

empreenda[®]

revista

ANO IX | EDIÇÃO 97 | 2025

VISIONÁRIA, ELA REVOLUCIONOU O MERCADO DA BELEZA, MODA E EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

CRISTIANNA
ARCANGELI



MARKETING E COMUNIDADE

STORYTELLING EM VENDAS: COMO CRIAR HISTÓRIAS QUE VENDEM?

MERCADOS E FRANQUIAS

DE EMPRESÁRIO A FRANQUEADOR: QUAL O PRÓXIMO PASSO?

GESTÃO E NEGÓCIOS

PROPÓSITO, A ALMA DO NEGÓCIO

empreenda[®] revista

ABRANGÊNCIA INTERNACIONAL!
ESTADOS UNIDOS, JAPÃO,
E PORTUGAL



ASSINE A
EMPREENDA REVISTA
E TENHA ACESSO
AO MELHOR CONTEÚDO
EMPREENDEDOR



ASSINE JÁ



NÃO PERCA ESSA CHANCE,
VENHA FAZER PARTE DA COMUNIDADE
DE EMPREENDEDORES QUE
MAIS CRESCE NO BRASIL

DIGITAL POR APENAS
R\$ **137,**
ANUAL



www.emprendarevista.com.br/assinatura



SUMÁRIO

>>

P/16. — **BRANDING E POSICIONAMENTO**
Evento exclusivo em alphaville revolucionou o **posicionamento de empresários e líderes**

P/36. — **GESTÃO E NEGÓCIOS**
O propósito: a alma do negócio

P/40. — **EMPREENDEDORISMO FEMININO**
Eu sou uma diva: a corrida que transformou vidas

P/42. — **EMPREENDEDORISMO FEMININO**
Uma liderança **visionária**

P/44. — **EMPREENDEDORISMO FEMININO**
Resiliência, determinação e paixão pelo direito

P/46. — **EMPREENDEDORISMO FEMININO**
O brilho de uma mulher que conquistou seu espaço no mundo

P/48. — **EMPREENDEDORISMO FEMININO**
A força do feminino que transforma – **Kássila Nasser** e o equilíbrio entre ciência, afeto e propósito

P/50. — **EMPREENDEDORISMO FEMININO**
A força do empreendedorismo humanizado na nova era dos negócios

P/52. — **EMPREENDEDORISMO FEMININO**
Força, virilidade e masculinidade – a assinatura da **Dra. Laís na harmonização masculina**

MARKETING

Storytelling em vendas: como criar histórias que vendem?

P/08.



ECONOMIA DIGITAL

A nova estratégia silenciosa das **empresas que crescem sem concorrência**

P/10.



BPO FINANCEIRO

Nem todo mundo está pronto **para empreender!**

P/12.



DIREITO

Direitos e negócios: **a voz feminina**

P/18.



FRANQUIAS

De empresário a franqueador:
o próximo passo?

P/20.



MATÉRIA DE CAPA

Cris Arcangeli: a visionária que revolucionou
beleza, moda e empreendedorismo no Brasil

P/24.



P/56.

MODA E ESTILO

O luxo redefinido:

a trajetória de rafael nassib e juliana perroni
na evolução dos eventos exclusivos

CASE DE SUCESSO

Do alto desempenho nas águas à
excelência da mente estratégica por trás
de grandes negócios

P/56.



empreenda[®]

revista

EXPEDIENTE

Empreenda Revista
Ano IX | Edição 97 | março 2025

Fundadora do Grupo Empreenda
Elaine Julião

CEO
Wilson Borges
wilson.borges@empreendarevista.com.br

Diretora Executiva
Elaine Julião
elaine@empreendarevista.com.br

Diretor Comercial
Fábio Nicolini
fabio@empreendarevista.com.br

Editora-Chefe
Ana Sodré
ana.sodre@empreendarevista.com.br

Escritório São Paulo
Alameda Madeira, 222 - 14º andar - Alphaville

Produção de Conteúdo
Editora Empreenda Mídia e Comunicação
51.188.006/00021-75

Redação:
Jornalista: **Ana Sodré** - MTB 0087109-SP
redacao@empreendarevista.com.br

Marketing e Vendas
comercial@empreendarevista.com.br

Projeto Gráfico e Diagramação: **Alef Design**

Banco de Imagem: **Freepik e Midjourney**

Foto Capa: **Estúdio Leandro Torres**

Tiragem e Circulação:
5.000 exemplares distribuídos nacionalmente

Assinatura

www.empreendarevista.com.br/assinatura
FALE CONOSCO: **11 2680-0030**

CONTATO

Para dúvidas, sugestões, parcerias ou autorização de uso de materiais, entre em contato com nossa equipe:

E-mail: contato@empreendarevista.com.br

Site: www.empreendarevista.com.br



MÍDIAS SOCIAIS

 /empreenda-revista-a24743243/

 @empreendarevista

 /empreendarevista



www.empreendarevista.com.br

Isenção de Responsabilidade

Os conceitos, opiniões e informações expressos em colunas assinadas, artigos e materiais divulgados são de inteira responsabilidade de seus autores e colaboradores, não refletindo necessariamente o posicionamento editorial ou institucional da Revista Empreenda.

A publicação não se responsabiliza por eventuais prejuízos ou danos decorrentes da interpretação ou utilização das informações contidas em seus conteúdos.

EDITORIAL



ELAINE JULIÃO

@elainejulião_

MARÇO É UM MÊS ESPECIAL

É o mês em que celebramos a força, a determinação e o talento das mulheres empreendedoras que transformam desafios em oportunidades, sonhos em negócios e ideias em inovação.

E não poderíamos escolher um nome melhor para representar esse espírito do que Cris Arcangeli, nossa capa desta edição.

Empreendedora serial, investidora, inovadora e mentora de novos negócios, Cris é um verdadeiro exemplo de resiliência, inovação e visão de futuro. Nesta edição, vamos mergulhar na sua trajetória, desde os primeiros passos no

mercado de beleza até sua atuação como investidora e agente de transformação social.

Você vai conhecer sua visão sobre inovação, liderança feminina, empreendedorismo social e, claro, os próximos passos dessa mulher que nunca para de se reinventar.

Aqui, na Empreenda Revista, acreditamos que informação de qualidade é o maior ativo de um empreendedor.

Nosso compromisso é trazer insights, histórias inspiradoras e conteúdos estratégicos para ajudar você a crescer no mundo dos negócios.

Nesta edição especial, você também encontrará:

- Tendências do mercado para 2025 e como se preparar para elas.
- Histórias de mulheres empreendedoras que estão transformando o Brasil.

- Dicas de especialistas para impulsionar sua marca e escalar seu negócio.

- Entrevistas exclusivas com nomes que fazem a diferença no ecossistema empreendedor.

Queremos que você faça parte dessa jornada conosco. A Empreenda Revista não é apenas uma publicação, mas sim uma parceira no crescimento do seu negócio.

Então, prepare-se para uma leitura que vai inspirar, provocar reflexões e, acima de tudo, te dar ferramentas para inovar e crescer.

Acompanhe a Empreenda em suas redes sociais e portal, lembre-se: o futuro do empreendedorismo é agora – e ele começa com você!

Desejo a todos uma ótima leitura e até a próxima edição.

Elaine Julião

Founder

STORYTELLING EM VENDAS: COMO CRIAR HISTÓRIAS QUE VENDEM?

Por Elaine Julião

O QUE É STORYTELLING?

Storytelling é a arte de contar histórias com o objetivo de envolver o público. Seja em livros, filmes, comerciais ou até mesmo no discurso de um vendedor, essa técnica tem o poder de prender a atenção e influenciar decisões.

EXEMPLOS DO DIA A DIA:

- Um filme ou série assistida na noite anterior.
- O livro ou artigo lido pela manhã.
- Um comercial emocionante que marcou sua memória.

No contexto das **vendas**, o storytelling é uma ferramenta poderosa. Quando bem aplicada, cria identificação com o cliente, tornando o processo de compra mais natural e envolvente.

COMO O STORYTELLING ATUA NO CÉREBRO?

Nosso cérebro reage automaticamente às histórias por meio de diferentes estímulos neurológicos. Veja os principais:

Elemento Neurológico	Função no Storytelling
Dopamina	Conhecido como “hormônio da paixão”, influencia emoções, prazer e memorização.
Acoplamento Neural	Nosso cérebro busca referências pessoais para se conectar com a história.
Ativação do Córtex	Assimila informações e cria conexões lógicas.

Curiosidade: Você já se pegou emocionado com uma história sem perceber? Isso acontece porque sua mente foi ativada por esses neurotransmissores!



A JORNADA DO HERÓI NO STORYTELLING DE VENDAS

Toda história de sucesso segue um padrão conhecido como **Jornada do Herói**, conceito criado por **Joseph Campbell** em 1949. Ele identificou **12 etapas** comuns às grandes narrativas.

AS 12 ETAPAS DA JORNADA DO HERÓI:

1. Mundo comum
2. Chamado à aventura
3. Recusa do chamado
4. Encontro com o mentor
5. Travessia do primeiro limiar
6. Provas, aliados e inimigos
7. Aproximação da caverna secreta
8. A provação
9. A recompensa
10. O caminho de volta
11. A ressurreição
12. O retorno com o elixir

EXEMPLO PRÁTICO DE STORYTELLING APLICADO A VENDAS:

Vamos transformar essa estrutura em um **exemplo de venda** para um software de gestão financeira:

Etapa	Exemplo no processo de vendas
Mundo Comum	Fábio é um gestor financeiro que enfrenta dificuldades com seu sistema antigo.
Chamado à Aventura	Ele percebe que os processos são lentos e custam tempo e dinheiro.
Recusa do Chamado	Fábio hesita em mudar por medo da complexidade da migração.
Encontro com o Mentor	Ele descobre uma solução mais moderna e conversa com especialistas.
Provação	Ainda tem dúvidas, mas percebe o impacto negativo da ineficiência.
Recompensa	Após a implementação do novo sistema, sua equipe melhora a produtividade.
Retorno com o Elixir	Agora, Fábio tem mais tempo para análises estratégicas e lidera com mais eficiência.

