REVISTA MALLS
EDIÇÃO ESPECIAL | 2025

MARILENE ARAÚJO, UMA VISIONÁRIA QUE NÃO APENAS COMANDA, MAS TRANSFORMA O MUNDO FASHION

Páginas de 11 a 15

Diretora de Expansão do Grupo Soma

As notáveis
Páginas 3 a 6

Celebrando o mês das mães nos shoppings: o poder da criatividade feminina.
Páginas 8 e 9

Loide Almeida, coragem que vira legado
Páginas 24 a 26

Mulheres que movem o comércio exterior
Páginas 27 a 30

Monique Curi: A mulher que parou de esperar e começou a inspirar
Páginas 31 e 32

IRPF para Profissionais da Moda: Como declarar sem cair na Malha Fina
Páginas 44 e 45

Índice

As notáveis 3
Antonio Mamede

Celebrando o Mês das Mães nos Shoppings: O Poder da Criatividade Feminina 8
Léo Duarte

Marilene Araújo, uma visionária que não apenas comanda, mas transforma o mundo fashion 10
Professor José Miguel

O Futuro das mulheres nos negócios: Inspiração e Conexão. 16
Beth Mendonça

Ajinomoto do Brasil anuncia primeira presidente mulher 19
ASSERJ

Do sonho à realidade: Mulheres que fazem acontecer 20
Ilan Renz

Loide Almeida - Coragem que vira legado 24
Coluna Josy Mendes

Mulheres que movem o comércio exterior 27
Otávio Rodrigues

Monique Curi: A mulher que parou de esperar e começou a inspirar 31
Coluna Juliana Jardim

Luxo Sustentável: Como Manu Farias transformou o Brechó Fashion Carioca e está revolucionando a Moda Consciente 33
Coluna Juliana Jardim

Ana Tereza Basílio: a voz feminina que redesenha os rumos da advocacia fluminense 35
Ana Caroline Pereira

Do bairro do Caju no Rio para a engenharia que salva vidas no país 37
Thaiane Santos

O Golpe do Amor 38
Carlos Maggiolo

A importância da drenagem linfática manual no Climatério e Menopausa 41
Lú de Freitas

Doações na Declaração de Imposto de Renda: Um gesto que faz a diferença e ainda gera benefício fiscal. 42
Ilan Renz

IRPF para profissionais da moda: Como declarar sem cair na malha fina 44
Claudia Lolita

Jaiany Mello: O lançamento nacional que irá reescrever o mercado brasileiro e ganhar o mundo. 46
Eugênio Santos

Contagem regressiva para o enasuper 2025 48
Solange Bassaneze

Expediente

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
edsonmoraesyz1@gmail.com

Editor de Artes, Design e Diagramação:
Haja Negócios
contatos@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, Cristiane Guiot, Léo Duarte, Marcelo Gusmão, Carlos Maggiolo, Beth Mendonça, Otávio Rodrigues, Rommel Cardozo, Marceli Fonseca e Matheus Pimentel

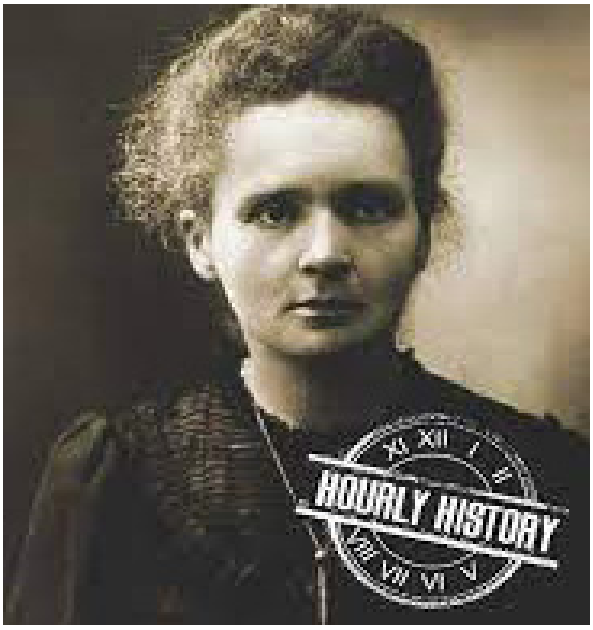
A Revista Malls é uma publicação digital mensal da AM Revista ltda.
Avenida Almirante Barroso, 63/2809.
Centro. Rio de Janeiro- RJ
www.revistamalls.com.br

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.

AS NOTÁVEIS

Por Antonio Mamede

Metade da população mundial é formada por mulheres – a outra metade, por seus filhos. Essa é a humanidade tal como ela realmente é. No entanto, por um misto de complexo de inferioridade, insegurança e ignorância – atributos comuns aos animais racionais do sexo masculino –, a sociedade insiste em subjugar, boicotar e ofuscar o brilho das mulheres, especialmente daquelas cujo valor impactou profundamente a nossa história.



MARIE CURIE
Física e Química

É o caso, por exemplo, da física e química polonesa Marie Curie, que foi laureada duas vezes com o Prêmio Nobel. Além de descobrir os elementos rádio e polônio, Marie Curie desenvolveu um aparelho autônomo de raios X. O dispositivo, acoplado a um veículo, permitia revelar imagens no próprio campo de batalha, facilitando o diagnóstico preciso das lesões dos soldados feridos na Primeira Guerra Mundial.

Se fosse homem, seu nome talvez estivesse estampado nos livros de História de muitos países. Entretanto, infelizmente, vivemos em uma sociedade machista – o que torna essas mulheres ainda mais extraordinárias. Mulheres que dedicaram suas vidas ao estudo de áreas tradicionalmente dominadas por homens. Mulheres que desafiaram convenções sociais, enfrentaram instituições, comunidades acadêmicas e colegas de profissão. Mulheres que renunciaram aos confortos da vida e fizeram grandes sacrifícios pessoais.

Lise Meitner, conhecida como a "mãe da fissão nuclear", e Jocelyn Bell Burnell, a astrofísica esquecida, são dois exemplos clássicos de como ainda habitamos uma sociedade primitiva. Nenhuma delas foi agraciada com o Prêmio Nobel, embora seus colegas homens, integrantes das mesmas equipes de pesquisa, tenham recebido o reconhecimento. Lise Meitner dispensa apresentações; já Jocelyn Bell Burnell descobriu os pulsares estelares – uma das maiores contribuições à astrofísica moderna.

LISE MEITNER
Física

JOCELYN BELL BURNELL
Astrofísica

Como contraponto a essas injustiças, destacamos uma mulher que enfrentou de frente o ranço machista da sociedade: Bertha Lutz. Ao trazê-la para esta reflexão, contextualizamos também a História do Brasil, ampliando a compreensão do leitor sobre tais questões sociais.

BERTHA LUTZ
Bióloga, educadora, diplomata e política brasileira

Bertha marcou época ao lutar pelo que acreditava, em um tempo em que as mulheres precisavam de autorização até para sair de casa. Faleceu em 1976, aos 82 anos, tendo desempenhado papel fundamental no movimento sufragista. Representou o Brasil na assembleia geral da Liga das Mulheres Eleitoras, nos Estados Unidos. De volta ao país, fundou a Federação pelo Progresso Feminino e iniciou sua luta pelo direito ao voto feminino e à igualdade de direitos políticos. Um de seus maiores objetivos era mostrar que as mulheres não eram dependentes dos homens – e ela conseguiu.

Já que estamos falando de mulheres brasileiras que desafiaram as convenções de sua época, não podemos deixar de mencionar Chiquinha Gonzaga e Maria Quitéria.

Chiquinha, renegada pela própria família, separada de um marido que a proibia de tocar piano e afastada dos filhos, escolheu viver pela música, sua maior paixão. Foi a primeira mulher a reger um concerto exclusivo de violões – algo inédito numa época em que até tocar serenata era proibido. Enfrentando tudo e todos, abriu caminho para a presença feminina na música popular brasileira. Sua marchinha "Ó abre alas" é entoada até hoje nas folias de Carnaval.

CHIQUINHA GONZAGA
Musicista

MARIA QUITÉRIA
Militar

Maria Quitéria, por sua vez, aparece retratada em várias pinturas da Guerra da Independência (1822–1824), com cabelos curtos, encaracolados e roupas masculinas – disfarce que lhe permitiu lutar como soldado contra o domínio português. Isso porque seu pai havia proibido seu alistamento. Foi a primeira mulher-soldado do Brasil e liderou um grupo de combatentes contra os portugueses. É símbolo de coragem, bravura e determinação.

Essas são algumas das mulheres que nos inspiram em solo brasileiro, sem deixar de citar a marcante figura da Princesa Isabel. Responsável por assinar a Lei Áurea, que aboliu definitivamente a escravidão no Brasil em 1888, também sancionou a Lei do Ventre Livre. Educada com o mesmo rigor destinado aos meninos, foi a primeira mulher a exercer o cargo de chefe de Estado na América Latina, como regente do Império.

ISABEL
Princesa Imperial do Brasil

Se não fossem as mulheres, por exemplo, até hoje você poderia estar vivendo de forma rudimentar dentro de casa, pois foi uma delas, Florencia Parpart, quem inventou a geladeira. Da mesma forma, a História reconhece como responsável pelas tecnologias que deram origem ao Wi-Fi e ao GPS a atriz e inventora Hedy Lamarr, que criou esse sistema em 1942, durante a Segunda Guerra Mundial.

FLORENCIA PARPART
Inventora

HEDY LAMARR
Atriz e inventora

A seringa moderna foi inventada por Letitia Geer, em 1896. A fralda descartável, por Marion Donovan – que também criou o fio dental como o conhecemos hoje. Em 1986, Patricia Bath revolucionou as cirurgias de catarata ao introduzir o uso do laser no procedimento. Ada Lovelace, por sua vez, foi a primeira programadora de computadores da história.

LETITIA GEER
Inventora da seringa

MARION DONOVAN
Inventora da fralda descartável e fio dental

PATRÍCIA BATH
Oftalmologista e inventora

ADA LOVELACE
Matemática e escritora

Elas estão em tudo! Elas mudaram o mundo!

A conclusão inevitável é que o machismo é, sim, fruto de um profundo complexo de inferioridade masculino. E sejamos justos: não se pode condenar os homens por isso... afinal, esse complexo tem razão de ser.

Elas são o máximo! Viva as mulheres!

ANTONIO MAMEDE
CEO da Revista Malls

Grupo AM MALLS

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

VISTA DA NOSSA SALA DE REUNIÃO

CENTRO DE CONVENÇÕES AM MALLS SERGIPE

AM Seguros

AM Consultoria Financeira

AM TURISMO
VIAGENS E HOSPEDAGENS

AM SUSTENTABILIDADE
PROJETOS, SOLUÇÕES E NEGÓCIOS EFICIENTES

AM TECNOLOGIA
SOLUÇÕES DE EXCELÊNCIA EM CONECTIVIDADE

AM PARKING
GESTÃO DE ESTACIONAMENTO

AM PM
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.

Instagram: @leomattosduarte

Celebrando o MÊS DAS MÃES nos Shoppings: O Poder da Criatividade Feminina

Por Léo Duarte

Começando com um pouquinho de história, o Dia das Mães foi oficializado em 5 de maio de 1932, pelo Decreto nº 21.366 assinado por Getúlio Vargas, e desde então é celebrado no segundo domingo de maio como forma de homenagear o amor materno. No meu caso, que tenho um caso de amor pujante com a minha, dei trabalho para estudar. Sempre muito prestativo, e o mais presente dos meus dois irmãos, eu queria mesmo era empreender (montei meu primeiro negócio aos 15 anos). Estudar leva tempo e minha mãe foi a peça-chave para o meu desenvolvimento. Valeu, Mamãe!

Mas quero mesmo é falar sobre as mães e mulheres, criativas por natureza, que são parte fundamental do universo da comunicação. O Dia das Mães é para o varejo e, em especial, para os shoppings, muito mais que uma celebração afetiva; é a segunda data do calendário mais importante do ano, ficando atrás apenas do Natal. Em 2024, a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas estimou que 78% dos brasileiros comprariam presentes, movimentando cerca de R$ 40,21 bilhões em comércio e serviços (fonte: cndl.org.br). É nessa época que corredores se enchem, praças de alimentação ganham novas cores e o fluxo dispara.

Mas como transformar essa movimentação em experiências que grudem na memória? Eu já vi: oficinas de arranjos florais para crianças fazerem buquês para suas mães, brunches temáticos com degustação de chás e cafés especiais, lounges de beleza com quick-treatments para mães se sentirem mimadas — tudo isso montado dentro do shopping. Há ainda espaços "Instagramáveis", com backdrops florais e cabines de foto instantânea, que geram conteúdo espontâneo e orgânico para as redes sociais.

Por trás de cada detalhe dessas ativações, há mulheres criativas em ação. São publicitárias que desenham o conceito da campanha, jornalistas que roteirizam lives ao vivo direto do mall, designers que escolhem paletas de cores capazes de transmitir afeto, e marqueteiras que ajustam a comunicação para atingir o público certo. Já vi uma equipe de marketing montar uma roda de conversa com mães influenciadoras para falar de empoderamento e, ao mesmo tempo, apresentar as lojas que participavam da ação — um casamento perfeito entre conteúdo relevante e ativação de marca.

