreender e compartilhar os sentimentos de outra pessoa. Desempenha um papel fundamental na construção de uma relação terapêutica eficaz entre profissional e paciente.

A demonstração de empatia por parte do profissional de saúde pode levar a uma maior aceitação do tratamento pelo paciente, à redução da ansiedade e à melhora nos resultados clínicos.

Desenvolver a escuta ativa, a comunicação não verbal e a capacidade de reconhecer e validar as emoções dos pacientes são aspectos essenciais para cultivar a empatia no ambiente de cuidado.

Estudos têm demonstrado que a empatia do profissional está associada a uma maior satisfação do paciente com o atendimento e a uma percepção de maior qualidade do cuidado.

Eu amo quando a paciente fala que sou uma fisioterapeuta extremamente sensível.

O meu propósito como fisioterapeuta é, por meio do toque, proporcionar cura aos meus pacientes — tocar não só o corpo, mas também a alma.

Faço isso de uma forma tão natural, porque acredito que um paciente ouvido e compreendido desenvolve maior confiança no profissional e no tratamento. Sente-se mais seguro para expressar suas preocupações e dúvidas. Experimenta uma redução do estresse e da ansiedade ao ser acolhido por mim.

Na anamnese, por exemplo, isso melhora a comunicação e a coleta de informações relevantes. No tratamento, a empatia se torna ainda mais importante, porque, atrás de cada paciente, existe uma história, medos, traumas, experiências vividas e muitas expectativas.

É importante destacar que a empatia traz benefícios para ambos os lados. Um paciente empático também facilita o trabalho do profissional, criando um ambiente de troca mais respeitosa e cooperativa.

Consegue compreender como a empatia transforma a relação de cuidado em algo mais humano?

Esse é o meu objetivo: proporcionar um atendimento humanizado, que gere saúde e bem-estar ao meu paciente.



DRA. LÚ DE FREITAS
Fisioterapeuta



UM CASO DE MAUS-TRATOS A ANIMAIS QUE CHOCOU O PAÍS

por Carlos Maggiolo

No dia 29 de abril deste ano, um médico cardiologista chamado Walter Rau da Silva Vieira, foi preso em flagrante na cidade de Arraial do Cabo. Quando a gente pensa que profissionalmente nada mais nos impressiona ou nos surpreende, surge uma prisão como essa, um verdadeiro “case” que entrou para os anais do Direito Penal e da Psicologia Forense. Os policiais que trabalharam no caso confessam que também nunca depararam com um cenário tão grotesco e nem tão pouco viram tamanha crueldade e frieza na vida policial deles.

O crime de maus-tratos aos animais praticado por Walter vai muito além do processo que ele está respondendo e muito além da pena que pode chegar a cinco anos de reclusão - porque deixa uma série de indagações e reflexões a respeito do ser humano e do que ele é capaz.

A informação que se tinha é de que a ação policial teria sido deflagrada em razão de uma denúncia anônima via WhatsApp, recebida dois dias antes (no domingo, dia 27 de maio) – o tempo

necessário para que providenciassem o mandado de busca e apreensão. Contudo, o Diário do Comércio revelou que a denúncia foi realizada pelo próprio filho do autor.

A cena era de um filme de terror – uma situação perturbadora, de extrema crueldade animal: a polícia encontrou ao menos sete cães — incluindo três filhotes — congelados dentro de um freezer, na residência do médico. Em outros cômodos da casa, animais vivos, sujos, famintos e acuados, convivendo entre fezes, ossadas e restos de comida apodrecida.

No total, dez animais foram resgatados com vida — seis cães e quatro gatos. Os felinos estavam trancados no banheiro da suíte, em meio a dejetos e restos de ração deteriorada. Uma cadela da raça buldogue francês, segundo a equipe veterinária, apresentava desidratação severa, feridas profundas nas patas e perda de movimento nos membros traseiros, um possível caso de tetraplegia.