Moral da história: Seu cliente precisa enxergar **como sua solução pode transformar sua realidade**.

COMO APLICAR O STORYTELLING NO PROCESSO DE VENDAS?

INTRODUÇÃO (CRIANDO CONEXÃO)

- Conheça bem seu cliente antes de iniciar o diálogo.
- Use elementos de identificação:

Exemplo:

“Fábio, assim como você, é gestor financeiro em uma empresa de tecnologia.”

Neste momento, o cliente percebe que a história pode ser relevante para ele.

MEIO (EXPLORANDO A DOR)

- Apresente o **problema** de forma envolvente.
- Enriqueça com detalhes para gerar conexão emocional.

Exemplo:

“Os processos eram demorados, resultando em retrabalho e baixa eficiência da equipe.”

Neste ponto, o cliente percebe que tem o mesmo problema que o personagem da história.

FINAL (APRESENTANDO A SOLUÇÃO DE FORMA NATURAL)

- Mostre como o herói superou o desafio.
- Deixe claro que sua solução foi **um dos elementos-chave**, mas sem parecer forçado.

Exemplo:

“Após seis meses com o novo sistema, Fábio percebeu uma grande melhoria na produtividade e no clima organizacional.”

Dica Extra: Evite apresentar sua marca como a “salvadora”. O ideal é que o cliente perceba sozinho que sua solução pode ajudá-lo!

ONDE USAR O STORYTELLING EM VENDAS?

O storytelling pode ser aplicado em diferentes momentos do processo comercial:

NO MARKETING DIGITAL:

- Posts no LinkedIn e Facebook
- E-mails e Landing Pages
- Anúncios e vídeos promocionais

NA ABORDAGEM COMERCIAL:

- Chamadas telefônicas
- Apresentações para clientes
- Propostas comerciais
- As pessoas se conectam com histórias reais e envolventes.
- O storytelling pode ser aplicado em diversas etapas do processo de vendas.
- Técnicas como a **Jornada do Herói** ajudam a estruturar histórias que convertem.
- **Agora é sua vez!** Comece a contar histórias envolventes e transforme seu processo de vendas!

SOBRE ELAINE JULIÃO

Com uma trajetória consolidada no universo da comunicação e do empreendedorismo, Elaine Julião é referência na arte de contar histórias que conectam, inspiram e vendem. Founder do Grupo Empreenda Mídia e Comunicação, atua como mentora e estrategista, ajudando marcas e profissionais a construir narrativas autênticas e persuasivas.

Apaixonada por transformar histórias em oportunidades, ela acredita que toda grande marca começa com uma grande narrativa.

A NOVA ESTRATÉGIA SILENCIOSA DAS EMPRESAS QUE CRESCEM SEM CONCORRÊNCIA

No mundo dos negócios, quem controla o ambiente, controla o jogo.

Num mundo em que o “equity” está em alta (propriedade ou participação no negócio), empresas que antes dependiam de terceiros para crescer, inovar e se diferenciar agora estão criando estruturas próprias, redes exclusivas de parceiros, clientes e fornecedores. Elas não apenas vendem produtos ou serviços, mas constroem um universo fechado e integrado, onde cada peça trabalha a favor da expansão e da retenção de clientes. Esse movimento está redefinindo a forma como as empresas competem e se tornam líderes de mercado e empresas a partir de R\$1 milhão de faturamento mensal já podem e devem aproveitar.

POR QUE AS EMPRESAS ESTÃO SEGUINDO ESSE CAMINHO?

A resposta é simples: controle, previsibilidade, crescimento sustentável e sinergia. As empresas perceberam que depender de fornecedores externos, intermediários e mercados saturados limita sua margem de lucro e expõe seus negócios a riscos imprevisíveis. Ao invés de lutar por um espaço em um ambiente genérico e altamente competitivo, líderes empresariais estão criando estruturas que os colocam no comando, reduzindo custos operacionais, aumentan-

DENNIS NAKAMURA

Engenheiro pela USP, especialista em financiamento de projetos e empreendedorismo, com MBA e palestrante do TEDx



do a geração de leads, fidelização de clientes e formas de monetização.

Quem domina seu próprio ambiente não sofre tanto com mudanças repentinas nas regras do jogo. A Meta (Facebook), por exemplo, alterou diversas vezes suas políticas de alcance e anúncios, impactando negativamente negócios que dependiam exclusivamente da plataforma para vendas. Empresas que possuem seu próprio ecossistema sofrem menos com esse tipo de imprevisto e podem crescer de forma mais estável e previsível.

EXEMPLO PRÁTICO DE ECOSISTEMA EMPRESARIAL

Minha própria holding e algumas “sub-holdings” que temos são exemplos de Ecossistemas Empresarial. A RED&RED Company, nossa “sub-holding” de alimentação possui algumas dezenas de restaurantes e fastfood pelo Brasil e ao invés de apenas vender produtos, estamos começando a criar um ambiente mais completo ao redor dos clientes. Dentre nossas empresas, está a Zuppy, aplicativo de fidelização de clientes que não apenas serve para uma única das nossas marcas, mas para todas, inclusive enviando push notification por geolocalização não apenas quando o cliente chega próximo dos nossos restaurantes, mas em pontos estratégicos dos bairros. Com isso, o cliente permanece dentro do universo da empresa, reduzindo a probabilidade de buscar alternativas no mercado, ao menos em se tratando das culinárias que temos.

Grandes marcas fazem isso com maestria. Iniciamos essa trajetória no iFood há 10 anos e agora, além da venda e entrega de comida, o ecossistema já conta com grandes volumes de vendas de embalagens, insumos, serviços financeiros, de seguros e benefícios para os restaurantes. Criamos um ambiente para entregar diversas facilidades para os restaurantes cadastrados, fazendo com que tenham menos incentivo para sair e

mais razões para continuar comprando dentro do mesmo espaço.

Além da Zuppy, na RED&Co. como temos que contratar esses serviços de qualquer maneira, também temos nossa própria agência de marketing, nossa contabilidade, Inteligência Artificial e corretora de benefícios para restaurantes próprios e claro, com LGPD, atendendo também outros restaurantes do mercado.

OS BENEFÍCIOS DE CONSTRUIR ESSE MODELO DE NEGÓCIOS

- **Menos concorrência direta:** Você reduz a necessidade de disputar clientes todos os dias em um mercado saturado.
- **Mais fidelização:** Clientes que fazem parte do seu ambiente têm menos motivos para procurar alternativas.
- **Maior previsibilidade financeira:** Modelos recorrentes e sistemas fechados garantem uma receita mais estável.
- **Expansão facilitada:** Ao consolidar um ecossistema forte, novas oportunidades de receita surgem naturalmente.

AS DIFICULDADES NO CAMINHO

Apesar de suas vantagens, estruturar esse modelo exige planejamento. Muitas empresas tentam criá-lo, mas falham por falta de clareza sobre os passos certos a serem seguidos. A transição pode parecer desafiadora, pois exige mudanças no posicionamento do negócio, na forma de lidar com clientes e na maneira de estruturar parcerias estratégicas. Outro obstáculo é a necessidade de oferecer valor contínuo para manter o cliente engajado dentro do seu ambiente, sem que ele se sinta limitado ou explorado.

Se a estruturação for feita sem um plano sólido, o resultado pode ser um investimento alto sem retorno adequado. Por isso, a construção desse modelo exige conhecimento estratégico e a adaptação correta ao tipo de

negócio e ao perfil dos clientes.

PASSO A PASSO PARA PEQUENOS EMPREENDEDORES ESTRUTURAREM SEUS PRÓPRIOS ECOSISTEMAS

Não é uma ciência exata, mas se sua empresa fatura a partir de R\$1 milhão por mês, seguir um plano estruturado pode evitar erros comuns e garantir resultados escaláveis. Aqui está um roteiro inicial:

1. Defina um diferencial exclusivo – O que torna sua empresa única? Como você pode criar uma oferta que não dependa de tantos fornecedores externos?
2. Crie uma experiência mais completa para o cliente – Desenvolva formas de manter seu público engajado dentro do seu ambiente, oferecendo valor contínuo.
3. Invista em canais próprios – Reduza a dependência de intermediários criando sua própria base de clientes e comunidade.
4. Estabeleça parcerias estratégicas – Envolver fornecedores, distribuidores e parceiros que fortaleçam sua oferta.
5. Implemente tecnologias que favoreçam a retenção – Ferramentas como aplicativos, clubes de assinatura e plataformas exclusivas ajudam a manter os clientes dentro do seu ambiente.
6. Monitore e ajuste continuamente – Avalie métricas, colete feedbacks e otimize constantemente seu modelo para garantir crescimento sustentável.

Criar essa estrutura é mais do que uma estratégia, é um caminho inteligente para empresas que querem segurança e escala real no longo prazo. O mercado já mostrou que quem depende de terceiros está sempre sujeito a surpresas desagradáveis. O controle do jogo está nas mãos de quem constrói o tabuleiro e dita as regras.

Agora, a grande questão é: você está pronto para transformar sua empresa e assumir esse controle?

Nem todo mundo está pronto **para empreender!**



Digo isso por experiência em ter convivido com muitos empreendedores que largaram seus empregos ou foram dispensados deles e viram que o empreendimento seria a sua grande solução, mas digo, este é somente o começo do pesadelo.