Quem é do segmento já observou que, cada vez mais, as diretorias de marketing dos shoppings contam com líderes mulheres, que trazem sensibilidade e visão estratégica. E hoje é preciso celebrar a mulher empreendedora e multitarefas: mãe, algumas pães (pai e mãe numa só), profissional, influenciadora de opinião (dentro e fora de casa), amiga, estudante e muitas outras concomitantes facetas.

Em conversa recente com um parceiro do setor, fiquei impressionado com o poder da mulher na comunicação. Uma gerente de marketing de um shopping de Santa Catarina conseguiu dobrar o fluxo no Dia das Mães ao repaginar toda a comunicação digital, investindo em shorts (vídeos curtos) que mostravam o dia a dia de mães reais em ação. Só o slogan: de mulher para mulher, M...para simbolizar esse resultado.

E é na interseção entre tecnologia e emoção que vemos o futuro das campanhas em shoppings: chatbots que ajudam na curadoria de presentes, realidade aumentada que "decorre" gifts customizados no carrinho de compras, transmissões ao vivo de eventos com Q&A em tempo real e, quem sabe, até pop-ups de marcas criadas por donas de casa que viraram pequenas empresárias.

Se você é quem planeja a campanha de Dia das Mães no seu shopping, lembre-se: não basta encher o espaço com flores e lâmpadas. É preciso dar voz às mulheres que criam, às mães que inspiram e às profissionais de comunicação que transformam uma data comemorativa em um espetáculo de sentimentos. No fim do dia, o verdadeiro presente é essa conexão genuína que seu público carrega com ele e que, garantidamente, volta e indica.

Até mês que vem! Abraços

LEO DUARTE
CEO da Cia.Duarte

MARILENE ARAÚJO, UMA VISIONÁRIA QUE NÃO APENAS COMANDA, MAS TRANSFORMA O MUNDO FASHION

Por Professor José Miguel

Em um mês que celebra o poder de criação, força e inspiração das mães, nada mais justo do que exaltar uma mulher que é, ela mesma, uma costureira de destinos. Neste Mês das Mães, falaremos sobre Marilene Araújo, um nome e uma visionária, que não apenas comanda, mas transforma. Uma brasileira que é referência para todas as mulheres e um exemplo para o mundo. O que transforma o mundo fashion também passa por mãos como as dela.

Filha de um modelista e sobrinha de fabricantes e varejistas, ela literalmente nasceu entre tecidos.

Cresceu em meio aos rolos de pano que deslizavam pelas mesas de enfesto da fábrica, onde cada dobra era uma lição prática sobre o que significa transformar matéria-prima em desejo. Enquanto outras crianças colecionavam bonecas, Marilene costurava para as suas e fazia desfiles e isso só com nove anos.

Foi no vaivém da agulha e no zumbido das máquinas de costura que ela aprendeu o valor da originalidade. Ainda jovem, já intuía o poder que uma etiqueta carregava. Entendeu muito cedo que uma marca não era apenas um nome bordado no colarinho, mas a força invisível que otimizava uma peça comum em objeto de desejo.

UMA MENINA CRIADA ENTRE MÁQUINAS

Antes de se tornar uma das mentes mais estratégicas do varejo nacional, ela foi uma menina criada entre máquinas de costura e etiquetas de grandes marcas modeladas pelas mãos do pai. Aos 16 anos, já trabalhava em loja; aos 18, embarcava para Nova Iorque como compradora de acessórios; e aos 19, morava sozinha, bancava o próprio carro e pagava seu apartamento. Pode parecer exagero, mas ela chegava a ganhar o equivalente a 15 salários-mínimos por mês, e isso há várias décadas! Em um tempo em que tal independência era impensável, ainda mais para uma mulher, Marilene já era financeiramente independente.

Mas não foi sorte, nem mágica: foi consistência, faro comercial e uma paixão genuína pelo que fazia. Quando outros jovens ainda decidiam que carreira seguir, Marilene já sabia onde queria estar — e, mais do que isso, já sabia como fazer o mercado escutá-la.

Seu talento para a estética e sua inteligência para os negócios a levaram rapidamente a dominar o varejo. Com o tempo avançando, antes dos 30, recusava propostas para ganhar menos como publicitária, porque já havia entendido algo que muitos demoram a perceber: onde está seu diferencial, ali está sua mina de ouro.

Aos olhos do mercado, Marilene era apenas uma vendedora. Mas por trás dessa aparência, havia uma estrategista. Ela entendia como tudo se comportava no universo do varejo de moda, mas, acima de tudo, dominava os bastidores.

Quando a Multiplan a chamou para ser corretora de shoppings — num ambiente até então dominado por homens engravatados, ela não entrou apenas com ousadia. Entrou com bagagem. Seu principal diferencial: sabia o que fazia uma loja prosperar. E em dois anos, já era uma das maiores forças comerciais do grupo.

Marilene Araújo foi a responsável por levar marcas como Animale e Farm ao shopping Rio Design. Na época, o empreendimento já era reconhecido por seu perfil sofisticado e voltado ao design de interiores, porém ainda distante do universo dinâmico do varejo de moda. Com talento e ousadia, Marilene enxergou ali um potencial adormecido e redesenhou sua identidade com modernidade e propósito. O que antes era um espaço de nicho tornou-se, em suas mãos, um case premiado de reposicionamento nacional — exemplo claro de como visão estratégica e sensibilidade comercial podem transformar contextos e narrativas.

Após essa experiência marcante, Marilene deixou a Multiplan e assumiu um novo desafio na Ancar. Foi nesse momento que levou consigo as marcas Animale e Farm, que se tornaram as primeiras a dar o start no reposicionamento do mix de lojas — um movimento que significava muito mais do que apenas novas vitrines. Seu papel era atuar diretamente na curadoria estratégica das marcas presentes no shopping, promovendo uma reformulação do perfil comercial e alinhando o empreendimento a um novo público-alvo: mais conectado à moda, ao desejo e ao consumo qualificado. Esse objetivo já havia sido traçado pela Ancar, mas encontrou em Marilene a profissional ideal para torná-lo realidade. Sua atuação foi decisiva na consolidação de um novo posicionamento voltado à moda, reforçando ainda mais sua trajetória como uma das principais referências do varejo nacional.

MARILENE ARAÚJO
Diretora de expansão do Grupo Soma

CAPACIDADE DE ENXERGAR ALÉM DO ÓBVIO

Capacidade de enxergar além do óbvio

Em Las Vegas, veio o reconhecimento. No Brasil, a consagração.

Essa coragem a eleva em visão. Seu desprendimento da busca imediata por faturamento revela uma capacidade de enxergar além do óbvio — uma visão que transcende o comum. Veja por si: quando o país ainda engatinhava no e-commerce, Marilene já apontava o omnichannel como um caminho inevitável. E quando muitos enxergaram na pandemia o fim da linha, ela viu uma janela de transformação. Renegociou contratos de 300 lojas em shopping centers e escoou o estoque por uma estrutura digital já robusta — construída muito antes da crise, como quem planta sabendo exatamente quando virá a colheita.

EXCELÊNCIA, VERDADE E INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Com uma forte atuação no Grupo Soma — holding que controla algumas das marcas mais desejadas do país, como Animale, Farm e Cris Barros — Marilene está à frente do processo de expansão da companhia. A Expansão foi ousada, mas sempre pensada. Para essa estrategista, abrir uma loja nunca foi apenas sobre presença física: era sobre posicionamento, desejo de marca e inteligência territorial. Cada praça, uma equação. Cada esquina, uma oportunidade medida em metros e rentabilidade. Ainda assim, Marilene faz questão de destacar que esse movimento não é fruto de uma liderança solitária. Ela se vê como parte de um time excepcionalmente talentoso, e sabe que seu papel só faz sentido quando está em coerência com o DNA colaborativo do Grupo Soma, um ambiente em que conquistas se constroem juntos, e se celebra o mérito de todos. "Eu sou a minha própria marca através do meu conhecimento", diz ela. E é mesmo. Uma marca que carrega três selos inegociáveis: excelência, verdade e inteligência de mercado.

Segundo ela, negociar com shoppings não é apenas uma habilidade — é uma necessidade vital para o varejista. Detectou do lado de dentro, como contratos mal ajustados podem asfixiar marcas promissoras. Por isso, fez do seu conhecimento uma ponte: deixou de ser corretora para se tornar consultora, ajudando lojistas a renegociarem suas condições, repensarem seus espaços e barganharem com dados na mão. "Não dá mais para simplesmente aceitar o que o shopping impõe. É preciso sentar, provar, mostrar números e exigir o que é justo", defende. Ela alerta: os shoppings, para sobreviverem, precisam rever sua estrutura de custos. Aluguéis sufocantes e um modelo que penaliza o tempo de permanência matando principalmente os pequenos.

"Ou os shoppings se reinventam ou se tornarão fortalezas de gigantes", diz, com a convicção de quem já viu esse filme em outros mercados. Para ela, a sobrevivência passa por uma mudança de mentalidade: menos imposição, mais parceria — porque o futuro não se constrói com contratos engessados, mas com sabedoria coletiva.

ECOSSISTEMA EFICIENTE QUE CONECTA DESEJO E ENTREGA

Para a consultora, a tecnologia não foi uma opção — foi um divisor de águas. Quando a pandemia fechou 300 lojas físicas do Grupo Soma, o que salvou a operação foi o digital. Eles não improvisaram. Já estavam prontos. "A gente já tinha uma fortaleza de e-commerce, explodimos em vendas online enquanto outros ainda aprendiam a subir produtos", conta. Mas ela vai além: para ela, a tecnologia é muito mais do que uma vitrine digital. É inteligência aplicada. É poder prever tendências, testar coleções, ler dados de comportamento e ajustar rotas em tempo real. Com o uso de analítica e mídias sociais, conseguem não só vender, mas estar presentes onde o cliente está e principalmente, onde ele vai estar.

O tablet virou vitrine, o algoritmo virou estilista e a loja física, quando bem pensada, é parte de um ecossistema inteligente que conecta desejo e entrega. Hoje, 30% da nossa venda é digital — e crescendo", afirma. E quando o mundo parou, eles seguiram em frente, com estratégia, coragem e wi-fi, explica.

A visionária Marilene Araújo

Na cartografia comercial de Marilene, nenhuma praça é igual à outra. Cada cidade, cada região, tem seu próprio ritmo, seu próprio custo, suas próprias regras inclusive as tributárias. "Você não pode simplesmente replicar um modelo de loja de São Paulo em Salvador ou em Porto Alegre. O que funciona aqui pode ser inviável lá", afirma. Para ela, o segredo está em respeitar a singularidade de cada mercado: estudar bem a logística, entender o comportamento de compra local, adaptar mix e precificação, e, sobretudo, negociar de forma específica com cada shopping. Há estados em que o imposto é cobrado na entrada da mercadoria, outros em que a substituição tributária encarece brutalmente o produto. Ignorar isso é pagar para falhar. Marilene Araújo enxerga o Brasil como um quebra-cabeça de vitrines e oportunidades, onde só se mantém quem sabe ler o mapa com atenção.

Seus conselhos para os empreendedores são simples, mas afiados como uma tesoura de alfaiate:

• "Não entre no shopping se não estiver pronto."
• "Não ignore o custo invisível da logística reversa."
• "Não subestime o peso dos impostos, esteja preparado para eles."
• "E não abra mão de entregar mais do que o cliente espera."

O custo de um estoque parado é um veneno silencioso

Com seu olhar sempre voltado para o amanhã, antecipa uma revolução silenciosa nos corredores dos shoppings. Para ela, o futuro não será de vitrines abarrotadas, mas de espaços inteligentes. As lojas deixarão de ser apenas pontos de venda para se tornarem verdadeiros mostruários, elegantes showrooms onde o cliente experimenta, sente, toca, mas não leva na sacola. A entrega, feita no dia seguinte, virá ajustada, personalizada, e talvez embalada com uma bainha feita sob medida. "Isso já existe na China", diz ela, sem exageros. E acrescenta:

"O custo de um estoque parado é um veneno silencioso. Com taxas de juros como as que temos, não dá para ficar com mercadoria encalhada. A loja precisa funcionar como um centro de distribuição estratégico, irrigando regiões inteiras com logística inteligente." Essa visão, que mescla racionalidade financeira com experiência do consumidor, não é apenas futurista. É inevitável.

Para ela, moda não é vaidade — é leitura social. Shopping não é um lugar — é um ecossistema. E varejo, mais do que vender, é entender gente.

Marilene Araújo passou pelas maiores empresas do setor: a Multiplan, referência nacional em shopping centers de alto padrão; a Ancar Ivanhoe, uma das pioneiras na transformação do varejo físico em experiência de consumo; a Aliansce Sonae, que, após fusão com a brMalls, deu origem à gigante ALLOS, hoje a maior operadora de shoppings da América Latina; e finalmente o Grupo Soma, onde sua atuação marcou profundamente a expansão e o fortalecimento de grandes marcas de moda. Em cada uma dessas empresas, ela não foi apenas mais um nome nos quadros corporativos. Foi uma grande mente por trás de reposicionamentos arrojados, parte da estratégia que anteviu tendências e da força e visão que decidiu onde e como grandes marcas deveriam florescer, e floresceram.