Vejam a que ponto pode chegar a monstruosidade de uma criatura humana. Além dos corpos congelados, a perícia encontrou anestésicos de uso controlado e imagens mostravam farto material de uso hospitalar nas prateleiras dos móveis. A polícia investiga a suspeita de que procedimentos clínicos clandestinos tenham sido realizados no imóvel, uma hipótese reforçada por imagens recebidas junto à denúncia inicial, que hoje sabemos terem sido fornecidas pelo filho do médico. Será que esse psicopata estava realizando experiências com esses animais? Submetendo esses bichos a dores indescritíveis?

Vamos um pouco mais longe agora: considerando que todo serial killer passa por um processo evolutivo até chegar a um número elevado de vítimas, quando esse cardiologista começaria a fazer experimentos com vítimas humanas se não fosse parado pela polícia?

O que reforça ainda mais a tese de que poderiam morrer a qualquer hora numa dessas experiências de laboratório, é que todos os animais estavam em estado de alerta, acuados. A maioria nem conseguia andar. Era como se esperassem o pior. Todos esses animais foram acolhidos pela Clínica de Castração de Arraial do Cabo.

Um fato macabro chamou a atenção dos policiais: quando eles retiraram os cadáveres congelados do freezer e os colocaram no chão, os animais vivos se aproximaram no intuito claro de se alimentarem – o que demonstrou ser um costume eles comerem esses restos mortais.

A polícia investiga ainda a possibilidade de que o médico comercializasse a carne dos animais. Para as autoridades envolvidas na operação, ele chegou a afirmar, no momento da abordagem, que se alimentava dos animais e que teria servido a carne a amigos.

Isso significa que essas práticas bizarras não se limitam a esse indivíduo. Se há quem goste de comer e se há quem compre, há quem produza. Se a Polícia Civil fizer um bom trabalho, certamente chegará numa rede criminosa, cruel e covarde. Esse é um caso que deveria ser investigado por uma equipe especializada.

Walter é um cidadão normal. Um médico, profissão que salva vidas. Ele trabalhava no Posto de Saúde do Sobradinho, em São Vicente, distrito de Araruama - e foi contratado em 2021, por meio do programa Mais Médicos, do Governo Federal. As pessoas comuns caem no ledão engano de imaginar que pessoas perversas não exercem profissões como a de um enfermeiro ou um médico. Ora, muitos pedófilos trabalham justamente em escolas onde o contato com suas vítimas é mais intenso. É um erro pensar assim, pois eles são capazes de tudo.

Quem faz isso com um animal não é capaz de fazer com um humano?

A criatura faz com que seus animais se alimentem de indivíduos felinos ou caninos que esses mesmos animais conviveram, quiçá até criaram laços! Isso é muito perverso – muito desumano.

Note os requintes de crueldade com que esses crimes foram praticados na casa de um médico, acima de qualquer suspeita – o que só confirma o dito popular de que “quem vê cara, não vê coração”.

Fica a reflexão.



CARLOS MAGGIOLO

Advogado Criminalista, Professor de Direito Penal e Jornalista



COLUNA DA **JULIANA JARDIM**

REVISTA MALLS REÚNE, NO RIO, COLUNISTAS, JORNALISTAS E EMPREENDEDORAS

Encontro de Mulheres: uma tarde de conexões, inspiração e novos começos
por Juliana Jardim



Fotos: Rafael Quintanilha

Colunistas, jornalistas e empreendedoras presentes no 1º Encontro de Mulheres

Em uma tarde marcada por troca de experiências, acolhimento e muitas conexões, o auditório da Procec, na Barrinha, foi palco do “Encontro de Mulheres”, promovido pela Revista Malls na última sexta-feira, 06 de junho. O evento reuniu cerca de 20 mulheres, a maioria empreendedoras, todas com histórias de vida inspiradoras e trajetórias profissionais que, de alguma forma, se entrelaçam pelo desejo comum de crescer, compartilhar e, acima de tudo, se fortalecerem mutuamente.

Idealizado para reunir colunistas, colaboradoras e convidadas da Revista Malls, o encontro foi aberto pelo diretor-presidente da Revista e CEO do Grupo AMMalls, Antonio Mamede, que agradeceu a presença de cada participante e destacou o objetivo maior daquele momento: criar um espaço genuíno de escuta, acolhimento, networking e, quem sabe, futuros projetos e parcerias. “Este é um movimento que queremos fortalecer cada vez mais. Quando mulheres se unem, ideias nascem, negócios florescem e transformações acontecem”, destacou Mamede na abertura do evento.