Eu tenho uma missão na vida: diminuir a mortalidade das empresas no Brasil. Cansei de olhar as estatísticas do Sebrae com a famosa frase: “70% das empresas quebram antes

de chegar aos 5 anos de vida”. Eu discordo, acredito que este número seja bem maior, porque muitas empresas não tem condições nem mesmo de encerrar as atividades e dar a baixa no CNPJ e ai vão empurrando com a barriga deixando este indicador no mínimo duvidoso.

Como é o ciclo de muitos que não entendem ao fundo o que é empreender: são demitidos, pegam um bom valor da rescisão e inventam algo. Começam a postar na internet empolgados, falam para os familiares que agora são empreendedores, a postura muda, se vestem melhor, compram coisas mais caras, porque agora são os chefes.

Até que começa a dor de cabeça: falar com contador e descobrir que tem uma chatice para resolver, licenças, obrigações mensais, e que aquele plano de vender e lucrar 100% já não é bem assim. Porque esqueceram do

imposto e o imposto não é somente 6% é muito mais.

Este dinheiro da rescisão é colocado todo na estrutura do negócio, tv bacana, recepção, material de escritório, sinto o cheirinho de novo de uma empresa começando.

Porém, o mais importante foi deixado de lado: reserva de caixa para giro, para saber que dia 5 do próximo mês vai ser o dia mais dolorido, porque, primeiro, você não tem o seu salário, segundo, você não tem cliente, não tem vendas e não tem lucro para você e pior, você tem que pagar o aluguel do espaço, as pessoas que trabalham com você.

MAS TEM UMA SOLUÇÃO FÁCIL:

Agora você tem uma empresa, uma conta PJ e talvez lá no banco a armadilha do cheque especial empresarial já esteja liberado e você corre para usar este limite com um juros absurdo, mas é o que você tem para fazer porque vai ficar muito feio, você falhar no primeiro mês.

E se você abriu um negócio e não foi transparente com seu cônjuge seja sua esposa ou seu marido, você consegue resolver ou esconder por um tempo mas depois fica insustentável. E pode gerar problemas em casa. E quem diz que dinheiro não ajuda casamento é porque já passou da fase de que não precisa contar o dinheiro para pagar o aluguel.

O segundo mês chega e os resultados ainda não chegaram, talvez você pegue outro empréstimo, talvez você dê um jeito, mas é pesado. Ser o pri-

meiro a começar e o último a sair e sem receber.

Ser empreendedor é diferente de ser empresário. O primeiro é o que arrisca, o corajoso, o que aguenta o tranco, que tem um propósito. O empresário gerencia para que as coisas sigam e a empresa lucre. Pois uma empresa sem lucro deveria ser uma ONG e está tudo certo.

Mas se você resolver abrir um negócio tenha em mente uma coisa muito importante: Propósito com Lucro, porque se for somente propósito abra uma ONG.

Eu aprendi na vida uma coisa: não me peça de graça a única coisa que me preparei e tenho para te vender. Então quando você abrir sua empresa não dê produtos ou preste serviços de graça para os seus amigos, eles devem ser os primeiros a te apoiar e abrir a carteira. Ter amigos só para vir na inauguração do seu empreendimento, comerem na festa e não comprarem nada de você não vai ajudar.

Valide seu produto ou serviço com quem compra e não com tapinha nas costas.

Um ponto importante que digo que nem todo mundo está pronto para empreender é que é um caminho longo, solitário e que ninguém te conta a verdade dura e crua. Porque você só ve no instagram a viagem de férias e não o dia a dia. E não é por maldade, os outros empreendedores querem te falar coisas boas, até porque de más notícias é só ligarmos a tv.

Mas não se engane, tem mais espinhos que rosas. Empreender para mim é como ser mãe, tem mulher que nasceu para ser mãe, e mesmo assim dá um monte de coisa errada, tem mulher que vira mãe no susto, e se dá muito bem, e tem as que nem pensam em ser

mãe, e tá tudo certo. Mas todo mundo fica no pé e aí não vai ter filhos?

Agora cada vez mais nos dizem para empreender. Mas o que é planejado já não dá muito certo imagina quando não se planeja. Eu não quero bloquear sua vontade de empreender só quero deixar você bem mais preparado. E se empreender não for para você, está tudo certo. Não seja todo mundo seja você

Assim como ser mãe, é engor-dar, enjoar, vomitar, perder noites de sono, os momentos de abraços, as primeiras palavras, os desenhos da escola coloridos, o dormir juntinho pagam e nos fazem esquecer todo o resto.

Empreender tem sua magia e é inexplicável, igualzinho quando uma mulher que não teve filhos não consegue entender, porque muita coisa é irracional.

Ambos o sucesso está vinculado a preparação, paciência, longo prazo e sua rede de apoio.

Esteja envolto das pessoas certas. Na vida, no empreendedorismo.

E nesta edição de mês das mulheres eu quero acima de tudo parabenizar as mulheres empreendedoras, pois empreender não é para todo mundo e para as mulheres é uma prova de fogo.

Então se você mulher, resolveu empreender em ser mãe parabéns pois a maternidade é o negócio mais lucrativo, temos a chance de formarmos as melhores pessoas para este mundo tão louco.

Até porque comparado a gerenciar um lar, agenda de filhos, marido, empreender passa a ser tarefa fácil.

Foco no Lucro, Foco na Felicidade e aproveite a jornada!



SOBRE KÉLEN ABREU

- Doutora em Educação com foco em Gestão,
- Mestre em Administração Estratégica,
- Mestre em Business Management pela Saint Francis College de Nova York.
- Formada em Finance Corporate pela Ohio University em Ohio.
- Graduada em Administração e Educação Física, Especialista em BSC e em Mapeamento em Processos e Finanças.
- Autora do Livro A Pirâmide do Sucesso Financeiro:
- Como Começar sua Riqueza desde a Juventude
- Expert em BPO Financeiro e Reestruturação Financeira, há mais 15 anos.
- Mentora de grandes nomes do mercado digital, consultora empresarial e potenciadora de negócios.
- Fundou o Luli, um aplicativo que simplifica a Gestão Financeira de Empresas que querem ser grandes, sócia da Lucros Reais-BR e da Real Profit -US e idealizadora do Movimento BPO PRO.
- Recentemente ganhou o prêmio de melhor Pitch de Negócio Existente no St Francis College em Nova Iorque.



CONTATO:

Site: www.lucrosreais.com.br
E-mail: kelen@lucrosreais.com.br
Instagram: @lucros.reais

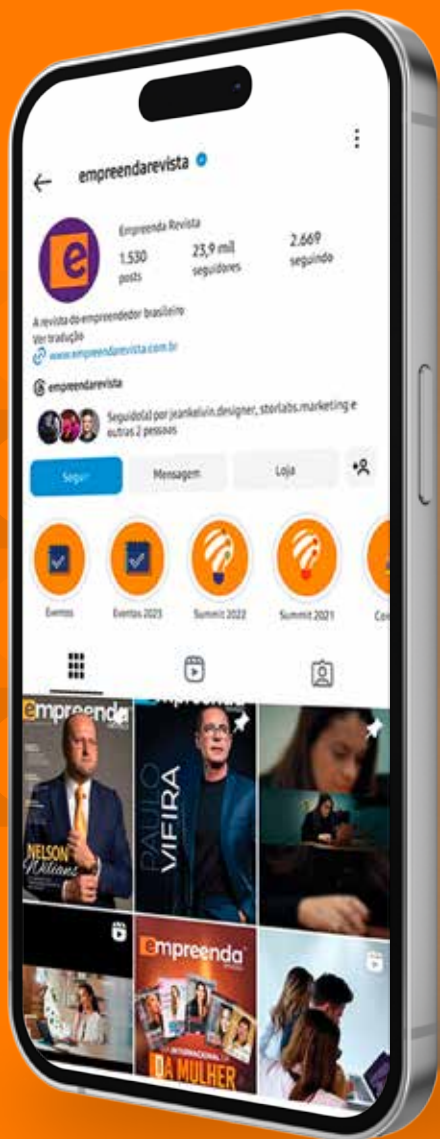
FAÇA PARTE DA COMUNIDADE DE EMPREENDEDORES QUE MAIS CRESCE NO BRASIL



Acesse nosso site e tenha acesso as maiores revistas de Empreendedorismo **nacional e Internacional**



www.empreendarevista.com.br



SIGA NOSSAS REDES SOCIAIS

empreenda[®]
revista



empreenda revista

entre em contato
com nossa equipe

 contato@**empreendarevista.com.br**

empreenda[®]
revista



EVENTO EXCLUSIVO EM ALPHAVILLE REVOLUCIONOU O POSICIONAMENTO DE EMPRESÁRIOS E LÍDERES

Em março, Alphaville foi palco de um dos mais importantes e estratégicos encontros do cenário empresarial local.

O **Elos da Riqueza** reuniu empreendedores, investidores e executivos de alto nível em uma imersão que transformou a forma como os participantes se posicionam no mercado e criam conexões de impacto.

Diferente dos tradicionais eventos de networking, o **Elos da Riqueza** focou em ensinar os participantes a construir um posicionamento estratégico, promovendo interações e compartilhando ferramentas que ampliaram sua autoridade e visibilidade no mercado.

A curadoria dos presentes foi rigorosa, garantindo um ambiente onde cada conexão teve potencial real de gerar novos negócios e oportunidades.

A idealizadora do evento, **Andreza Carício**, reconhecida nacionalmente por sua expertise em construir redes estratégicas e posicionar profissionais como referências em seus segmentos, destacou:

“O grande diferencial dos líderes que se destacam não é apenas o que sabem, mas quem os reconhece como autoridade. O Elos da Riqueza nasceu para acelerar esse processo”.