Se você não sabe ainda o tamanho do que estamos falando, o Grupo Soma foi, e segue sendo, agora com outro nome, uma força colossal no universo da moda brasileira.

Reuniu sob seu guarda-chuva marcas que se tornaram sinônimo de desejo e estilo, como Animale, Farm, NV, Cris Barros, Maria Filó, Fábula, Hering e tantas outras. Em 2024, protagonizou uma das maiores movimentações do varejo nacional ao se unir à Arezzo&Co, criadora de nomes como Schutz, Reserva e Anacapri. Dessa união nasceu a Azzas 2154, uma holding que já nasce gigante, com mais de 2.000 lojas, presença em todo o território nacional e um apetite insaciável por inovação. Juntas, essas marcas formam o maior grupo de moda da América Latina — um império que não vende apenas roupas e calçados, mas estilo de vida, comportamento e pertencimento.

Instagram: @professorjosemiguel

Para Marilene, diversidade não é uma bandeira de marketing, é uma urgência de realidade. Ela viu, por dentro do Grupo Soma, a transformação profunda de uma cultura que antes espelhava padrões excludentes e hoje espelha a vida real. "Antigamente, nossas lojas eram todas atendidas por meninas loiras, magras, entre 18 e 25 anos. Hoje, você encontra de tudo — e ainda bem por isso", disse. O empoderamento, segundo ela, começa dentro de casa: com a capacitação de costureiras, a valorização dos talentos internos e o compromisso firme com uma cadeia produtiva ética, limpa e socialmente responsável. A inclusão de públicos LGBTQIA+ e a presença de diferentes corpos, idades, etnias e vivências nas lojas não veio de fora para dentro, veio do coração da empresa, com ações concretas, programas de formação, diálogo constante e espaço para o novo. "Se você não estiver conectado com o jovem, com a diversidade, com o mundo real, você já morreu e ainda nem percebeu", afirmou com clareza.

FUTURO DO VAREJO

No varejo de Marilene, inclusão não é tendência: é estratégia, é verdade e é o que move as marcas para o futuro.

O futuro do varejo, segundo ela, não será feito de muitas lojinhas pulverizadas, mas de lojas maiores, inteligentes e bem-posicionadas. "Quanto maior a loja, maior o poder de negociação com o shopping", afirma com a firmeza de quem conhece cada centímetro desse mundo.

O segredo está em unir força e inteligência: lojas parrudas, com boa estrutura, integradas diretamente a centros de distribuição. Isso reduz o custo de ocupação, evita estoque encalhado — que, segundo ela, é o "veneno silencioso" do varejo — e permite girar a mercadoria com agilidade. Com a taxa Selic nas alturas, manter produto parado é rasgar dinheiro todos os dias. Acredita ela em modelos híbridos, como os chineses: showrooms onde o cliente experimenta, compra pelo tablet e recebe no dia seguinte, com a peça ajustada e entregue no endereço que escolher. Um ecossistema logístico que serve tanto ao físico quanto ao digital, onde quem sobrevive não é quem tem mais pontos de venda, mas quem constroi mais pontes com o consumidor

Hoje, Marilene Araújo não é apenas uma referência — é um farol aceso para quem busca mais do que sucesso: busca significado. Sua trajetória não se limita a inspirar; ela fascina. É o tipo de narrativa que encanta quem é apaixonado por biografias de grandes executivos, mas que também se revela um verdadeiro manual disfarçado de história real — um case vivo, palpitante, repleto de aprendizados preciosos. Marilene Araújo costura estratégias com a mesma precisão com que, na infância, moldava roupas para bonecas. E o mais incrível? O caminho que ela abriu segue ali, iluminado. A diferença é que agora ele também pode ser trilhado por você. Porque ela não construiu um trono para sentar, construiu uma referência moldada de passarela para outros caminharem. E esse talvez seja seu gesto mais elegante.

PROFº. JOSÉ MIGUEL
Professor universitário, escritor e palestrante.

SEU DESTINO,
NOSSO CUIDADO
AMT
VIAGENS E
HOSPEDAGENS
21 99712 6197

Instagram: @bethmendonca_

O FUTURO DAS MULHERES NOS NEGÓCIOS: INSPIRAÇÃO E CONEXÃO

Por Beth Mendonça

O futuro das mulheres nos negócios é um tema que vem ganhando cada vez mais destaque. Nos últimos anos, o cenário empresarial tem se transformado, possibilitando que mais mulheres ocupem espaços de liderança e empreendam com coragem e determinação.

A história de mulheres como Luiza Helena Trajano, Zica Assis e Camila Farani serve de inspiração e mostra como a união e a educação são fundamentais para a construção de um futuro promissor.

ZICA ASSIS
Fundadora da marca de cosméticos Beleza Natural

Zica Assis, fundadora da marca de cosméticos "Beleza Natural", também é uma inspiração. Com uma trajetória que começou em um salão de beleza, Zica percebeu a necessidade de produtos que atendessem ao cabelo crespo e cacheado, um nicho que, até então, era negligenciado. Sua determinação em empreender e oferecer soluções para um público muitas vezes esquecido a levou a criar uma rede de franquias que hoje ocupa um espaço significativo no mercado de beleza. Zica é um exemplo de como a inovação e a sensibilidade às necessidades das mulheres podem gerar negócios de sucesso. Ela também defende a importância da educação e do empoderamento feminino, mostrando que, com conhecimento e determinação, é possível romper barreiras e conquistar novos horizontes.

LUIZA HELENA TRAJANO
Presidente da Magazine Luiza

Luiza Helena Trajano, uma das líderes mais influentes do Brasil, é um exemplo claro de como a visão e a empatia podem transformar um negócio. Como presidente do Magazine Luiza, Luiza não apenas construiu um império no varejo, mas também se tornou uma defensora da inclusão e da igualdade de gênero. Sua abordagem inovadora se reflete na maneira como a empresa trata seus colaboradores e clientes, sempre priorizando o respeito e a valorização do ser humano. Luiza acredita que, para que as mulheres prosperem nos negócios, é essencial que elas se unam e compartilhem experiências. Sua trajetória nos ensina que a colaboração é uma força poderosa e que, juntas, podemos alcançar metas muito mais ambiciosas.

CAMILA FARANI
Fundadora do Grupo Farani

Camila Farani, conhecida como uma das "Sharks" do programa "Shark Tank Brasil", é outro nome que brilha no universo do empreendedorismo. Como investidora, Camila acredita no potencial das mulheres empreendedoras e tem se dedicado a promover a educação financeira. Para ela, entender como o dinheiro funciona é fundamental para que as mulheres possam tomar decisões conscientes e transformar suas realidades. Camila tem incentivado muitas mulheres a buscarem conhecimento e a se prepararem para o mercado, mostrando que a educação financeira não é apenas um diferencial, mas uma necessidade para quem deseja empreender.

Essas três mulheres representam o que há de melhor no empreendedorismo feminino e nos mostram que o futuro é promissor. No entanto, para que essa transformação aconteça, é fundamental que as mulheres se unam em grupos de empreendedorismo feminino. Esses grupos são espaços preciosos para troca de experiências, apoio mútuo e aprendizado. Nele, as mulheres podem compartilhar suas histórias, desafios e conquistas, criando uma rede de suporte que é essencial para o crescimento de cada uma.

Investir em educação também é uma prioridade. Cursos de capacitação, workshops e palestras são oportunidades valiosas para adquirir conhecimento e desenvolver habilidades que farão a diferença na hora de empreender. Quanto mais preparadas estiverem, mais confiança terão para enfrentar os desafios do mercado.

Além disso, apoiar a economia feminina é uma forma poderosa de fortalecer o empreendedorismo. Ao comprar produtos e serviços de outras mulheres, você não apenas está contribuindo para o crescimento delas, mas também está ajudando a criar um ambiente de negócios mais igualitário. Cada compra feita em uma empreendedora local é um passo em direção a um futuro onde as mulheres tenham mais espaço e reconhecimento no mercado.

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.

Ajinomoto do Brasil anuncia PRIMEIRA PRESIDENTE MULHER

Com mudanças executivas, uma mulher assume a liderança no Brasil e Shigeo Nakamura se torna o presidente global da companhia

Por Asserj

O Grupo Ajinomoto, líder mundial na produção de aminoácidos, anuncia mudanças em sua liderança global. Shigeo Nakamura, que assumiu a liderança global do Grupo Ajinomoto há um mês, em 3 de fevereiro, deixa o cargo de presidente da empresa no Brasil. Naoko Yamamoto assume a posição, tornando-se a primeira mulher na história a liderar a Ajinomoto do Brasil, acumulando também os cargos de Executive Officer e General Manager da Divisão América Latina, Ajinomoto Co., Inc.

A executiva traz para o mercado brasileiro vasta experiência na indústria alimentícia ao redor do mundo. No grupo desde 1991, Naoko iniciou sua carreira na filial de Fukuoka, no Japão, e construiu uma trajetória de sucesso na companhia até chegar à Malásia, onde foi nomeada presidente. Também atuou como gerente geral global de RH, com forte dedicação à gestão de talentos e cultura organizacional—valores que agora levará para a nova posição no Brasil.

SHIGEO NAKAMURA
Presidente Global da Ajinomoto do Brasil

Terá como missão dar continuidade ao fortalecimento dos negócios no país e a expansão dos segmentos Produtos Alimentícios e de Bio & Fine da organização, além de conduzir as estratégias de crescimento da companhia e ampliar as iniciativas nas frentes de sustentabilidade e inovação.

A Ajinomoto do Brasil tem o compromisso de atuar alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), que visam alcançar um mundo mais igualitário e sustentável até 2030. “Queremos aprimorar a ciência dos aminoácidos, a AminoScience, e fortalecer nossos ativos intangíveis – pessoas, tecnologia, clientes e organização – sempre com um olhar sustentável. E temos certeza de que a experiência no negócio somada à liderança feminina inspiradora da Naoko Yamamoto vá contribuir muito para impulsionar esta evolução no Brasil”, pontua Shigeo Nakamura, novo CEO do Grupo Ajinomoto.

Com a transição, além de reforçar a cultura de desenvolvimento de pessoas, o Grupo Ajinomoto torna ainda mais sólido o compromisso com a excelência, a inovação, a diversidade e o crescimento sustentável, consolidando-se como um dos principais players globais do setor.

DO SONHO À REALIDADE: MULHERES QUE FAZEM ACONTECER

Por Ilan Renz

A contabilidade sempre foi vista como um campo técnico, exigindo conhecimento apurado em números, legislação e estratégias financeiras. No entanto, há muito mais por trás dessa ciência. Dentro dela, encontramos mulheres que não apenas dominam os cálculos e balanços, mas que também inovam, lideram e transformam mercados. São empresárias de sucesso, líderes que inspiram e mestras que direcionam.

A trajetória dessas mulheres não é isenta de desafios. Muitas enfrentam obstáculos como o preconceito de gênero, a necessidade de se provar constantemente e a dupla jornada entre carreira e família. Mas, com resiliência e determinação, elas constroem seus próprios caminhos, mostrando que o sucesso não tem gênero — apenas competência, dedicação e coragem.

Durante muito tempo, a contabilidade foi considerada uma profissão técnica e majoritariamente masculina. No entanto, esse cenário tem mudado de forma consistente nas últimas décadas. As mulheres têm conquistado cada vez mais espaço em escritórios contábeis, empresas privadas, órgãos públicos e instituições de ensino. E não apenas ocupando funções operacionais, mas assumindo cargos estratégicos, de liderança e decisão.

Dados do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) mostram que mais de 40% dos profissionais da área hoje são mulheres — um número que cresce a cada ano. E por trás dessas estatísticas, há histórias de dedicação, superação e excelência técnica.

Elas estão à frente de auditorias, consultorias, planejamento tributário, perícias e direção financeira de grandes empresas. Também marcam presença como professoras, pesquisadoras, conselheiras e representantes em entidades reguladoras, contribuindo ativamente para o desenvolvimento da profissão.

A ascensão feminina na contabilidade não é apenas quantitativa — é qualitativa. As mulheres vêm transformando a forma como a contabilidade é praticada: com mais empatia, visão estratégica, sensibilidade nas relações e um forte compromisso com a ética e a inovação.

Mas não basta ocupar espaço; é preciso marcar presença. E é exatamente isso que essas profissionais fazem. Elas investem em educação contínua, desenvolvem habilidades de gestão e buscam inovações para oferecer soluções cada vez mais eficientes e estratégicas.

Ao conquistarem seu espaço, essas mulheres inspiram outras a trilharem o mesmo caminho e contribuem para a construção de um ambiente profissional mais diverso, justo e promissor.

O protagonismo feminino está presente em todas as esferas da sociedade. As mulheres deixaram de ser exceção em cargos de liderança para se tornarem agentes de transformação em múltiplos setores. Hoje, elas são referência não só na contabilidade, mas também na ciência, tecnologia, inovação, saúde, direito, artes, comunicação, educação, política, agricultura e indústria.

No setor empresarial, dirigem grandes corporações, fundam startups de impacto social, lideram empresas de tecnologia e se destacam como estrategistas, criadoras e tomadoras de decisão. Na área da saúde, são médicas, pesquisadoras e gestoras hospitalares. No universo jurídico, estão nos tribunais, nas defensorias, nas organizações de direitos humanos. E na ciência, assinam descobertas, coordenam laboratórios e defendem o investimento em pesquisa.