Durante o encontro, cinco convidadas tiveram um espaço maior para compartilhar suas histórias, experiências e visões sobre temas que permeiam o universo feminino. A empresária, influenciadora e escritora Beth Mendonça, que em breve lançará seu livro "Acorda, querida! - Um Guia com 7 Práticas Valiosas Para as Mulheres de 40 Anos ou +", falou sobre o desafio de fazer escolhas mais conscientes e assumirmos o protagonismo da própria vida, especialmente após os 40. Sua fala, carregada de autenticidade e identificação, tocou muitas das presentes.



Beth Mendonça, empresária, influenciadora e escritora

Em seguida, a escritora e coach Anna Braga trouxe reflexões sobre a importância da meditação e do mindfulness como ferramentas práticas para o equilíbrio emocional e o fortalecimento da mente em meio às pressões diárias que tantas mulheres enfrentam. Com uma fala leve e didática, ela mostrou que, mesmo nas rotinas mais intensas, é possível encontrar pequenas pausas que fazem grande diferença.



Anna Braga, escritora e coach

Já a estrategista digital Vanessa Unruh compartilhou dicas valiosas sobre posicionamento e engajamento no universo digital, ensinando como empreendedoras podem, com estratégia e autenticidade, aumentar sua presença e faturamento nas redes. Em um mundo cada vez mais conectado, seu conteúdo foi direto ao ponto, trazendo insights práticos e aplicáveis.



A estrategista digital, Vanessa Unruh

As histórias de sucesso também tiveram espaço com as empresárias Manu Farias, proprietária do Brechó Fashion Carioca, e Anamara Barreira, proprietária da Anita Beauty Clinic, ambas localizadas no Città América, na Barra da Tijuca. Elas dividiram um pouco de suas trajetórias de superação, aprendizado e crescimento, provando que, com determinação e foco, é possível construir negócios sólidos e de sucesso, mesmo em mercados desafiadores.



A empresária Manu Farias, proprietária do Brechó Fashion Carioca



A empresária Anamara Barreira, proprietária da Anita Beauty Clinic. Além dessas participações, as demais convidadas também puderam se apresentar e contar um pouco de suas histórias e áreas de atuação, enriquecendo ainda mais o encontro com diferentes perspectivas, experiências e olhares.

O encontro foi, sem dúvida, um sucesso. Um espaço onde o acolhimento feminino não ficou apenas no discurso, mas foi sentido em cada fala, em cada sorriso e em cada olhar atento de quem estava ali não só para ser ouvida, mas também para ouvir. E como tudo que é bom merece ser repetido, a ideia é que o “Encontro de Mulheres” ganhe novas edições a cada 30 ou 45 dias, sempre com novas convidadas e temas que agreguem ainda mais valor a essa rede que só cresce.

Em tempos de tanto individualismo e pressa, foi bonito — e necessário — ver mulheres se reunindo, sem pressa, para simplesmente trocar, compartilhar e crescer juntas. Porque quando há espaço para a escuta e para o acolhimento genuíno, as portas para o novo se abrem. E, mais uma vez, pude testemunhar o quanto esse movimento feminino é potente, transformador e necessário.

Você possui CNPJ ou MEI?

A SulAmérica é a opção mais econômica para ter acesso aos melhores hospitais

Custo-benefício

A partir de 2 vidas

Aproveitamento de carências

Planos a partir de:

R\$330,12

Simule 100% Online



Idade	Preço
00 a 18	R\$330,12
19 a 23	R\$412,65
24 a 28	R\$511,68
29 a 33	R\$567,97
34 a 38	R\$607,73
39 a 43	R\$704,96
44 a 48	R\$842,71
49 a 53	R\$987,71
54 a 58	R\$1.175,81
59 ou +	R\$1.908,64

AM Seguros

(21) 99737 9986

COMERCIAL@AM18CORRETORA.COM.BR



www.revistamalls.com.br