Com uma programação que incluiu interações estratégicas, insights sobre branding pessoal e acesso a players de destaque do mercado, o evento foi um divisor de águas para quem deseja escalar sua influência e abrir novas portas para o crescimento profissional.

As vagas foram limitadas e sujeitas a aprovação, reforçando o caráter exclusivo da iniciativa.



ELOS DA RIQUEZA

Em 2 dias, fortaleça seu posicionamento e conecte-se com as pessoas certas.

Aprenda a construir uma marca pessoal dominante, faça networking estratégico e posicione-se como referência no seu mercado.

📅 Data: 27 e 28 de março 📍 Local: Alphaville - SP

ELOS DA RIQUEZA ELLOS DA RIQUEZA ELLOS DA RIQUEZA ELLOS DA RIQUEZA ELLOS DA RIQUEZA

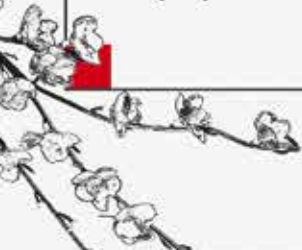


Japan summit

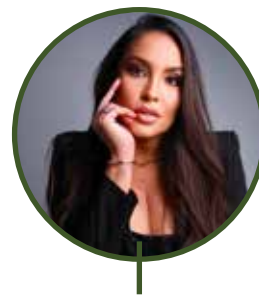
27/07 - Chiryu 📍



Informações:
(11) 9 3233-9449



Direitos e Negócios: a Voz Feminina



GABRIELA BARRETO

Gabriela Barreto Editorial Empreenda: Advogada, mestranda em Direito e Negócios Internacionais, CEO GB Editora, coordenadora de pós-graduações, professora, escritora, palestrante. gabriela.lima.barreto@hotmail.com



Na capa desta edição, destacamos a renomada empreendedora Cris Arcangeli, uma ícone do empreendedorismo feminino no Brasil, que simboliza a força, a resiliência e a capacidade inovadora das mulheres nos negócios.

CRESCIMENTO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO

Nos últimos anos, o Brasil tem registrado um crescimento significativo no número de mulheres empreendedoras, com 10,4 milhões liderando negócios, um aumento de 42% desde 2012, segundo a Fenacon. Os dados do SEBRAE demonstram que esse avanço reflete a determinação dessas líderes, que representam 34% dos empreendedores no país. Fatores como maior escolaridade, acesso à informação e a busca por autonomia têm impulsionado essa mudança, acentuada pela necessidade de adaptação durante a crise econômica provocada pela pandemia.

Entretanto, muitas mulheres ainda enfrentam desafios, como de-

monstrado por uma pesquisa do SEBRAE, que revela que 47% delas têm dificuldades na gestão administrativa e financeira de seus negócios. Isso enfatiza a urgência de oferecer suporte técnico para ajudá-las a superar barreiras legais e financeiras e a aprimorar suas habilidades de gestão.

Promover iniciativas de educação financeira e capacitação jurídica é essencial para garantir que as mulheres tenham as ferramentas necessárias para impulsionar seus negócios de forma eficaz. O fortalecimento do empreendedorismo feminino busca não apenas a equidade de gênero, mas também o crescimento econômico sustentável. Ao fornecer conhecimento e apoio adequados, podemos criar um futuro mais inclusivo e próspero, onde as mulheres realizem plenamente seu potencial e enriqueçam a sociedade, gerando um ambiente de negócios mais dinâmico e equitativo.

IMPORTÂNCIA SOCIAL E ECONÔMICA

A presença feminina no setor empresarial enriquece a diversidade e impacta socialmente, já que empresas lideradas por mulheres adotam práticas mais inclusivas e colaborativas. O empreendedorismo feminino é um motor vital para o crescimento econômico, gerando empregos e desenvolvimento comunitário. No entanto, a ONU Mulheres destaca que as mulheres ainda enfrentam desigualdade econômica, detendo apenas 64% dos direitos legais dos homens, o que limita suas oportunidades. Com uma representação de apenas 32% nas empresas e uma disparidade salarial média de 20% em relação aos homens, que chega a 35% em alguns países, essa acumulação de desigualdades perpetua o ciclo de pobreza e restringe o acesso ao crescimento econômico. Promover a igualdade de gênero e o empoderamento feminino é, portanto, crucial, pois alcançar a paridade nas economias da OCDE poderia aumentar em até 20% o PIB per capita global.

DESAFIOS ENFRENTADOS POR MULHERES EMPREENDEDORAS

Apesar dos avanços, muitas mulheres empreendedoras ainda enfrentam desafios significativos, como acesso restrito à informação, escassez de financiamento e dificuldades no ambiente jurídico. Esses obstáculos são ampliados pelo viés de gênero, que

prejudica suas interações com investidores e aumenta a desconfiança em suas propostas. A sub-representação em posições de liderança limita oportunidades de networking e a pressão para equilibrar responsabilidades familiares torna a situação ainda mais complexa. Segundo a OIT, as mulheres realizam 76,2% do trabalho não remunerado globalmente, sobrecarregando aquelas que lideram empresas. Esses desafios evidenciam a necessidade urgente de soluções que promovam a equidade de gênero e ofereçam suporte adequado ao desenvolvimento das mulheres empreendedoras.

IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA JURÍDICA PARA MULHERES EMPREENDEDORAS

As mulheres empreendedoras devem estar atentas a diversos tópicos jurídicos essenciais para garantir a legalidade e a sustentabilidade de seus negócios, aumentando suas chances de sucesso. O primeiro passo é o registro de empresa, que envolve a escolha da estrutura jurídica adequada (MEI, Ltda ou S/A) e a obtenção do CNPJ, além das inscrições estaduais e municipais. A elaboração e revisão de contratos comerciais é igualmente importante, pois assegura a proteção dos interesses da empresária e a gestão de contratos de trabalho que respeitem os direitos dos empregados.

Além disso, as licenças e alvarás são cruciais para operar legalmente, e as empreendedoras devem conhecer as exigências específicas de suas atividades. A proteção da propriedade intelectual, por meio do registro de marcas, patentes e direitos autorais, fortalece a posição das empreendedoras em um mercado competitivo.

O conhecimento sobre direitos trabalhistas e obrigações relacionadas à segurança e saúde no trabalho é essencial para as empreendedoras. Além disso, elas devem entender suas obrigações fiscais e tributárias, planejar a carga tributária e conhecer as regras de emissão de notas fiscais, as-

pectos fundamentais para a saúde financeira de seus negócios.

Implementar políticas de compliance é essencial para assegurar a conformidade com leis, especialmente em relação à proteção de dados e práticas de responsabilidade social. Ao buscar financiamentos e investimentos, é crucial conhecer a estruturação de contratos e a due diligence para evitar problemas futuros.

A resolução de conflitos deve ser uma prioridade, utilizando mediação ou arbitragem como alternativas eficazes. Incluir cláusulas de resolução de conflitos nos contratos é essencial para reduzir litígios. Além disso, o acesso a programas de assistência legal e serviços pro bono garante que mulheres com recursos limitados obtenham o suporte necessário.

A orientação jurídica é fundamental para o sucesso das mulheres empreendedoras, garantindo a segurança e viabilidade de seus negócios. Um estudo da McKinsey & Company indica que a igualdade de gênero nos negócios poderia adicionar até 12 trilhões de dólares ao PIB global até 2025. Iniciativas como o “Women’s Economic Empowerment” buscam reduzir as lacunas de gênero e assegurar acesso igualitário a oportunidades, promovendo um ambiente mais justo. Apoiar mulheres em suas empreitadas e na liderança é vital para reduzir a desigualdade salarial e fortalecer comunidades.

HISTÓRIAS DE SUCESSO, NETWORKING E MENTORIAS

Histórias de sucesso como as de Luiza Trajano (Magazine Luiza), Patrícia Meirelles (Grupo 3corações) e Ana Fontes (Rede Mulher Empreendedora) demonstram que, com determinação e apoio adequado, o empreendedorismo feminino pode impactar significativamente a economia. Para fortalecer esse ambiente, é essencial que organizações continuem a oferecer suporte jurídico. O

SEBRAE disponibiliza orientações sobre legislação, enquanto a OAB promove programas de conscientização jurídica. Associações femininas, como a Rede Mulher Empreendedora, conectam empresárias a redes de apoio, garantindo que aquelas com recursos limitados tenham acesso à consultoria necessária. Identificar essas instituições é crucial para fomentar o empreendedorismo feminino.

CONCLUSÃO

O suporte jurídico é fundamental para que as mulheres empreendedoras gerenciem seus negócios de forma segura e eficaz, sendo crucial para seu crescimento e sucesso. Para que possam prosperar, é necessário promover políticas que assegurem um ambiente de negócios inclusivo e equitativo. Compreender os tópicos jurídicos essenciais permite que protejam seus negócios, evitem litígios e operem com eficácia, destacando a importância do suporte jurídico como um diferencial estratégico. Além disso, é vital continuar incentivando iniciativas que reconheçam suas contribuições e desafios, mobilizando recursos e criando redes de apoio para garantir que as mulheres não apenas alcancem a igualdade, mas também prosperem e contribuam significativamente para a economia.

Para aprofundar esses temas, recomendo a leitura de “Faça Acontecer: Lean In - Mulheres, Trabalho e a Vontade de Liderar”, de Sheryl Sandberg; “Manual de Sobrevivência para o Mundo Corporativo”, de Joana Garoupa; e “Empreendedoras da Lei”, da GB Editora, que oferecem valiosos insights. Agora, é hora de agir: busque o suporte jurídico necessário e junte-se a redes de apoio para fortalecer sua jornada empreendedora. Espero vê-lo na próxima edição!