Na política, ainda que em menor número, as mulheres vêm ocupando cargos legislativos e executivos, atuando em pautas essenciais para a sociedade. Na cultura e nas artes, protagonizam movimentos criativos e sociais que dão voz à diversidade e à representatividade.

Esse avanço, porém, não é simples. Envolve romper barreiras históricas, enfrentar preconceitos estruturais e, muitas vezes, equilibrar múltiplas jornadas. Mas a cada degrau conquistado, uma nova geração é inspirada.

Essas líderes mostram que a presença feminina não é apenas necessária — ela é fundamental para o progresso sustentável, ético e inclusivo de qualquer setor. Afinal, quando uma mulher ocupa um espaço de poder, ela abre caminho para muitas outras. Todas, à sua maneira, quebram paradigmas e mostram que o lugar da mulher é onde ela quiser.

O crescimento do empreendedorismo feminino é um reflexo direto da busca por autonomia, propósito e impacto social. Mulheres empreendedoras encontram, na diversidade de trajetórias, a força para transformar suas ideias em negócios rentáveis, inovadores e com identidade.

Essa diversidade vai muito além da profissão ou formação acadêmica. Ela carrega em si diferentes histórias de superação e resistência. Muitas dessas mulheres pertencem a grupos historicamente marginalizados — negras, indígenas, LGBTQIA+, periféricas, com deficiência, neurodivergentes ou com síndromes como a de Down — e enfrentam uma realidade ainda mais desafiadora. Mesmo assim, seus projetos têm gerado valor, combatido desigualdades e criado novas possibilidades econômicas e sociais.

No Brasil profundo, especialmente nas regiões Norte e Nordeste, milhares de mulheres constroem sua independência enfrentando barreiras de infraestrutura, acesso limitado à internet, crédito restrito e menor oferta de políticas públicas. Mesmo com esses obstáculos, elas se reinventam diariamente como artesãs, agricultoras, líderes comunitárias, empreendedoras da economia solidária ou digitais, e se tornam referências em suas comunidades.

Mulheres trans ainda lutam contra a exclusão social e o preconceito, mas muitas delas têm protagonizado histórias inspiradoras no empreendedorismo, criando marcas inclusivas, prestando serviços especializados ou se tornando consultoras, educadoras e líderes de causas.

Mulheres com síndrome de Down e outras deficiências cognitivas e físicas também vêm conquistando espaço no empreendedorismo com apoio familiar, acesso a programas de inclusão e visibi-

lidade nas redes. Muitas delas atuam com produção artesanal, gastronomia ou em pequenos negócios autorais — mostrando que a capacidade de sonhar e realizar não está limitada a nenhum padrão.

A diversidade, portanto, não é apenas uma pauta identitária, mas uma força coletiva e econômica. Ela enriquece o ecossistema empreendedor e nos desafia a pensar um mundo mais justo, acessível e inclusivo, onde todas as mulheres — em sua pluralidade — possam ocupar seu lugar de fala, de ação e de transformação.

As redes sociais se tornaram um poderoso palco de transformação, onde mulheres vêm se posicionando como autoridades em suas áreas de atuação. Na contabilidade, influenciadoras compartilham conhecimento técnico, traduzem leis complexas e ensinam educação financeira de forma acessível.

Mas esse movimento também se repete em outras frentes: médicas que desmistificam a saúde feminina, engenheiras que falam sobre carreira e mercado, advogadas que explicam direitos e legislação, empreendedoras que ensinam sobre vendas, precificação e posicionamento de marca. Elas impactam vidas e negócios com conteúdo relevante, empático e transformador.

Essas mulheres usam Instagram, TikTok, YouTube e LinkedIn para conectar, educar e fortalecer outras mulheres — promovendo uma verdadeira revolução silenciosa.

Outro espaço que vem sendo conquistado com firmeza é o setor público. Cada vez mais mulheres ocupam posições de destaque como Contadoras Gerais do Estado, Auditoras Fiscais, Presidentes de Tribunais de Contas, Secretárias da Fazenda e outras funções de comando.

Essas líderes atuam de forma ética e técnica na gestão de recursos públicos, promovendo políticas fiscais mais transparentes, responsáveis e voltadas ao bem comum. Sua presença é fundamental para a construção de uma governança mais justa, representativa e eficiente.

E o mais importante: servem de espelho para outras mulheres que sonham com cargos de decisão e com a transformação da realidade à sua volta.

As mulheres já provaram que vieram para ficar. Na contabilidade, nos negócios, no serviço público e em todos os espaços onde há talento, vontade e oportunidade.

O futuro será moldado por vozes diversas, por lideranças empáticas e por iniciativas que colocam o humano no centro das decisões. O protagonismo feminino é mais que uma tendência — é uma urgência histórica.

A mensagem que fica é clara: não há sonhos grandes demais, nem barreiras intransponíveis. Com conhecimento, apoio e coragem, qualquer mulher pode transformar sua realidade — e inspirar outras a fazerem o mesmo.

Afinal, mais do que números, mais do que negócios, a transformação do mundo passa pelas mãos de mulheres extraordinárias que fazem acontecer.

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

CORRETORA DE

AM Seguros

- **SEGURO DE AUTOMÓVEIS/MOTOS;**
- **SEGURO SAÚDE;**
- **SEGURO FIANÇA LOCATÍCIA;**
- **SEGURO PET, ENTRE OUTROS...**

comercial@am18corretora.com.br

21 99737 9986

Av. Alm. Barroso, 63 - Grupo 2809
Centro, Rio de Janeiro / RJ

TRABALHAMOS COM AS
PRINCIPAIS SEGURADORAS

Porto · bradesco seguros · TOKIO MARINE SEGURADORA · SulAmérica · HDI SEGUROS

amil · Allianz · Omint SAÚDE · MAPFRE · ADG SEGUROS

CONTA AÍ,
JOSY MENDES

LOIDE ALMEIDA - CORAGEM QUE VIRA LEGADO

Uma história de superação, propósito e transformação social que inspira mulheres em todo o Brasil.

Por Josy Mendes

Loide Lis Marques Almeida não construiu apenas uma empresa. Ela construiu uma ponte entre a dor e o propósito, entre o impossível e o realizado. Hoje, aos 51 anos, é **CEO** da VittaJob Franchise, a primeira rede de franquias de medicina ocupacional do Norte e Nordeste do Brasil, e um dos maiores nomes nacionais no setor de SST. Mas por trás desse título existe uma história que não começou em escritórios, mas na ausência da mãe, no peso precoce da responsabilidade, na fome disfarçada de silêncio.

"A ausência da minha mãe é uma dor que nunca passou, mas que me moldou. Ela é a minha cicatriz e minha motivação."

Nascida em Axixá (MA), Loide enfrentou realidades duras antes mesmo de ser adulta. Cuidou dos irmãos, apoiou o pai, venceu a pobreza e a dúvida. Sua juventude foi marcada por decisões difíceis — como cortar refeições para poder estudar. Ainda assim, seguiu. E foi essa força invisível que a levou à farda da **Polícia Militar,** onde atuou por 25 anos. Ali aprendeu o que era disciplina, resistência e obediência a um propósito.

LOIDE ALMEIDA
CEO da VittaJob

Mas sua alma inquieta sonhava mais alto. Estudou, formou-se em Direito e Fonoaudiologia, fez especialização em Saúde do Trabalhador e MBA em Gestão Estratégica de Negócios. E quando ninguém acreditava, ela acreditou.

"Quando faltava força, sobrava propósito."

A **VittaJob** nasceu dessa força. De um olhar humano, técnico e estratégico. Nasceu da indignação diante da precariedade da saúde ocupacional no Brasil e do desejo de oferecer uma solução real e justa, eficiente, acessível. Hoje, é uma referência em inovação, inclusão e impacto social. E tem um diferencial poderoso: 95% da equipe da VittaJob é composta por Mulheres.

"Transformei a dor em política de valorização feminina."

Empreender, para ela, sempre foi mais do que gerar lucro. Foi gerar **transformação**. Loide construiu uma empresa onde o coração bate junto com a gestão. Onde ética e excelência caminham lado a lado. E onde o sucesso é medido pelo bem que se multiplica.

Perguntas que marcaram. Respostas que transformam:

Qual foi o maior aprendizado que as adversidades trouxeram para você? "Que ninguém é forte o tempo todo, mas quem tem um **propósito** verdadeiro aprende a levantar quantas vezes forem necessárias. O fracasso não é o fim – é parte do caminho."

Que conselho você daria para quem pensa em desistir? "Não desista no deserto. Foque no porquê. Seja forte o bastante, e Ele te sustentará."

"Você não precisa nascer pronta. Você só precisa estar disposta a recomeçar quantas vezes for necessário."

Ela não quer ser lembrada apenas como empresária de sucesso, mas como mulher que levantou outras. Que usou a própria história como mapa e construiu uma ponte onde antes havia abismo.

O legado de Loide Almeida é feito de coragem, integridade e transformação social. E ainda está em plena construção, porque sua missão vai muito além da **VittaJob:** é lembrar ao mundo que o impossível se dobra diante de quem tem propósito.

Em um cenário ainda tão marcado por desigualdades, Loide se levanta como uma voz firme, um exemplo vivo de que propósito e coragem constroem caminhos onde antes só havia **resistência.** Sua história não é apenas sobre vencer é sobre transformar. Transformar luto em força, limites em visão, e uma ideia em uma rede nacional que promove saúde, dignidade e inclusão.

Loide com o filho Paulo Brasil, advogado e seu parceiro na gestão da VittaJob.

Ao invés de aceitar os espaços que lhe foram negados, ela criou os próprios. E ao fazer isso, abriu portas para centenas de outras mulheres. Seu nome já está entre os grandes da **liderança empresarial**, mas é no impacto silencioso de cada vida transformada que seu legado ganha força.

Coragem que vira legado. Loide Almeida não é apenas um nome no topo de uma franquia de sucesso. Ela é símbolo de **resistência**, empatia e transformação. Sua história não termina com a conquista empresarial , ela começa no momento em que decidiu transformar dor em propósito, e propósito em ponte. Ao invés de aceitar o que lhe foi negado, ela criou novos espaços para si e para centenas de outras mulheres. Hoje, sua marca não é apenas comercial: é humana, social e eterna. Porque o que move Loide não é o lucro , é o legado. E ele já está gravado nas páginas da história e no coração de quem foi alcançado por sua missão.

Biografia:

Loide Lis Marques Almeida é **CEO** da VittaJob Franchise, a maior rede de franquias de medicina ocupacional do Norte e Nordeste. Maranhense, ex-policial militar, formada em Direito e Fonoaudiologia, com especialização em Saúde do Trabalhador e MBA em Gestão Estratégica, é reconhecida por seu trabalho inovador em SST, seu compromisso com a empregabilidade feminina e sua trajetória de superação. Mãe, líder e referência nacional, Loide inspira mulheres a empreenderem com coragem, fé e propósito. Em um país com tantas desigualdades, vê a saúde ocupacional como uma ferramenta essencial para romper ciclos de adoecimento, exclusão e negligência. Mãe de Paulo Brasil, hoje com 28 anos e advogado, seu parceiro na gestão da VittaJob.

Para Loide, sucesso não é sobre dinheiro. É ter paz para dormir e **propósito** para acordar. É ver vidas sendo transformadas através do que construiu. Não é sobre reconhecimento é sobre impacto e legado.

Esses valores, ética, fé, excelência, **inclusão** e respeito são vividos na cultura da empresa, nas decisões diárias e no cuidado com cada cliente e colaborador.

Ela acredita que, quando uma empresa se compromete com o bem-estar do trabalhador, transforma famílias, reduz afastamentos e aumenta a produtividade. O crescimento sólido vem de quem suporta os ventos sem perder a essência.

Mulheres que movem o COMÉRCIO EXTERIOR

Por Otávio Rodrigues

Passou-se o mês de março, quando se comemora o Dia Internacional da Mulher — e esse mês é totalmente dedicado a celebrar essas heroínas. Em abril, temos um breve respiro, e então entramos em maio, o mês das mães. Novamente, voltamos a falar dessa potência feminina que vem se posicionando, cada vez mais, em lugares de destaque em diversos segmentos, trazendo um novo sucesso, revestido de um olhar mais humanizado, harmonizado e energizado por essa vitalidade presente na alma feminina.

E eu, cercado por muitas delas no segmento em que atuo, vou me arriscar a falar um pouco sobre algumas mulheres que vêm levando o nome do Comércio Exterior ao sucesso e ao destaque no crescimento, sempre com uma nova pegada inovadora e bem particular.

O Comércio Exterior — que muitos chamam carinhosamente de "COMEX" — é composto por uma gama de segmentos que, alinhados, movimentam a balança comercial brasileira, um fator importantíssimo para o crescimento da nossa economia frente às economias mundiais. Todos os números desse balanço são fruto da ação conjunta desses segmentos que impulsionam o COMEX.

Para cada um desses setores, gostaria de destacar um nome feminino de relevância, prestando homenagem às centenas de mulheres que vêm se destacando em suas atividades e contribuindo para o sucesso e crescimento deste setor tão essencial. Com atuações pontuais e estratégicas, seus nomes têm se projetado no mercado de Comércio Exterior e qualificado ainda mais seus segmentos e, consequentemente, todos os profissionais que seguem seus exemplos de conduta.

Despacho Aduaneiro e implementação do Novo Processo de Importação (NPI):

Neste segmento, que também é a minha área de atuação, destaco a profissional sagaz e extremamente capacitada Célia Regina Gomes (@celiareginagomes), Despachante Aduaneira, Presidente do Sindicato dos Despachantes Aduaneiros do Estado do Rio de Janeiro e diretora da Federação Nacional de Despachantes Aduaneiros – FEADUANEIROS.

CÉLIA REGINA
Presidente do Sindaerj e
Diretora da Feaduaneiros

Célia tem sido um ícone na luta pela melhoria das condições profissionais dos Despachantes Aduaneiros em todo o Brasil, participando ativamente de iniciativas para o desenvolvimento e qualificação da categoria. Como destaque, tem se notabilizado pela interlocução entre os setores público e privado na implementação da DUIMP, com atuação crucial a nível nacional. Seu trabalho trouxe reconhecimento das autoridades aduaneiras à importância do Despachante Aduaneiro, especialmente por parte da Receita Federal do Brasil.

Segmento de Câmbio:

Neste campo, destaco o grupo de mulheres "Elas no Câmbio" (@elasnocambio), lideradas pela experiente Aída Failaz (@aidafailaz). Com abordagem técnica, consistente e atenciosa às necessidades dos clientes, elas vêm se destacando no atendimento às empresas que lidam com operações de câmbio — troca de moeda nacional por internacional — dentro das regras do Banco Central, tanto para exportações quanto importações.

AÍDA FAILAZ
Especialista em Câmbio

Negócios Internacionais (Internacionalização de Empresas):

Um segmento que merece uma edição exclusiva futura é o de Negócios Internacionais. Ele abrange a internacionalização de empresas — atividade que torna possível a existência dos demais setores do COMEX. Sem vendas de produtos ou serviços, não há como os prestadores de serviços em COMEX possam atuar. Trata-se de um setor complexo, que exige preparação para negociações, contratos, busca de mercados, precificação, estudos e resolução de conflitos entre empresas de países distintos.

Neste campo, destaco a atuação diferenciada da Advogada Internacionalista Roberta Portella (@robertaportella), pela sua relevância na internacionalização de empresas.

ROBERTA PORTELLA
Advogada Internacionalista

A Dra. Roberta tem ajudado inúmeras empresas a se prepararem para o mercado internacional. É palestrante requisitada no Brasil e no exterior, professora universitária, vice-presidente de COMEX da OAB/SP, AfroChamber e AEB (Associação de Comércio Exterior do Brasil). Sua atuação tem sido fundamental na estruturação de projetos internacionais, participação em feiras, elaboração de contratos e preparação profissional das empresas para esse universo.

Contabilidade aplicada ao Comércio Exterior:

Duas mulheres que quero destacar como "Contadoras Aduaneiras" — termo que uso para profissionais contábeis com forte atuação no COMEX — são Thalita Barbosa (@thalitacontadora) e Monique Correia (@contadoradocomex).

MONIQUE CORREIA
Contadora

Thalita orienta empresas sobre o que é necessário para serem competitivas em seus segmentos, com profundo conhecimento sobre incentivos fiscais e desoneração tributária. Sua visão estratégica reforça seu destaque como Contadora Aduaneira, focada na otimização de custos para quem importa. Monique, por sua vez, é uma contadora moderna, premiada pela inovação e inspiração empresarial. Atua na contabilidade internacional, nos acordos comerciais entre países, no planejamento tributário para importadores e em outros temas estratégicos. Suas palestras nos enchem de orgulho pela qualidade e visão inovadora, oferecendo suporte inteligente às empresas do setor.

THALITA BARBOSA
Contadora

RITA-FERNANDES
Despachante Aduaneira e
Diretora Financeira do sindaerj

Atração de negócios para o Estado do Rio de Janeiro:

Rita Fernandes (@ritafernandescomex), Diretora Financeira do Sindicato dos Despachantes Aduaneiros do Estado do Rio de Janeiro – SINDAERJ, é uma Despachante Aduaneira que se destaca na atração de novas empresas importadoras e exportadoras para o estado. Trabalha incansavelmente pela melhoria das condições de trabalho no Rio, impulsionando o crescimento de centenas de empresas e profissionais fluminenses — entre os quais me incluo. Sua atuação é cada vez mais relevante no cenário nacional. Teria dezenas de outros nomes relevantes a citar, todos no mesmo patamar das acima mencionadas. No entanto, o espaço deste artigo é limitado. Espero que essas mulheres incríveis representem a força feminina no COMEX.

Mais importante que tudo é valorizar quem executa com maestria as diversas atividades ligadas ao Comércio Exterior: desde a capacitação de empresas até a venda de produtos nacionais no mercado global, passando pela melhoria do ambiente de negócios e atração de novos players. A todas essas mulheres, meu muito obrigado por sua contribuição relevante.

Por fim, não poderia deixar de ressaltar o apoio de todas as mulheres que me cercam no dia a dia — minha família, minhas colegas de trabalho na Logimex e nossas clientes, que hoje representam a maioria.

OTÁVIO RODRIGUES
Diretor da Federação Nacional dos Despachantes Aduaneiros e Sócio da Logimex Comércio Exterior Ltda.

COLUNA DA
JULIANA JARDIM

MONIQUE CURI: A MULHER QUE PAROU DE ESPERAR E COMEÇOU A INSPIRAR

Por Juliana Jardim

Monique Curi não é apenas uma atriz que cresceu diante das câmeras. Ela é também jornalista, escritora, palestrante, influenciadora e, sobretudo, uma mulher que escolheu parar de esperar. Com uma trajetória que começou aos três anos em comerciais de TV e se desdobrou em novelas, telejornais, podcasts e palcos de palestras pelo Brasil, Monique é hoje a voz de muitas mulheres que, assim como ela, entenderam que sempre é tempo de recomeçar.

"Aos 50 anos, quando veio a menopausa, eu pensei: tô velha, não dá mais tempo. Mas aí eu entendi que todo esse etarismo, todo esse preconceito, estava na minha cabeça. Era eu que estava me dizendo que não dava mais", conta, sobre o momento que transformou sua vida. Foi a partir dessa desconstrução interna que nasceu o canal no YouTube, depois vieram as redes sociais, o TED Talk, o livro, as palestras — e com tudo isso, uma comunidade de mulheres inspiradas por sua autenticidade.

Seu livro, "A Virada de Chave: o dia que eu parei de esperar", rapidamente se tornou um sucesso. "Eu entendi que precisava parar de esperar o telefone tocar, parar de esperar que a felicidade viesse de fora. Eu tinha que virar a chave e ser responsável pelas minhas escolhas", afirma. A obra é interativa, com espaços para anotações, reflexões e planos. É um convite direto para a ação, e Monique recebe, quase diariamente, mensagens de mulheres dizendo que o livro transformou suas vidas.

No podcast "Virada de Chave", ela amplia esse diálogo. Um dos episódios mais marcantes, segundo ela, foi a entrevista com Jéssyca Oliveira, uma jovem de 19 anos que, após complicações de uma meningite meningocócica, perdeu braços, pernas e a audição. "Ela tinha 1% de chance de sobreviver e é genuinamente feliz. Aquilo mexeu comigo e com todo mundo que ouviu", lembra emocionada.

Instagram: @jardimjay

Nas palestras, que faz por todo o país, Monique encontra mulheres que dedicaram a vida à família, enfrentam casamentos mornos, cuidam de pais idosos e, aos 50, se perguntam: "É isso que eu quero continuar fazendo?". O medo, a dependência financeira e a ausência de apoio travam muitas dessas histórias. "Mas eu mostro que cada uma tem força dentro de si para mudar. Basta coragem e ação", garante.

Como influenciadora e embaixadora de marcas, ela preza pela coerência. "Eu só aceito parcerias com marcas que eu realmente uso. Já recusei trabalhos porque não combinavam comigo. Eu não posso perder minha verdade nem a confiança da minha comunidade", explica.

Mesmo com tantos papéis — no palco, na escrita, nas redes — a Monique atriz ainda vive forte dentro dela. "Vou ser atriz até o último dia da minha vida. Minha formação artística me ajuda demais no que faço hoje. Subir num palco, encarar uma câmera, tudo isso é natural para mim. Se eu não fizesse bem, podia desistir, né?", brinca.

No plano pessoal, Monique é casada há 25 anos com Leonardo e é mãe da Victória, de 22 anos, e do Théo, de 19. A família é seu porto seguro. "Estar com eles é o melhor da vida. E quando preciso me reconectar, corro para uma atividade física. É meu momento de terapia comigo mesma, de endorfina, de reflexão", revela.

Sobre envelhecer, ela é direta: "A sociedade é etarista, sim. Mas o preconceito começa dentro da gente. A gente que se acha velho. Uma mulher de 50 pode viver mais 40 anos. Não dá mais tempo pra quê?". Monique defende que a idade não define ninguém. O que importa são os sonhos, a disciplina, a coragem e a vontade de se reinventar — mesmo que isso exija esforço.

"Tudo na vida dá trabalho. Mas também dá oportunidade", afirma Monique, com convicção.

E se pudesse deixar uma frase escrita em uma vitrine para que todas as mulheres lessem, ela diria:

"Todos os dias você tem a oportunidade de fazer uma escolha que pode transformar a sua vida. O que você tem feito para chegar aonde quer? E o que você tem dito para você mesma que te impede de fazer essa escolha?".

Ao final da entrevista, não é difícil entender por que tantas mulheres se veem em Monique. Sua fala firme e generosa, o olhar que mistura força e vulnerabilidade, a coragem de dizer que teve medo, mas foi mesmo assim — tudo nela inspira. E, cá entre nós, também emociona. Porque a virada de chave de Monique Curi é, no fundo, um convite para todas nós virarmos a nossa.

MONIQUE CURI
Atriz, jornalista, escritora, palestrante e influenciadora

Luxo Sustentável:

Como Manu Farias Transformou o Brechó Fashion Carioca e está revolucionando a MODA CONSCIENTE

Por Juliana Jardim

No coração da Barra da Tijuca, o Brechó Fashion Carioca, liderado por Manu Farias, oferece uma alternativa sofisticada e sustentável à moda tradicional. Focado em peças de alta qualidade e com curadoria criteriosa, o brechó se transformou em referência, não apenas pelo estilo, mas pelo consumo consciente. Em entrevista à Revista Malls, a empreendedora compartilha sua trajetória e como transformou o brechó em um negócio bem-sucedido, revolucionando a visão sobre moda de segunda mão.

Uma trajetória de sucesso

Há 15 anos, ela começou sua jornada como vendedora no Brechó Fashion Carioca. Com muito trabalho, assumiu a gestão e transformou o negócio. "Assumir o brechó foi desafiador, mas eu sabia do potencial. Meu objetivo é mostrar que o luxo pode ser acessível, consciente e sofisticado", diz.

Antigamente, as pessoas tinham vergonha de comprar em brechós. Hoje, com o apelo da sustentabilidade, virou tendência. "Comprar roupa usada era tabu, agora as pessoas se orgulham dos 'achadinhos' sustentáveis. A sustentabilidade deixou de ser modismo e se tornou uma necessidade", explica. A indústria da moda é a segunda mais poluidora do mundo, ficando atrás apenas da indústria petrolífera.

Um novo conceito de brechó

Ela explica que, com o tempo, os brechós evoluíram. "Temos brechós populares, que vendem peças de departamento, e boutiques como a nossa, com peças exclusivas de alta qualidade". No Brechó Fashion Carioca, a curadoria é feita em duas etapas: primeiro, selecionam as peças em bom estado. Depois, precificam com base em 15 a 20% do valor original, já que estão fora de coleção. Acessórios, pela durabilidade, são precificados em 40% do valor original.

A empresária também utiliza um site especializado para verificar a autenticidade das peças, garantindo que os clientes adquiram produtos genuínos.

Moda sustentável e autoestima

Além de contribuir para o meio ambiente, a moda sustentável eleva a autoestima. "Usar peças exclusivas melhora sua energia. E muitas delas seriam inacessíveis se compradas novas", destaca. Ela acredita que a moda de segunda mão transforma vidas. "Quando acreditamos no nosso potencial e nos sentimos bem com o que vestimos, isso reflete em nossas ações e nas nossas relações com o mundo. A moda sustentável faz a economia circular, cria um sistema em que todos ganham: quem vende, quem compra e o planeta", conclui.

Pensando em proporcionar ao cliente uma experiência única e acolhedora no consumo de moda second hand — ou "segunda mão" —, o espaço do Brechó Fashion Carioca passou por uma reformulação. O ambiente foi cuidadosamente repaginado para se tornar ainda mais harmonioso, organizado e confortável, sempre priorizando um atendimento de excelência.

O novo perfil do consumidor

O público que consome moda de segunda mão mudou. "Antes, eram mais os consumidores da classe C, mas hoje a classe A e até artistas compram em brechós de luxo", observa. Há também uma crescente demanda por moda masculina. "Há cerca de um ano e meio, começamos a vender roupas masculinas, porque os homens que acompanhavam suas esposas pediam por isso. Mas o curioso é que, muitas vezes, são as próprias mulheres que acabam escolhendo e comprando para os maridos e filhos. A moda masculina ainda é mais limitada em termos de variedade, mas está crescendo", conta. Ainda assim, a moda feminina continua sendo o carro-chefe do brechó, pois oferece um leque mais diversificado de possibilidades e tendências.