DE EMPRESÁRIO A FRANQUEADOR: O PRÓXIMO PASSO?



BÁRBARA ANDRADE

Dra. Bárbara Daniela de Andrade é especialista em franquias, sócia fundadora e CEO da ATL Advogados. Atuante no setor desde 2007, possui vasta experiência na consultoria jurídica para formação e gestão de redes franqueadas, auxiliando empresas na expansão sustentável e estratégica de seus negócios. É especialista em Direito Empresarial e Direito do Trabalho pela FGV.

Empreender no Brasil é um caminho repleto de oportunidades, mas também de desafios que testam a resiliência dos empresários.

O país está repleto de empresários arrojados e criativos que, mesmo diante de uma burocracia complexa, altos encargos e incertezas econômicas, conseguem transformar seus sonhos em negócios rentáveis. Para esses empreendedores, cada dia é uma batalha para manter a competitividade, inovar e conquistar um espaço no mercado.

A trajetória de um empresário inovador no Brasil é repleta de desafios, superações e conquistas, exigindo visão estratégica e determinação para crescer em um ambiente competitivo. Ele inicia sua jornada identificando uma necessidade do mercado e desenvolvendo uma solução inovadora, seja para facilitar a vida das pessoas, otimizar processos ou oferecer um produto ou serviço que atenda a uma demanda latente. Enfrenta obstáculos como a dificuldade de acesso a crédito

to, impostos elevados e um ambiente regulatório muitas vezes inóspito. No entanto, com resiliência, criatividade e capacidade de adaptação, ele supera esses desafios e constrói um negócio sólido. O reconhecimento do público e dos investidores pode levar tempo, exigindo persistência, estratégias bem planejadas e um posicionamento forte no mercado. Em muitos casos, sua marca desperta a atenção de clientes que perguntam: “Essa empresa já é uma franquia?”. Essa simples pergunta é um dos indicadores que evidenciam o desejo do mercado em ver essa operação expandir, demonstrando seu potencial para o franchising.

O Brasil possui uma cultura empreendedora forte, e o desejo de abrir um negócio próprio é um sonho presente na vida de milhões de pessoas. De acordo com uma pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022, realizada pelo Sebrae, 60% dos brasileiros desejam empreender, um recorde na série histórica do estudo. Esse dado reflete o espírito empreendedor do país, mas também evidencia a necessidade de modelos de negócio que ofereçam suporte e segurança aos novos empresários.

No entanto, empreender no Brasil ainda é um grande desafio. O ambi-

te de negócios é marcado por uma carga tributária complexa, burocracia excessiva e dificuldades no acesso a crédito. O caminho para o sucesso é árduo e exige dedicação, resiliência e planejamento estratégico. Muitos empreendedores, ao perceberem essas dificuldades, buscam alternativas seguras e estruturadas para expandir seus negócios. É nesse contexto que o sistema de franquias se destaca como uma das melhores estratégias de crescimento sustentável. Enquanto 21,6% dos negócios próprios fecham nos primeiros dois anos, as franquias apresentam uma taxa de mortalidade de apenas 5%, demonstrando que essa é uma alternativa viável para quem deseja expandir com menos riscos.

A expansão por meio do franchising tem permitido que empresários que já venceram grandes desafios levem suas marcas a novos mercados de forma estruturada e segura. Para muitos deles, crescer significa não apenas abrir novas unidades, mas garantir que sua cultura e seus processos sejam replicados de forma consistente, deixando um legado e garantindo a perenidade da marca. Esse modelo permite que franqueadores bem preparados ampliem sua presença no mercado sem a necessi-



dade de investir diretamente em cada nova unidade, enquanto os franqueados encontram um caminho mais seguro para empreender com o respaldo de uma operação consistente e de uma marca consolidada, mesmo que regionalmente.

Mas afinal, será que transformar um negócio em franquia é o próximo passo para toda empresa de sucesso? Essa é uma pergunta essencial que deve ser feita por qualquer empresário que vislumbre a expansão por meio do franchising. Ao contrário do que muitos imaginam, não basta ter um negócio lucrativo para que ele seja replicável nesse formato. É essencial que a empresa estruture processos bem definidos, um modelo de operação claro e uma experiência de cliente padronizada, além da capacidade de transmitir conhecimento, oferecer suporte contínuo e fomentar a inovação entre os franqueados.

Empresas que alcançam sucesso no franchising são aquelas que investem constantemente na construção de uma marca forte, no treinamento contínuo dos franqueados e na evolução do modelo de negócio. A expansão por franquias não se resume à abertura de novas unidades; trata-se de manter a qualidade do serviço

ou produto oferecido, garantir que os franqueados tenham êxito e, consequentemente, fortalecer a rede como um todo. Para isso, inovação e adaptação são fundamentais, pois somente assim a marca se mantém competitiva e relevante ao longo dos anos.

A decisão de transformar um negócio em franquia exige um planejamento estratégico robusto e conhecimento especializado. O empresário que deseja seguir esse caminho precisa estar disposto a investir na estruturação do modelo, na criação de processos eficientes e no suporte aos seus franqueados. Quando bem planejada, essa estratégia proporciona uma expansão acelerada e rentável, reduzindo riscos e ampliando a presença de mercado. No entanto, sem um planejamento sólido, o crescimento pode ser desordenado e comprometer a reputação da marca.

Além disso, é importante lembrar que o sucesso de uma franquia não depende apenas da marca, mas também da relação entre franqueador e franqueado. O suporte contínuo, treinamentos e inovação são peças-chave para que a rede continue crescendo e se consolidando. Franqueados bem treinados e engajados aumentam significativamente as chances de suces-

so da operação e fortalecem a marca no mercado.

Expandir por meio do franchising é uma oportunidade valiosa, mas que exige dedicação, visão de longo prazo e um compromisso inabalável com a qualidade e o suporte aos parceiros. Empresas que compreendem esse processo e se estruturam adequadamente têm mais chances de construir redes de franquias sólidas, bem-sucedidas e preparadas para enfrentar os desafios do mercado. Ser uma franqueadora não é apenas uma decisão estratégica de crescimento; é um compromisso com a evolução, a inovação e a perenidade do negócio.

Se a sua empresa já recebe perguntas como “essa marca já é uma franquia?”, talvez seja hora de considerar essa possibilidade com seriedade. Os desafios continuarão a existir, mas, como todo grande herói, o empresário brasileiro sabe que a superação é o caminho para a conquista de um legado duradouro. A história de grandes marcas no Brasil prova que aqueles que se preparam e estruturam um modelo sólido conseguem alcançar sucesso nacional e internacional. O franchising pode ser o próximo grande passo para quem deseja expandir com segurança e solidez.

PREPARE-SE
PARA TURBINAR
O SEU NEGÓCIO E

IRALÉM

 greenn

 Venda Aprovada!
Sua venda: R\$ 15.000,00



 Venda Aprovada!
Sua venda: R\$ 10.000,00



Ecosistema completo
para **vender online:**

- ✓ Infoprodutos
- ✓ Mentorias
- ✓ Produtos Físicos
- ✓ Ingressos



Venda Aprovada!
Sua venda R\$ 297,00

 **greenn** | CHECKOUT

 **greenn.club** | STREAMING

 **greenn.sales** | MARKETING

CRIS ARCANGELI: A VISIONÁRIA QUE REVOLUCIONOU BELEZA, MODA E EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Por Elaine Julião

Se há uma palavra que define Cris Arcangeli, essa palavra é inovação. Empreendedora serial, investidora, apresentadora, escritora, palestrante e mentora, Cris construiu um império com base na capacidade de antecipar tendências e transformar mercados.

“Eu nunca tive medo de arriscar. Sempre acreditei que, quando você cria algo, você precisa estar pronto para educar o mercado. E se você educa o mercado da forma certa, ele compra sua ideia”, afirma Cris.

Sua trajetória é uma coleção de primeiras vezes: foi a primeira a criar um shampoo sem sal no Brasil, a primeira a lançar uma semana de moda nacional e a primeira a desenvolver a categoria de

aliméticos, que une alimentos, vitaminas e cosméticos.

Hoje, além de liderar mais de 5 empresas no Grupo Arcangeli, Cris está cada vez mais envolvida em iniciativas sociais e na discussão sobre empreendedorismo no setor público. Para ela, é impossível ignorar o impacto que boas políticas podem ter no desenvolvimento de novos negócios.

“Eu quero usar minha experiência para mudar o Brasil. O empreendedorismo é o caminho para gerar empregos e transformar vidas, e o governo precisa entender isso de forma mais ampla”, reflete.

A seguir, conheça a jornada dessa mulher extraordinária e os aprendizados que ela compartilha com empreendedores do Brasil e do mundo.



DAS RAÍZES AO EMPREENDEDORISMO: O COMEÇO DE TUDO

Nascida em São Paulo, Cris cresceu em um lar de empreendedores. Seu pai, italiano, trabalhava com construção de oleodutos, e sua mãe comandava uma indústria de autopeças. O ambiente familiar era dinâmico e repleto de conversas sobre negócios, mas Cris inicialmente não imaginava que seguiria esse caminho.

“Eu queria ser médica, era o meu sonho. Mas meu pai dizia que medicina não era para mulheres. Isso me frustrou muito na época, mas acabou me levando para outro caminho. E hoje, olhando para trás, vejo que a vida foi me guiando para onde eu deveria estar”, conta.