Entre o físico e o digital

Com o crescimento do e-commerce, o Brechó Fashion Carioca expandiu para o digital.

"O diferencial da loja física é a exclusividade. O cliente pode tocar nas roupas, experimentar e ter uma experiência completa. Já a loja online é mais prática", explica. No ambiente digital, ela utiliza o Story Shop, no Instagram, para descrever as peças e criar desejo, na tentativa de replicar a experiência da loja física.

Dicas para quem está começando

Para quem ainda tem receio de aderir à moda de segunda mão, a empresária faz um convite:

"Vamos deixar os preconceitos de lado. A peça mais sustentável é a que já existe. Ao prolongar a vida útil das roupas, ajudamos o planeta. A cultura do brechó vai além da economia — é uma questão de vida. O futuro depende das nossas ações."

O poder feminino na moda

Manu Farias é um exemplo de empoderamento feminino, redefinindo o conceito de luxo e sustentabilidade. "Acredito no poder da moda para fazer a diferença e no poder das mulheres que estão transformando o mercado e o planeta."

Sua história e o sucesso do Brechó Fashion Carioca provam que é possível unir moda, sustentabilidade e propósito. Com a crescente preocupação em relação ao impacto ambiental causado pela indústria da moda, ela se destaca como inspiração e uma agente de revolução do consumo consciente no Brasil

MANU FREITAS
Proprietária do Brechó Fashion Carioca

ANA TEREZA BASÍLIO: A VOZ FEMININA QUE REDESENHA OS RUMOS DA ADVOCACIA FLUMINENSE

Por Ana Caroline Pereira

ANA TEREZA BASÍLIO
Presidente da OAB

Durante décadas, a advocacia no Rio de Janeiro seguiu um roteiro previsível. A Ordem dos Advogados do Brasil, seccional fluminense, foi presidida exclusivamente por homens, em um ciclo institucional marcado pela repetição de nomes e estruturas. Mas a história cobra renovação — e algumas lideranças emergem para fazer essa mudança acontecer. É assim que se inscreve o nome de Ana Tereza Basilio, atual presidente da OAB-RJ e a primeira mulher a ocupar esse cargo nos quase cem anos de existência da seccional.

Sua posse representa um divisor de águas. Não se trata apenas de uma conquista pessoal, mas de um marco coletivo. Pela primeira vez, a presidência da OAB-RJ é conduzida por uma mulher — e essa mulher lidera com firmeza, sensibilidade e visão de futuro. "Chegou a hora de não apenas participar, mas decidir. De liderar com coragem e propósito", afirma, com a autoridade de quem sabe o que representa.

Formada pela Universidade Cândido Mendes, Ana Tereza construiu uma trajetória jurídica sólida, com destaque na advocacia cível e empresarial. Professora, árbitra e gestora experiente, tornou-se referência também no campo institucional. Antes de chegar à presidência, foi vice-presidente da OAB-RJ, papel em que consolidou pontes entre a advocacia e a sociedade civil, e preparou o terreno para uma gestão transformadora.

Hoje, à frente da presidência da Ordem, ela conduz a instituição com uma combinação rara de sensibilidade e rigor. Reativou a Diretoria da Mulher Advogada, criou a Comissão de Combate à Violência contra a Mulher e garantiu a presença feminina em espaços de decisão que, por muito tempo, foram negados às mulheres. Sua gestão é marcada pela inclusão, pela escuta ativa e pela valorização da pluralidade.

Mas Ana Tereza vai além da pauta identitária. Como presidente, enfrenta os desafios estruturais da OAB-RJ com responsabilidade e clareza de propósito. Equilibra as finanças da casa, moderniza processos internos, fortalece a defesa das prerrogativas da advocacia e amplia o acesso à capacitação gratuita para jovens profissionais. Tem investido, ainda, em tecnologia e inovação como ferramentas de democratização do exercício profissional.

Para ela, a Ordem deve ser um organismo vivo, conectado com as necessidades reais da classe e com os movimentos sociais mais amplos. "É tempo de romper com modelos excludentes e construir uma advocacia mais próxima, mais plural, mais humana", diz. E essa construção, sob sua liderança, está em curso.

Sua presença no mais alto posto da advocacia fluminense simboliza o início de um novo capítulo. Um capítulo no qual mulheres ocupam, com legitimidade e competência, os espaços mais estratégicos da vida institucional brasileira.

Mais do que uma presidente, Ana Tereza é símbolo de renovação. Uma liderança que redesenha os rumos da advocacia com inteligência, escuta, coragem e ação. Seu legado — já visível — é também uma promessa: a de que o futuro da advocacia será mais justo, mais diverso e, sim, cada vez mais feminino.

Bacharel em Direito pela Universidade Cândido Mendes do Rio de Janeiro – UCAM em dezembro de 1989 e pós-graduada em Direito Norte-Americano pela Universidade de Wisconsin, foi sócia do Escritório Sergio Bermudes de 1990 a 1998, sócia internacional do Escritório Baker & McKenzie, responsável no Brasil pela área de contencioso cível e comercial, de julho de 2002 a dezembro de 2005, sócia do Escritório Andrade e Fichtner, nas áreas de contencioso cível e comercial e arbitragem, de janeiro de 2006 a dezembro de 2008 e fundou o escritório Basilio Advogados em janeiro de 2009.

ANA CAROLINE PEREIRA
é historiadora, pós-graduada em Letramento e Alfabetização, e formada em Gestão de Recursos Humanos. Atualmente, estuda Direito, unindo suas paixões por educação, gestão e legislação. Com uma trajetória multidisciplinar, busca ampliar seus conhecimentos para contribuir de forma estratégica e inovadora em suas áreas de atuação.

DO BAIRRO DO CAJU NO RIO PARA A ENGENHARIA QUE SALVA VIDAS NO PAÍS

Por Tahiane Santos

Tahiane Santos, engenheira civil, especialista em segurança do trabalho e em segurança contra incêndio e pânico. Sócia da Beta X Fire, empresa que atua com a legalização e execução de sistemas de combate a incêndio no estado do Rio de Janeiro, Paraná, São Paulo e país afora.

"Nosso trabalho envolve desde os projetos aprovados junto ao CBMERJ até a instalação completa dos equipamentos de segurança, além de postos de brigada de incêndio. Nossa missão é clara: proteger bens, proteger vidas. Sou nascida e criada na comunidade do Caju", conta ela para a Revista Mallls.

Filha do porteiro Leonardo Soares e da doméstica Marluce de Fatima Santos de Jesus , Tahiane cresceu aprendendo o valor do trabalho, da dignidade e da perseverança. - "Nada na minha trajetória foi fácil, mas cada degrau foi construído com esforço, fé e muita vontade de transformar minha realidade - e, hoje, a realidade de outras pessoas também".

Há três anos a engenheira atua, diretamente, com prevenção e combate a incêndio:

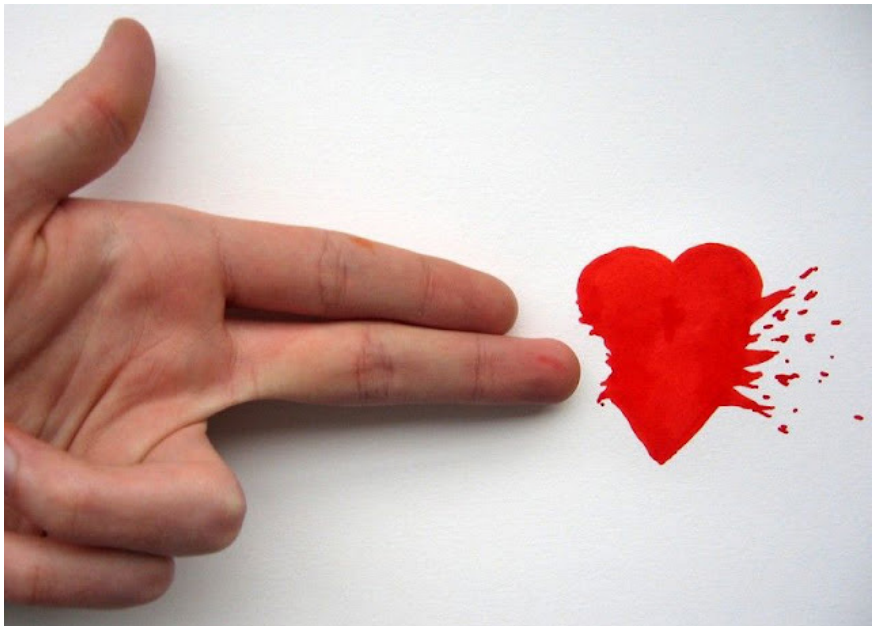
- É mais do que uma profissão, vejo nesse trabalho uma missão. Garantir que empresas, prédios e estabelecimentos estejam preparados para agir diante de situações de emergência. Gerencio equipes, acompanho obras eprojetos. Cada instalação concluída representa, para mim, mais segurança para dezenas de pessoas.

Tahiane Santos enfatiza que a engenharia contra incêndio é um campo técnico, mas profundamente humano: Tahiane Santos diz que - Quando um sistema é bem executado, ele pode ser a diferença entre o desespero e o controle, entre o prejuízo e a preservação, entre a vida e a morte".

Ela faz questão de destacar que "representar mulheres, oriundas de comunidades é, também, um ato de resistência. E é com orgulho da minha origem e com responsabilidade profissional que sigo escrevendo essa história - com determinação, propósito, compromisso e coragem"

THAIANE SANTOS
Engenheira

O GOLPE DO AMOR



Por Carlos Maggiolo

Maria tinha ficado viúva há quase três anos quando conheceu Orlando. O marido havia deixado um belo apartamento de três quartos em Copacabana e um certo dinheiro no banco – o equivalente a quase outro apartamento de igual valor. Deixou ainda um filho de 10 e outro de 14 anos. Orlando, um galanteador que só elogiava Maria, se mostrou apaixonado e prometeu amor eterno, rapidamente se mudou para esse belo apartamento e os dois meninos já o chamavam de pai.

Orlando comprou um tremendo carro cujas prestações seriam pagas com as aplicações deixadas pelo falecido marido de Maria. O carro era importante para a imagem da família, afinal, Orlando e Maria haviam decidido montar um centro de distribuição de alimentos na baixada.

Orlando alugou um imóvel e fez obras faraônicas – tudo pago com o dinheiro do falecido. Cada obreiro que ele contratava, desviava a metade para o bolso dele. Comprou caminhões e os sucateou. Até os pneus novos ele trocava para vende-los por fora.

O dinheiro do banco acabou, mas Orlando e Maria fizeram empréstimos, dando o belo apartament como garantia.

Quando Maria se deu conta, já havia perdido tudo – até o apartamento.

Foram levantar a vida pregressa do Orlando e se depararam com a realidade: Orlando era um estelionatário amoroso. Maria já era a terceira vítima. O interessante é que os filhos de Orlando do primeiro casamento sabiam que o pai vivia disso, pois a primeira das vítimas foi justamente a mãe deles – mas ainda assim faziam vista grossa e deixavam o pai lesar outras mulheres.

As duas primeiras vítimas eram de São Paulo – por isso que Orlando se mudou para o Rio. Depois que Maria perdeu tudo e já estava tentando processar Orlando, ele conheceu outra mulher que morava na Ilha do Governador – e para lá se mudou.

Não sabemos o paradeiro de Orlando hoje. Os fatos são verdadeiros, apenas os nomes foram modificados para a preservação do anonimato dos envolvidos. Maria levou seus dois filhos para os EUA e vem tentando começar uma nova vida.

Não se trata apenas de um golpe financeiro. Estamos falando de uma desilusão amorosa significativa, dessas que deixam um buraco negro e sem fundo no coração.

O golpista sabe atuar – estuda suas presas. Ele fala aquelas palavras que o coração da vítima quer ouvir, no momento certo. O canalha envolve a pessoa e a isola do mundo. Ele é um príncipe que a faz viver uma intensa estória de amor.

Esses fatos se repetem sistematicamente. Muda o enredo e o nome dos personagens, mas são sempre as mesmas características e o mesmo resultado danoso para as vítimas.

Os filhos de Orlando prestaram depoimento no processo criminal movido pela mãe contra ele, ou seja, eram conscientes do perfil criminoso do pai. Eles também sabiam que Orlando havia acabado com a vida de uma outra vítima em São Paulo, depois da mãe. Ainda assim, esses mesmos filhos conheceram Maria, a terceira vítima - e não a alertaram sobre o estelionato sentimental.

Até nisso os fatos se repetem. Estampamos o caso de Maria e de Orlando porque trabalhamos nele. Temos tudo muito bem mapeado e documentado – por isso trocamos até os nomes na trama, mas podemos citar um caso idêntico com os nomes verdadeiros - o relacionamento amoroso de Danielle Amorim e Wagner.

"Com poucos dias ele disse que a gente iria se casar e que eu era a mulher da vida dele", declarou Danielle numa entrevista para a televisão. Ela ficava mais envolvida no relacionamento a cada forma com que ele se declarava. Tal como Maria ficara viúva, Danielle saia de um casamento de 21 anos – esses cafajestes sempre vitimam mulheres de autoestima baixa.