Determinada a construir uma carreira sólida, Cris ingressou na odontologia, onde se especializou em endodontia e **desenvolveu uma abordagem inovadora para tratamento de canal usando homeopatia**. Seu método fez tanto sucesso que precisou apresentar sua tese duas vezes em um congresso lotado.

Mas, mesmo com reconhecimento na área, sentia que faltava algo. *“Sou movida por desafios. Quando vejo que já atingi um objetivo, preciso de outro. É isso que me mantém viva e motivada.”*

A REVOLUÇÃO NO MERCADO DE COSMÉTICOS, A CRIAÇÃO DA PHYTOERVAS

Foi durante uma pausa na carreira para cuidar da filha recém-nascida que Cris enxergou uma oportunidade que ninguém via: o mercado não oferecia produtos capilares naturais e eficazes.

“Os shampoos da época eram puros detergentes. Eles ressecavam o cabelo porque continham muito sal. Pensei: por que ninguém faz algo diferente?”, relembra.

Sem experiência no setor, colocou um anúncio no jornal e contratou uma química. Logo encontrou uma pequena fábrica à venda e vendeu sua cadeira de dentista por 16 mil dólares para comprá-la.

Assim nasceu a Phytoervas, a primeira marca de shampoo sem sal do Brasil. Mas vender um conceito novo não era simples.

“As pessoas nem sabiam que shampoo tinha sal. Eu precisava explicar, uma a uma, porque aquilo era melhor para o cabelo. Inovar exige paciência. E persistência.”

Sem dinheiro para grandes campanhas, Cris apostou no que hoje chamaríamos de experiência do consumidor: **criou uma ação de diagnóstico capilar em lojas, onde uma promotora analisava os fios das clientes com um microscópio e indicava o shampoo ideal.**

O grande momento de virada veio com um pedido para 46 lojas da Mesbla, maior loja de departamentos do país na época. “Eu olhava para aquele pedido gigantesco e pensava: como vou produzir isso, se só tenho um tanque de 30 quilos?” Mas, com criatividade e resiliência, conseguiu entregar.

E a marca explodiu.

1990 – PH – ARCANGELI

Primeiro distribuidor brasileiro de cosméticos internacionais com 28 marcas exclusivas, entre elas: Chanel, Clinique, Carolina Herrera,

LINHA DO TEMPO PHYTOERVAS:

1986

O SURGIMENTO DA PHYTOERVAS

- Cris percebe uma grande oportunidade no mercado de cosméticos: não existiam produtos naturais para cabelo no Brasil.
- Vende sua cadeira de dentista por 16 mil dólares e compra uma pequena fábrica na Vila Olímpia.
- Contrata uma química pelo jornal e começa a desenvolver as fórmulas dos produtos.
- Inicialmente, lança uma linha de bronzadores e loções hidratantes, mas logo foca nos shampoos.

1987

O PRIMEIRO SHAMPOO SEM SAL DO BRASIL

- Após pesquisas e testes, Cris lança o primeiro shampoo sem sal do Brasil, um conceito inédito no mercado.
- As embalagens e a identidade visual também são inovadoras: o primeiro rótulo colorido em cinco cores e tampa flip-top.
- Enfrenta resistência dos consumidores e lojistas, pois ninguém sabia que shampoos tinham sal.
- Criou uma nova nomenclatura e formatação.

1988

O PRIMEIRO GRANDE SALTO

- Determinada a crescer, Cris tenta vender sua linha para a Mesbla, a maior loja de departamentos do Brasil na época.
- Vai inúmeras vezes até a central de compras no Rio de Janeiro, mas não consegue ser atendida.
- Passa horas na recepção esperando uma chance, até que um dia, por insistência, a compradora cede e decide ouvi-la.
- Durante a reunião, a diretora da divisão de cosméticos ouve sua explicação por acaso, se interessa e pede para chamá-la imediatamente.

1992 – PHYTA

Loja de produtos importados

PHYTOERVAS FASHION: A TRANSFORMAÇÃO DA MODA BRASILEIRA

No final dos anos 80 e início dos 90, Cris já era uma empreendedora consolidada no mercado de cosméticos com a Phytoervas. Mas percebeu algo que ninguém via com clareza na época:

“Todas as grandes marcas internacionais de cosméticos estavam ligadas à moda. Chanel, Yves Saint Laurent, Dior... Por que no Brasil não era assim?”

Ela entendeu que o mercado de beleza e moda andavam juntos, e que construir uma conexão entre os dois poderia ser uma estratégia poderosa de branding e vendas.

Além disso, notou que o Brasil não tinha uma semana de moda estruturada e que nossos estilistas não eram reconhecidos internacionalmente.

“A moda brasileira era baseada em cópias do que vinha de fora. Nossos estilistas não tinham espaço para se destacar.”

Foi então que decidiu mudar esse cenário.

“Eu queria ver estilistas brasileiros ganhando espaço. Então pensei: e se eu criasse um evento para dar visibilidade a esses talentos?”, conta.

Em 1994, Cris decide criar um evento de moda que desse visibilidade aos estilistas brasileiros. O Phytoervas Fashion foi um projeto ousado: um evento independente, sem patrocínio público e focado em novos talentos. Em sua primeira edição, o evento já atraiu grandes nomes da imprensa e formadores de opinião.

“Fui pessoalmente conhecer estilistas e percebi que muitos deles trabalhavam em pequenos apartamentos, sem dinheiro e sem estrutura. Pensei: e se eu der um palco para eles?”

Em pouco tempo, a plataforma revelou 61 estilistas, entre eles Alexandre Herchcovitch, Marcelo Quadros Fauser Hatem, Arthur Barra, e Walter Rodrigues.

“O que eu queria era mudar a percepção sobre o Brasil. Mostrar que temos talento, criatividade e inovação. Não criei só um evento. Criei uma plataforma que ajudou a construir a identidade da moda brasileira.”

No mesmo período, lança o Phytoervas Fashion Awards, o primeiro prêmio de moda do Brasil, transmitido ao vivo pela MTV.

Hoje, o impacto de Cris Arcangeli no mercado da moda pode ser visto de diversas formas:

- Ela abriu portas para estilistas que hoje são referência mundial.
- Criou um evento que se tornou o São Paulo Fashion Week.
- Mostrou que beleza e moda precisam andar juntas para fortalecer marcas.
- Inspirou novos empreendedores a enxergarem a moda como um grande negócio.

→ **1994** →

A CONSOLIDAÇÃO DA PHYTOERVAS COMO MARCA FORTE

- Sai da reunião com um pedido para abastecer 46 lojas da Mesbla!

“Eu olhava para aquele pedido enorme e pensava: como vou produzir tudo isso, se só tenho um tanque de 30 quilos?”

- Com muito esforço, adapta a produção e consegue atender o pedido, elevando a Phytoervas para outro patamar.

- A Phytoervas se torna referência em cosméticos naturais, crescendo de forma acelerada.
- Cris expande a linha para produtos para a pele e outros itens de cuidados pessoais.
- Sua abordagem inovadora a torna uma das empresárias mais reconhecidas do setor.

→ **1998** →

A VENDA DA PHYTOERVAS

- O sucesso da Phytoervas atrai o interesse de grandes players internacionais.
- Cris decide vender a empresa para o grupo Bristol-Myers Squibb.
- Apesar do exit multimilionário, ela não para e já começa a buscar novas oportunidades no mercado.

“Eu nunca criei empresas pensando em vender, mas às vezes, as oportunidades surgem. E eu sempre olho para frente.”

FUNDAÇÃO DA ÉH COSMÉTICOS

Após vender a Phytoervas, Cris queria continuar inovando no setor de beleza. Cria a Éh Cosméticos, uma marca focada em produtos capilares premium e com embalagens sustentáveis. O grande diferencial era o uso de ingredientes naturais e orgânicos, combinados com tecnologia verde. Foi a primeira marca brasileira a trazer o conceito de sustentabilidade para o setor de beleza. Cris realiza mais um exit de sucesso ao vender a marca para o Hypermercados.

“A Éh Cosméticos trouxe um conceito de beleza sofisticada, orgânica e sustentável.”

A JORNADA DA BEAUTY'IN® E A REVOLUÇÃO DOS ALIMÉTICOS

Cris começa a buscar um novo desafio. Sempre atenta às tendências globais, percebe que o futuro da beleza não está apenas nos cosméticos de uso tópico, mas também na nutrição e na ingestão de ingredientes funcionais. Faz diversas viagens internacionais e nota que algumas marcas já começam a trabalhar com nutricosméticos, mas de forma ainda muito tímida.

“Vi que a beleza ia muito além dos cremes e shampoos. O segredo está no que a gente come!”

No início, Cris enfrenta um desafio gigantesco: o mercado não entendia a proposta dos aliméticos. Assim como fez com a Phytoervas, precisa educar os consumidores e mostrar por que vale a pena ingerir colágeno diariamente. Participa de feiras internacionais, fecha parcerias com redes de supermercados e farmácias e leva o conceito para a mídia. Os produtos se tornam um sucesso no Brasil e no exterior, sendo exportados para vários países.

“No começo, as pessoas não sabiam o que era um alimético. Hoje, toda a indústria de suplementos e beleza trabalha com esse conceito no mundo.”

Em 2015, a **beauty'In**® se consolida como uma marca líder em nutricosméticos no Brasil. O conceito de Aliméticos se espalha e grandes marcas começam a seguir o mesmo caminho. Cris recebe 27 prêmios de inovação e reconhecimento pelo impacto da nova categoria.

“Quando você cria um mercado, é natural que outros venham atrás. Isso só prova que estávamos certos.”

Hoje, o conceito de Aliméticos é uma tendência global e movimentada bilhões de dólares na indústria da beleza e da saúde. O que começou como um insight de Cris virou um novo setor da economia, transformando a forma como as pessoas consomem produtos para beleza.

A GRANDE SACADA VEM QUANDO ELA DECIDE CRIAR UMA NOVA CATEGORIA MUNDIAL DE PRODUTOS, MISTURANDO TRÊS MERCADOS DIFERENTES:

- COSMÉTICOS
- SUPLEMENTOS E VITAMINAS
- ALIMENTOS SAUDÁVEIS

Em 2010, Cris cria a **beauty'In**®, uma marca que criou o conceito de beleza de dentro para fora. A grande sacada genial? Criar os Aliméticos, ou seja, alimentos que também oferecem benefícios cosméticos.

A INOVAÇÃO NÃO ESTAVA APENAS NA FÓRMULA, MAS TAMBÉM NA FORMA DE CONSUMO:

- **BeautyDrink** – Primeira bebida com colágeno e vitaminas do mercado. Zero Açúcar.
- **BeautyCandy** – Balas de colágeno com zero açúcar e ainda fazem bem de dentro para fora.
- **BeautyBar** – Barrinhas de cereais enriquecidas com ingredientes que promovem beleza e saúde.

A sacada genial foi juntar 3 categorias: ingredientes cosméticos, alimentos e vitaminas, tudo em um só produto com uso de colágeno. Essa inovação transformou o mercado tornando suplementos e ingredientes funcionais em algo prático, gostoso e acessível, quebrando a barreira de consumo dos produtos tradicionais.

“Meu “projeto Oscar”, a minha maior inovação foi a minha terceira marca, Beauty'In, que criou uma categoria do zero para o mundo e uma nova forma de ver a beleza: de dentro para fora. Meu papel sempre foi esse: antecipar o que as pessoas ainda não sabem que precisavam.”

A VISÃO DE CRIS ARCANGELI SOBRE O CONSUMO DE COLÁGENO E SUA IMPORTÂNCIA

O QUE É O COLÁGENO E POR QUE ELE É ESSENCIAL?

O colágeno é uma proteína essencial que compõe cerca de 30% das proteínas do nosso corpo, sendo responsável por dar sustentação à pele, músculos, articulações, tendões e até órgãos internos.

Porém, a partir dos 25 anos, a produção de colágeno começa a diminuir drasticamente, o que leva ao envelhecimento da pele, flacidez, rugas e enfraquecimento das articulações.

Cris Arcangeli explica:

“O colágeno é como o cimento que sustenta uma construção. A fonte da juventude. Nosso corpo para de produzir essa proteína com o tempo, então precisamos repor para manter a pele firme, o cabelo forte e as articulações saudáveis.”

O DESAFIO: COMO CONVENCER AS PESSOAS A CONSUMIREM COLÁGENO?

Mesmo sabendo da importância do colágeno, muitas pessoas não têm o hábito de consumi-lo diariamente, seja porque não gostam do sabor ou porque acham difícil de incluir na rotina.

Com a **beautyIn®**, Cris criou produtos para as pessoas consumirem colágeno.

“Se você pode comer uma bala gostosa que ainda faz bem para a sua pele, por que escolheria uma só com açúcar? Minha missão foi transformar a beleza pela ingestão do colágeno e outros ingredientes cosméticos como: ácido hialurônico, coenzima Q10, silício orgânico, entre outros.”

Hoje, o mercado de suplementação de colágeno está em plena ascensão e movimenta bilhões de dólares no mundo todo. Grandes marcas seguem a categoria dos Aliméticos criada pela Cris.

“O futuro da beleza está na nutrição. Criamos um novo hábito de consumo com os aliméticos, a beleza de dentro para fora.”

O IMPACTO DAS EMPRESAS CRIADAS POR CRIS ARCANGELI:

- Revolucionou o mercado de cosméticos com a Phytoervas e a Éh Cosméticos.
- Criou um novo segmento de mercado com os aliméticos da **beautyIn®**.
- Trouxe sofisticação e inovação para o setor de beleza com a PH – Arcangeli. Primeiro distribuidor de cosméticos internacionais com 28 marcas exclusivas, entre elas: Chanel, Clinique, Carolina Herrera, Paco Rabane, entre outros.
- Phyta, a primeira loja de produtos importados do Brasil.

“Empreender é sempre olhar para frente. Todas as minhas empresas nasceram porque enxerguei algo que ninguém via ainda.”



QUAL FOI A GRANDE SACADA DA CRIS NA BEAUTY'IN?

- Criar um novo mercado ao invés de competir em um já existente.
- Transformar suplementos em alimentos deliciosos e fáceis de consumir.
- Educar o consumidor para um novo hábito de beleza e saúde.
- Fazer um conceito virar tendência global.

DE EMPREENDEDORA A INVESTIDORA: A VIRADA DE CHAVE

Após criar, expandir e vender empresas multimilionárias, Cris poderia simplesmente se aposentar e viver do legado que construiu. Mas isso nunca fez parte dos seus planos.

“Eu sou movida a desafios. Depois de anos construindo meus próprios negócios, percebi que minha missão era maior: eu podia ajudar outras pessoas a crescerem também.”

Ela entendeu que poderia ir além do seu próprio império e acelerar o crescimento de novos empreendedores, transmitindo sua visão, experiência e conexões para negócios promissores.

“O que mais me motiva é ajudar pessoas a enxergarem oportunidades que talvez elas nem vejam ainda.”

O COMEÇO NO MUNDO DOS INVESTIMENTOS

Com sua experiência em criação de marcas e inovação, Cris começou a ser procurada por empreendedores em busca de conselhos. Aos poucos, percebeu que poderia fazer mais do que apenas dar conselhos: poderia investir capital e mentoria para acelerar esses negócios. Foi a primeira convidada para o Shark Tank Brasil, um dos maiores programas de investimentos do mundo, e se tornou uma das investidoras mais influentes do país.

Como investidora, Cris não busca apenas empresas inovadoras, mas sim empreendedores com visão e resiliência.

- Pessoas que sabem resolver problemas.
- Negócios com potencial de escala.
- Empresas que criam impacto real no mercado.
- Times com espírito de inovação e capacidade de adaptação.

“O mais importante não é a ideia, mas sim quem está por trás dela. Um bom empreendedor transforma qualquer negócio em um sucesso.”

A IMPORTÂNCIA DE AJUDAR MULHERES EMPREENDEDORAS

Cris sempre defendeu o empoderamento feminino no mundo dos negócios. Por isso, grande parte dos seus investimentos é voltada para startups lideradas por mulheres.

- Criou o Fundo Sniper, focado em acelerar empresas lideradas por mulheres.
- Atua como mentora de empreendedoras que precisam de suporte para crescer.
- Defende mais incentivos para mulheres no mercado de inovação e tecnologia.

“As mulheres têm um potencial enorme para o empreendedorismo. Meu objetivo é dar o suporte que elas precisam para crescer e se destacar.”

Hoje, Cris Arcangeli:

- Já investiu e acelerou dezenas de startups no Brasil e no exterior.
- Se tornou uma referência em inovação e criação de marcas.
- Atua em conselhos de grandes empresas, ajudando a definir estratégias de crescimento.
- Participa de projetos de impacto social, ajudando negócios de periferia e comunidades carentes.
- Diretora para as Micro, Pequenas e Médias Empresas na FIESP;
- Diretora do COFEM Conselho Feminino da FIESP,
- Conselheira da CMEC Conselho da Mulher Empreendedora e da Cultura,
- Participa da Frente Parlamentar de Empreendedorismo em Brasília e foi nomeada Diplomata Civil Jethro pelo seu trabalho dedicado ao desenvolvimento de empreendedoras vulneráveis nas favelas.

O TRABALHO DE CRIS ARCANGELI COM AS COMUNIDADES CARENTES: O PROPÓSITO EMPREENDER PARA LIBERTAR

Ao longo da sua trajetória, Cris percebeu que o empreendedorismo pode ser um caminho para tirar pessoas da pobreza e da violência.

“Sempre digo que empreender liberta. Liberta da falta de oportunidades, da dependência financeira, da violência doméstica. Quando uma pessoa aprende a empreender, ela ganha autonomia sobre sua vida.”

Com esse propósito, ela criou o projeto “Comunidades a Mil”, um reality show de impacto social voltado para empoderar empreendedores das maiores favelas do Brasil.

Durante a pandemia, Cris enxergou que milhares de pequenos negócios nas favelas estavam fechando. Muitas mulheres, em especial, dependiam financeiramente dos parceiros e estavam vulneráveis à violência doméstica. Foi então que criou o Comunidades a Mil, um programa para capacitar e acelerar negócios dentro das favelas brasileiras. Em apoio ao o G10 Favelas, a iniciativa já impactou milhares de microempreendedores nas comunidades do Brasil.

“Se conseguirmos estruturar os negócios dentro das favelas, podemos gerar emprego, renda e reduzir a criminalidade. O empreendedorismo transforma realidades.”

O trabalho de Cris já ajudou centenas de negócios a se estruturarem, gerando emprego e renda dentro das favelas.

- Empreendedores passaram a vender online e a expandir seus negócios.
- Muitas mulheres conquistaram independência financeira e saíram de relações abusivas.
- Pequenos negócios locais se tornaram referências dentro das comunidades.

“A maioria das pessoas que empreendem nas comunidades não têm acesso a crédito, mentoria ou conhecimento sobre gestão. Se dermos essas ferramentas para elas, elas vão longe.”