Assim como os filhos de Orlando não alertaram Maria, a filha de Wagner chegou a participar do golpe contra Danielle, se apresentando como sendo funcionária da área financeira da empresa do pai (tudo mentira, claro). Além do estelionato, Wagner responderá também pelo crime de associação criminosa, porque ainda tinha outros ajudantes na falcatrua.

Danielle Amorim é empresária e foi lesada em cerca de quinhentos mil reais por Wagner. Mesmo assim, Danielle deve jogar suas mãos para o céu e agradecer por só ter perdido meio milhão de reais, porque Maria foi lesada em cerca de 5 milhões e até hoje tem dívidas milionárias em seu nome.

Os casos de estelionato sentimental se repetem diariamente. Muda o enredo como os nomes das vítimas, as idades delas, as condições sociais, os locais dos golpes, enfim, mudam apenas as estórias. O mal elemento é sempre cortes, elegante, sedutor, solícito e simpático – trata sua presa como uma rainha. Se apaixona loucamente

A verdade é que não há como prever a incidência real desses crimes, porque as autoridades policiais enfrentam um problema grave: a subnotificação. Muitas vítimas ficam com vergonha ou inibidas a registrar a ocorrência em sede policial. Não querem passar por censuras e desgastes sociais ou familiares – e simplesmente não registram.

Estamos vivendo uma epidemia de estelionato sentimental que se passa de forma invisível à imprensa e às autoridades, pois as vítimas emudecem. Com a popularização dos aplicativos de relacionamentos essa modalidade de golpe vem se tornando cada vez mais comum.

Se em nosso país não se prende por crime violento, quem dirá prender um delinquente por crime sem violência à pessoa – menos ainda. O estelionatário atua sem medo de ser preso.

Para piorar, provar a prática desse delito não é tarefa das mais fáceis. Para configurar o crime, é preciso que o golpista tenha a intenção de enganar a vítima e que haja uma situação de abuso – há que se provar essas duas situações. O agente se defende alegando que realmente estava apaixonado e que a vítima emprestou o dinheiro sem ser enganada.

Projetos de lei têm sido apresentados para tipificar o estelionato sentimental e prever punição específica para esses criminosos covardes. Contudo, apesar de ainda não haver previsão própria para esse golpe, o agente responde pelo caput do artigo 171 do Código Penal, cuja pena de reclusão varia de um a cinco anos. Em processos que naveguem pelas águas da Lei Maria da Penha, vale registrar que o estelionato sentimental é considerado uma forma de violência patrimonial.

Enfim, os elementos constitutivos para a caracterização do estelionato sentimental são: 1) Enganar a vítima por meio de manipulação emocional; 2) Promessa de constituição de uma relação afetiva; 3) Obter vantagem econômica ou material da vítima e 4) Lesar os bens da vítima.

Como não poderia deixar de ser, a inteligência artificial agravou esse cenário: uma avalanche de golpes vem sendo perpetrados através da internet. Os criminosos criam imagens falsas e enganam suas vítimas. São homens que se passam por mulheres e até por famosos, como é o caso recente de uma desavisada que acreditou estar namorando o Elon Musk. Uma outra senhora estaria envolvida com o cantor Fabio Junior.

Imaginem o Elon Musk, o homem mais rico do Planeta, dizendo para sua vítima que está passando por dificuldade financeira - parece até piada, né? Mas isso ocorreu e a vítima caiu no golpe.

O estelionato sentimental praticado através da internet e suas redes sociais, com o incremento da inteligência artificial, elevou o índice desses golpes a milésima potência.

Para os crimes de ameaça e de extorsão que utilizam IA contra suas vítimas, foi criada uma proteção legal. No dia 24 de abril deste ano entrou em vigor a Lei 15.123, que estabelece um aumento de pena para o crime de ameaça, nos seguintes termos: "A pena é aumentada de metade se o crime é cometido mediante uso de inteligência artificial ou de qualquer outro recurso tecnológico que altere imagem ou som da vítima".

Estamos falando de criminosos que criam imagens falsas para extorquirem suas vítimas, como o nudes falso, por exemplo. Para tanto, foi criado o parágrafo único do art. 147-B do Código Penal (o art. 147 é o que prevê o crime de ameaça). Trazer tal agravamento de pena para os casos de estelionato amoroso que utilizam IA é simples: basta copiar e colar tal parágrafo único também para o art. 171 do Código.

Se você conhece alguém que esteja vivendo essa situação a encoraje a registrar a ocorrência na delegacia do seu bairro. Oriente essa mulher a procurar um advogado, a juntar provas como mensagens trocadas, comprovantes de transferências, presentes e empréstimos, além de relacionar as testemunhas, se houver.

É uma questão de cidadania. Registrar a ocorrência é o mesmo que militar pelo Direito da Mulher nesse país.

CARLOS MAGGIOLO
Advogado Criminalista, Professor de Direito Penal e Jornalista

A importância da **Drenagem Linfática** manual no **Climatério** e **Menopausa**

Por Lú de Freitas

Vamos começar pelas definições.

Climatério é a transição entre o período reprodutivo e não reprodutivo da mulher. Pode durar alguns meses ou até dez anos.

A menopausa é na verdade o nome dado ao ano seguinte da última menstruação que a mulher tem na vida.

Depois dessa data estamos na fase da pós-menopausa. Nesse período de mudanças na vida da mulher o ambiente criado em meu consultório e de acolhimento, para que a paciente sinta paz e relaxamento.

As mulheres inicialmente procuram a drenagem linfática pela estética. Ao realizar a primeira sessão e sentir os benefícios como a melhora do funcionamento do intestino, insônia, irritabilidade e retenção de líquido. Acontece a virada de chave em busca da saúde.

Algumas mulheres nessa fase podem sentir ondas de calor, tonturas, palpitações e sudorese noturna, que prejudicam o sono.

A irritabilidade é um sintoma comum e a manobras proporcionam sensação de bem-estar, melhora da aparência, autoestima e bom humor.

A drenagem também alivia a tensão muscular, ajuda no controle de estresse e da ansiedade. Imagina o quanto uma mulher com sintomas depressivos, dificuldade de concentração e memória, sentirá paz e acolhimento após a sessão?

Após a drenagem elas se sentem revigoradas, pois também auxilia no melhor funcionamento geral do corpo, eliminando os líquidos, facilitando a entrada de oxigênio nas células, promovendo uma melhor saúde dos tecidos musculares, da pele e inclusive da função cerebral.

Não são necessárias muitas sessões para a paciente entender que a Drenagem Linfática Manual é uma técnica extremamente benéfica para a vida, principalmente nessa fase do climatério e menopausa.

Para algumas mulheres o climatério e menopausa é uma fase que também pode ser dolorosa fisicamente, com queixas musculares e articulares devido o declínio hormonal. A Drenagem vai contribuir para a recuperação de lesões, oxigenando os tecidos e promovendo relaxamento muscular.

O objetivo com esse artigo é fazer as mulheres se conscientizarem que é uma fase, onde devemos vivenciar da forma mais positiva as mudanças físicas e hormonais.

É importante lembrar que cada mulher pode ter experiências únicas. Por esse motivo é recomendado além da drenagem linfática manual, buscar orientação médica.

Uma atitude otimista sobre o climatério e a menopausa, faz a mulher sofrer menos e procurar soluções para passar por esse período de forma mais plena.

DRA. LÚ DE FREITAS
Fisioterapeuta

Doações na Declaração de Imposto de Renda:

Um gesto que faz a diferença e ainda gera BENEFÍCIO FISCAL

Por Ilan Renz

Com a chegada do prazo final de entrega da Declaração de Imposto de Renda da Pessoa Física (DIRPF) 2025, que vai ser no dia 30 de maio até as 23h59m, muitos contribuintes não sabem que podem destinar parte do seu imposto devido a causas sociais, como os Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente (ECA) e os Fundos da Pessoa Idosa, diretamente na própria declaração, sem custo adicional.

Trata-se de uma ação cidadã que não gera imposto extra, mas sim redireciona o valor do tributo a ser pago para beneficiar projetos sociais fiscalizados pelos Conselhos dos Direitos (municipais, estaduais ou nacionais).

Já me fizeram a seguinte pergunta: E Quem Pode Fazer a Doação?
E eu respondo: Qualquer pessoa que fizer a declaração no modelo completo (modelo por deduções legais), tiver imposto a pagar ou a restituir e respeitar o limite de até 6% do imposto devido no total, sendo no máximo 3% para o ECA e 3% para o Fundo do Idoso, quando feito diretamente na declaração.

E Como Funciona?
Na prática, você realiza a doação na hora de preencher a declaração, escolhe o fundo desejado (municipal, estadual ou federal), e o valor é abatido do imposto a pagar ou somado à sua restituição.

Informação Importante: Essa modalidade vale somente durante o preenchimento da declaração. Se quiser doar ao longo do ano, o percentual dedutível é diferente e exige comprovante da entidade recebedora.

Exemplo Prático
Imagine que você, ao preencher sua DIRPF 2025, verifica que terá R$ 4.000,00 de imposto a pagar.

Então você pode optar por doar até R$ 240,00 (6%), sendo R$ 120,00 para o Fundo da Criança e do Adolescente e R$ 120,00 para o Fundo do Idoso.

Nessa opção, será gerado um DARF próprio, para cada doação – ECA ou Idoso, e que deve ser pago até o prazo final da declaração, ou seja, 30 de maio. Em contrapartida, esse valor será abatido do imposto a pagar e direcionado diretamente para os fundos escolhidos.

Vou dar um Passo a Passo de como fazer dentro no Programa da Receita Federal

- Preencha toda a declaração normalmente;
- No menu lateral, acesse a opção "Doações Diretamente na Declaração – ECA ou Idoso";
- Escolha se deseja doar para o fundo nacional, estadual ou municipal;
- O sistema informará o valor máximo permitido para doação;
- Informe o valor a doar;

• Ao finalizar a declaração, será emitido um **DARF exclusivo** para essa doação;
• Pague esse DARF até o prazo final da declaração, 30 de maio de 2025;
• Guarde o comprovante.

Por que Fazer Essa Doação?

• Você não gasta nada a mais: o valor sai do que você pagaria ao governo;
• Pode aumentar sua restituição ou reduzir o imposto a pagar;
• Ajuda projetos sociais com impacto direto em sua comunidade;
• Tem a garantia de que os fundos são fiscalizados e controlados;
• Exercita sua cidadania ativa e responsabilidade social.

A doação diretamente na declaração de IR é uma forma simples, segura e eficaz de transformar parte do seu imposto em ações concretas para crianças, adolescentes e idosos em situação de vulnerabilidade. Muitos contribuintes desconhecem esse benefício e perdem a oportunidade de exercer um papel mais participativo na sociedade.

Na hora de declarar, lembre-se: você pode pagar imposto, ou pode fazer o bem com ele.

E um último lembrete superimportante: **Não Deixe sua Declaração de Imposto de Renda para a Última Hora!**

A cada ano, milhares de contribuintes caem na mesma armadilha: deixam para entregar a declaração de IR no último dia e acabam enfrentando problemas que poderiam ser facilmente evitados.

• Revisão com calma: Fazer sua declaração com antecedência permite revisar documentos, conferir informações e evitar erros que podem levar à temida malha fina.
• Tempo para corrigir pendências: Caso falte algum informe de rendimento ou documentação, você terá tempo hábil para solicitar e organizar tudo.
• Evitar instabilidades no sistema: Nos últimos dias, é comum o site da Receita Federal ficar sobrecarregado, gerando lentidão e até quedas no sistema.
• Prioridade na restituição: Quem entrega primeiro (e sem erros) entra na frente nos lotes de restituição!

Deixar para o último momento pode custar caro:

• Multa mínima de **R$ 165,74**, podendo chegar a **20% do imposto devido** em caso de atraso.
• Risco de informar dados incorretos por pressa ou desatenção.
• Estresse desnecessário com prazos apertados.

Organize-se, revise seus documentos e entregue sua declaração com tranquilidade.
Planejamento é sinônimo de economia e segurança!

Lembre-se: O Leão não espera... mas você pode evitar que ele morda seu bolso!

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

Instagram: @dizpramimcontadora

IRPF para Profissionais da Moda: Como declarar sem cair na Malha Fina

Por Claudia Lolita

O setor da moda no Brasil é vibrante, dinâmico e em constante transformação. Estilistas, costureiras, lojistas, designers, influenciadores e empreendedores fashion movimentam bilhões anualmente, tanto no comércio físico quanto online. No entanto, em meio a essa criatividade e expansão, uma questão delicada e inevitável surge todos os anos: a hora de declarar o **Imposto de Renda de Pessoa Fisica.**

O prazo para entrega termina em 31 de maior de 2025.

Muitos profissionais da moda ainda têm dúvidas sobre como organizar suas informações financeiras para o Fisco. Em um cenário de múltiplas fontes de renda, recebimentos por Pix, parcerias comerciais e vendas em diferentes plataformas, a declaração de IR pode se tornar um verdadeiro desafio — e erros simples podem levar à temida malha fina.

Se você atua no universo da moda e quer saber como declarar de forma correta, segura e sem estresse, continue lendo este artigo. Vamos te guiar pelos pontos essenciais para que sua declaração seja um reflexo fiel da sua atividade e, de quebra, ajudar você a economizar.

A complexidade do setor de moda no IR: um alerta necessário

Os profissionais da moda, em geral, possuem fluxos financeiros que fogem do padrão tradicional. É comum trabalhar com loja física e online, prestar serviços para marcas, atuar como criador de conteúdo e ainda receber pagamentos diversificados — desde boletos bancários a transferências via Pix ou cartão de crédito.

Essa multiplicidade de receitas e formas de recebimento exige atenção redobrada na hora de fazer a declaração, pois **a Receita Federal cruza dados bancários e informações de operadoras de pagamento** para verificar inconsistências. E o setor da moda, pela sua informalidade ainda presente em muitos casos, está cada vez mais no radar da fiscalização.

Como declarar corretamente o IR se você trabalha com moda

Se você atua na moda e teve **rendimentos tributáveis acima de R$ 33.888,00 em 2024**, está obrigado a apresentar sua declaração. Veja o que é essencial considerar:

1. Sou MEI ou tenho empresa: o que declarar?

Se você atua como **MEI ou possui uma empresa,** precisa separar o que é faturamento empresarial e o que é **lucro retirado para uso pessoal.** O faturamento da empresa não entra na sua declaração pessoal (IRPF), mas o valor que você retirou como lucro sim — e precisa ser informado corretamente.

2. Despesas que podem ser deduzidas

Investimentos no seu negócio podem ser abatidos para fins de Imposto de Renda, como:

Ferramentas de trabalho (máquinas de costura, computadores, softwares de design);

Cursos e treinamentos profissionais;

Para influenciadores: gastos com câmera, produção de conteúdo, internet e marketing.

Atenção: para deduzir, é fundamental ter **notas fiscais e comprovantes** guardados.

3. Organize todas as fontes de renda

Declare tudo que estiver vinculado ao seu CPF: vendas em loja física, online, prestação de serviços, parcerias publicitárias e até pequenos recebimentos via Pix. Lembre-se: a Receita cruza dados bancários e sabe quanto você movimentou.

4. Escolha o modelo certo: simplificado ou completo

Simplificado: desconto padrão de 20% da renda, sem precisar comprovar despesas (ideal para quem não tem muitos gastos dedutíveis).

Completo: se você tem muitas despesas dedutíveis, pode valer mais a pena usar o modelo completo e pagar menos imposto.

5. Bens e investimentos também entram na declaração

Se você comprou veículos, imóveis, máquinas, estoques ou investimentos financeiros em 2024, precisa informar esses bens no seu patrimônio.

Os erros mais comuns que você deve evitar

• **Declarar apenas parte da renda:** Recebeu por Pix, dinheiro ou transferência? Tudo precisa ser declarado.

• **Misturar contas pessoais e da empresa:** Ter uma conta separada para o CNPJ ajuda na organização e reduz o risco de erro na declaração.

• **Esquecer rendimentos de parcerias e influências digitais:** Posts patrocinados, permutas, parcerias... tudo isso gera valor e deve ser registrado.

• **Não informar bens adquiridos:** Comprar um carro ou imóvel e não declarar é uma das inconsistências que mais gera problemas.

A importância do planejamento tributário para profissionais da moda

A declaração de IR é apenas a ponta do iceberg. Quem atua com moda precisa investir no **planejamento tributário ao longo** do ano. Isso significa:

Organizar as finanças;

Ter notas fiscais para todas as transações relevantes;

Separar o que é pessoal do que é da empresa;

Buscar orientações sobre incentivos fiscais específicos do setor.

Com planejamento, é possível não apenas evitar problemas com a Receita Federal, mas também **economizar em impostos, melhorar o fluxo de caixa e aumentar a lucratividade.**

Conclusão: moda, criatividade e responsabilidade financeira

O mercado da moda é feito de inovação, sensibilidade estética e visão de negócios. Mas, para sustentar o sucesso de uma marca, é imprescindível **ter responsabilidade financeira e fiscal.**

Declarar corretamente o Imposto de Renda é um ato de proteção ao seu patrimônio, à sua imagem e à saúde financeira do seu negócio. A boa notícia é que, com organização e orientação especializada, isso pode ser simples, seguro e até estratégico.

Na **CLAC Contabilidade,** somos especialistas em **soluções contábeis para o setor de moda** e estamos prontos para apoiar você em todas as etapas — da organização dos seus documentos à entrega segura da sua declaração.

Não deixe que um erro simples coloque sua carreira ou seu negócio em risco. Faça sua declaração com quem entende de moda, números e sucesso!

CLAUDIA LOLITA
CEO da CLAC Contabilidade, especialista em contabilidade para o setor de moda, palestrante e escritora. Atua há quase 30 anos desenvolvendo soluções contábeis e estratégias de crescimento para marcas e negócios da nova economia.

JAIANY MELO
Estilista

JAIANY MELLO: O lançamento nacional que irá reescrever o mercado brasileiro e ganhar o mundo.

Por Eugênio Santos

Em novembro de 2025, o Brasil assistirá ao nascimento de um novo fenômeno no universo : a grife Jaiany Mello. Com um evento de estreia em São Paulo que reunirá moda, beleza e inovação, a marca não apenas apresentará sua identidade sofisticada, como também surpreender ao lançar uma linha completa de tratamento capilar e maquiagem premium, com produtos desenvolvidos para revolucionar o mercado brasileiro e firmar a força da beleza nacional com padrão internacional.

À frente da marca está Jaiany Mello, uma jovem empreendedora, estilista e criadora inquieta, cuja energia arrojada e visão contemporânea quer transformar sua marca em referência de autenticidade e sofisticação. Jaiany representa a nova geração de mulheres brasileiras que pensam grande, ousam criar e se destacam pelo dinamismo e compromisso com a excelência.

PROPOSTA OUSADA

O impacto da estreia será imediato. A grife chegará ao mercado com uma proposta ousada: unir moda autoral à uma linha de cuidados capilares de alta performance, com shampoos e tratamentos desenvolvidos com ativos naturais, tecnologia de ponta, fórmulas veganas e resultados comprovados para todos os tipos de cabelo. A promessa de transformar a experiência de cuidado capilar em um ritual de luxo acessível conquistará consumidores e profissionais em todo o país.

Mas Jaiany Mello vai além. A marca também apresentará sua linha de maquiagem exclusiva, com embalagens sofisticadas, fórmulas leves e alta fixação, pensadas para a pele brasileira. Bases inteligentes, batons de longa duração, iluminadores cremosos, blushes versáteis e paletas multifuncionais foram desenvolvidos com qualidade internacional e uma paleta de tons inclusiva, que celebra a diversidade de tons de pele do Brasil.

"Não criamos apenas produtos, criamos uma experiência. Me sinto segura, confiante e representada. A minha linha de produtos veste a força da mulher identidade e realça sua beleza natural com sofisticação e propósito", explica a fundadora Jaiany Mello.

Ela acredita que em menos de um ano, a marca se consolidará com lojas físicas nas principais capitais brasileiras, presença em salões de beleza, e uma operação digital robusta que alcança todas as regiões do país. - A linha capilar e os itens de maquiagem rapidamente se tornarão best-sellers, ganhando destaque em editoriais de beleza, influenciadoras e prêmios do setor.

EXPANSÃO INTERNACIONAL

Agora, no final de 2026, a Jaiany Mello iniciará seu movimento de expansão internacional, com lançamentos agendados em Nova York e Paris — levando não apenas suas coleções de moda, mas também sua linha de beleza completa. A entrada nos mercados norte-americano e europeu marcará o início de uma nova fase, ou seja, a busca do reconhecimento global de uma marca com alma brasileira, que combina tecnologia, elegância e inclusão.

"Nós acreditamos em um luxo real, que respeita a essência de cada pessoa. A beleza brasileira é plural, poderosa e cheia de vida — e é isso que queremos mostrar ao mundo", conta a estilista.

A grife Jaiany Mello já não é apenas uma promessa: é uma realidade que irá crescer com consistência, ousadia e propósito. E está pronta para encantar o mundo.

EUGÊNIO SANTOS
CEO – Chief Executive Officer & Founder Mastercom Capital LLC

ANUNCIE

E CORRA UM SÉRIO RISCO DE TE ACHAREM

revistamalls.contato@gmail.com

CONTAGEM REGRESSIVA PARA O ENASUPER 2025

Inovações, tendências e conexões estratégicas marcam a edição deste ano

Por Solange Bassaneze

O Encontro Nacional de Superintendentes, exclusivo para shoppings associados da Abrasce, está chegando. Entre os dias 26 e 27 de junho, o WTC Golden Hall, em São Paulo, será palco deste encontro entre profissionais de todo o Brasil para uma experiência única de aprendizado, networking e inspiração.

Atualmente, a entidade possui 459 associados dos 650 ativos existentes, o que representa a possibilidade de 70% dos superintendentes de todo país participarem. "Sabemos que, às vezes, alguns poderão estar de férias ou em outra agenda estratégica, mas esperamos receber, pelo menos, 400 participantes. As inscrições continuam abertas em nosso hotsite", diz Gabriella Oliveira, diretora de Planejamento Estratégico e Operações da Abrasce.

"Experiência, inovação e tecnologia norteiam o Enasuper. Queremos surpreender o participante desde o momento da sua chegada ao credenciamento, por meio das ativações de marcas e do conteúdo programado. Tudo foi pensado para levar o que há de melhor nestes pilares. Por já ter tido uma fórmula de muito sucesso nas duas primeiras edições e todos estarem com saudade de vivenciar momentos similares, a equipe da Abrasce está muito engajada em fazer a melhor edição realizada até agora", *enaltece Gabriella.*

Não há qualquer evento similar no país direcionado a esse público e, para responder à alta expectativa, a Abrasce preparou cada detalhe minuciosamente. Pelo fato da última edição ter sido realizada em 2019 e a pandemia ter acelerado muitas frentes, isso foi considerado para a construção de toda a programação.

Para poder receber essa plateia diferenciada, a mestre de cerimônias será a jornalista Mari Palma. "Esse é um evento jovem. Por isso, pensamos realmente em alguém que conseguisse trazer essa característica, se conectar e mostrar o que foi construído no storytelling. E ela tem esse perfil de gerar reflexão e trazer inovação."

O objetivo é proporcionar uma imersão durante dois dias para que cada superintendente possa vivenciar momentos inspiracionais, sair com novas soluções e, ao final, colaborar com a estratégia de negócio do shopping em que atua.

Para já aquecer esse grande grupo para a data, uma equipe está envolvida no envio de mensagens por WhatsApp, o que proporciona um networking prévio. É uma oportunidade exclusiva de se conectar com superintendentes de todas as regiões do país.

No decorrer dos dias, estão previstos ainda coffee break para que as pessoas possam se conhecer, encontrar e trocar informações. A curadoria dos

palestrantes também é bastante criteriosa e todo o conteúdo é moldado e inédito. Entre os nomes confirmados estão a influenciadora Camila Coutinho, o antropólogo Michel Alcoforado, o ator e ativista Sergio Marone, entre outros. Em um painel oferecido pela Intranet Mall, a keynote speaker será Rebeca Andrade, ginasta e maior medalhista olímpica do país.

Segundo Gabriella, essas escolhas são reflexo do trabalho dentro do pilar de educação da Abrasce, em que há um olhar apurado para trazer os nomes corretos de acordo com o perfil do evento.

"Precisamos ir além. Por exemplo, teremos uma apresentação exclusiva sobre comportamento de compra geracional. Queremos levar a informação de uma maneira construtiva e isso ser vivenciado em palco. Rebeca Andrade irá explorar o lado do encantamento e, com isso, buscamos fazer analogias com o nosso mercado. É tudo pensado para a realidade do que queremos oferecer de conteúdo ao nosso público."

Além das palestras, haverá o workshop Design Thinking – Repensando o Shopping: novo cenário, novas ideias e soluções inovadoras, sendo mais uma forma de provocar em cada um a habilidade de organizar as ideias a partir das diretrizes dadas.

"O Enasuper proporciona essa vivência e prática. Atividades nessa linha evidenciam o nosso objetivo de gerar no grupo o que planejamos. Não adianta falarmos para pensar fora da caixa, precisamos mostrar como ele pode fazer isso."

Está previsto ainda a dinâmica Team Building – No Ritmo Certo da Liderança: Pedalando juntos para alcançar resultados coletivos e, neste momento, todas essas lideranças de shopping centers do país são convidadas para um desafio em que precisam trabalhar juntos. É sempre muito instigante. "No fim, tudo termina em pessoas. Precisamos humanizar cada vez mais as relações e dinâmicas como essa trabalham agilidade, gestão de tempo, concentração e conectividade", destaca Gabriella.

Patrocinadores e apoiadores estarão presentes nas ativações de marcas, gerando ainda mais networking. "O que eu posso dizer é que as pessoas se preparem. Elas vão sair com a mente e a sacola cheia, no sentido de levar para casa, o que elas podem usufruir e degustar e ter uma experiência completa", instiga Gabriella.

Se você é superintendente ou gerente geral de shopping associado e ainda não fez sua inscrição, acesse o hotsite e reserve sua vaga.

Não pode ficar de fora. Está realmente imperdível! Há momentos que precisam ser vivenciados ao vivo e, com certeza, todos sairão impactados!

GABRIELLA OLIVEIRA
Diretora de Planejamento Estratégico
e Operações da Abrasce