OS PRÓXIMOS PASSOS DE CRIS ARCANGELI

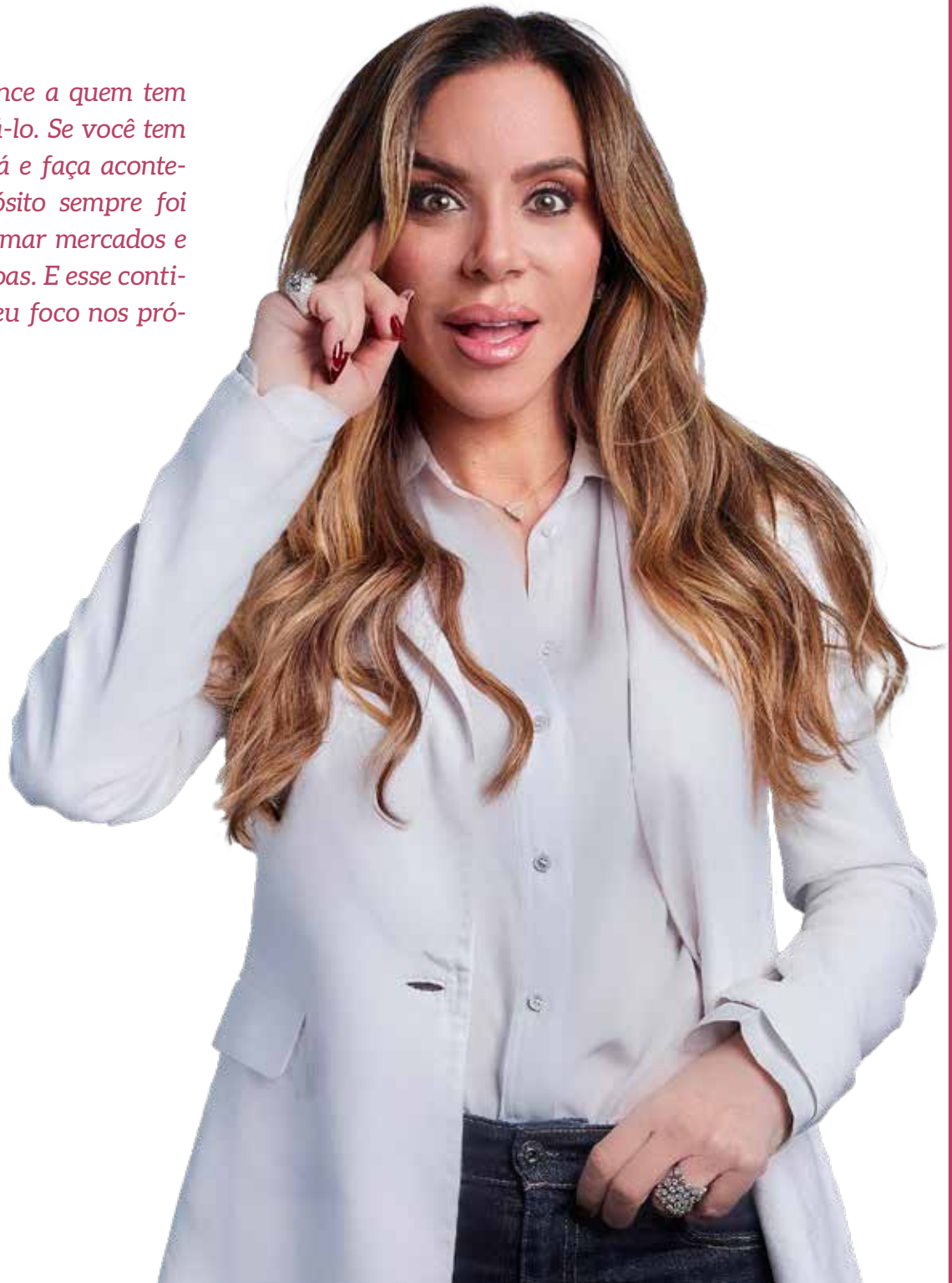
<p>1. EXPANSÃO NO MUNDO DOS INVESTIMENTOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cris já é uma investidora consolidada, mas quer expandir ainda mais sua atuação no ecossistema de startups ▪ Seu fundo de investimentos, Sniper, continuará focado em acelerar negócios liderados por mulheres e startups inovadoras. ▪ A tendência para os próximos anos é que ela expanda seus investimentos para negócios com impacto ESG (Ambiental, Social e Governança), apostando em sustentabilidade, tecnologia e consumo consciente. 	<p><i>“Investir em inovação é investir no futuro. Quero continuar ajudando empresas e startups a crescerem e a mudarem o mercado.”</i></p>
<p>2. FORTALECIMENTO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cris continuará sua atuação no Comunidades a Mil, levando capacitação e investimentos para empreendedoras de favelas. ▪ Está trabalhando para escalar o projeto e levar essa iniciativa para mais comunidades pelo Brasil. ▪ Seu objetivo é influenciar políticas públicas para fomentar o empreendedorismo em áreas de vulnerabilidade social. 	
<p>3. ATUAÇÃO MAIS FORTÉ NO SETOR PÚBLICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cris já faz parte da Frente Parlamentar do Empreendedorismo e atua como conselheira da FIESP, COFEM e CMEC. ▪ Nos próximos anos, ela quer ter um papel ainda mais ativo na criação de políticas públicas para estimular o empreendedorismo no Brasil. ▪ Seu foco será: <ul style="list-style-type: none"> » Redução da burocracia para pequenos negócios. » Incentivos fiscais para startups e inovação. » Mais acesso ao crédito para empreendedores. » Inclusão financeira de mulheres empreendedoras. » Mentorias e Inovação. 	<p><i>“O governo precisa entender que empreendedorismo não é só abrir empresas. É sobre gerar empregos, mudar comunidades e dar dignidade às pessoas. Quero ajudar cada vez mais nesse processo”, afirma.</i></p>
<p>4. EXPANSÃO INTERNACIONAL DE SEUS NEGÓCIOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Com o sucesso da Phytoervas, Beauty'in e outras marcas, Cris pretende levar seus conceitos de inovação para outros mercados globais. ▪ Está explorando novas oportunidades nos EUA, Europa e Ásia, focando em cosméticos naturais, aliméticos e wellness. ▪ Também está de olho em novas tendências de consumo consciente e tecnologia aplicada à beleza e saúde. 	<p><i>“O mundo está mudando e o Brasil tem muito a oferecer. Quero levar nossa inovação e conceito para o mundo.”</i></p>
<p>5. EDUCAÇÃO E CONTEÚDO PARA EMPREENDEDORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cris já compartilha muito conhecimento em suas redes sociais e palestras, mas quer ampliar ainda mais seu impacto educacional. Está trabalhando em novos cursos e programas de mentoria, voltados para pequenos e médios empreendedores. ▪ Vai lançar dois novos livros e conteúdos digitais, focando em inovação, branding e negócios. ▪ Seu podcast “Papo de Tubarões” traz os maiores founders e CEO's do empreendedorismo para inspirar novos empresários. 	<p><i>“Meu maior prazer hoje é ensinar e ajudar as pessoas a realizarem seus sonhos.”</i></p>


LIÇÕES DE CRIS ARCANGELI PARA EMPREENDEDORES

- **INOVAÇÃO É TUDO** – “Se for para fazer mais do mesmo, nem comece.”
- **EMPREENDA NO QUE VOCÊ AMA** – “Se não houver paixão, não haverá sucesso.”
- **ESCOLHA BEM SEUS SÓCIOS** – “Um sócio errado pode destruir um grande negócio.”
- **SEJA RESILIENTE** – “Toda crise traz oportunidades. Aprenda a enxergá-las.”
- **EDUQUE O MERCADO** – “Não basta inovar, é preciso ensinar as pessoas a enxergarem valor no seu produto.”

“

O futuro pertence a quem tem coragem de criá-lo. Se você tem um sonho, vá lá e faça acontecer. Meu propósito sempre foi inovar, transformar mercados e a vida das pessoas. E esse continuará sendo meu foco nos próximos anos.”



Dê **visibilidade**
à sua marca,
empreenda e seja
lembrado! 



Aponte a câmera
do celular e **saiba
mais!**

Destaque-se no mundo dos
negócios, anuncie na **Empreenda**[®]
revista.



empreenda[®] revista

ESTÁ PRONTO PARA
DEIXAR COMANDAR
PAULO?

ANO VII | EDIÇÃO 76 | 2023 | EMPREENDAREVISTA.COM.BR

empreenda[®]
revista

**GESTÃO E
NEGÓCIOS**
GESTÃO FINANCEIRA
PARA PIMES: CONTRA
MITOS E VERDADES

**VENDAS E
VAREJO**
COMO O VAREJO PODE
SE BENEFICIAR DAS ES-
TRATÉGIAS DE MARKE-
TING POR SMS

**TECNOLOGIA E
INOVACÃO**
IA GERATIVA:
O FUTURO É AQUI

**BETHE
LONB...**

CONSIDERADO O CONTADOR
MENTOREAR EMPREENDEDORES

ANO VIII | EDIÇÃO 87 | 2024 | EMPREENDAREVISTA.COM.BR

empreenda[®]
revista

**NEGÓCIOS
EXPONENCIAIS**
A LULA E O BRASIL: O
MOMENTO IDEAL PARA
INICIAR UM NEGÓCIO
EXPONENCIAL

**NEGÓCIOS
DIGITAIS**
AUMENTAR O VAREJO
COM O USO DE
INTELETO ARTIFICIAL
E NEGÓCIOS DIGITAIS

**MENTALIDADE
EMPREENDEDORA**
SINAIS DE QUE VOCÊ
TEM O GOSTO PARA
ABRIR UM NEGÓCIO
COM SUCESSO

THIAGO

CONSIDERADO O EMPREENSÁRIO
INTELECTUAL DO BRASIL
UMA ENGENHARIA

empreenda[®] empreenda[®] empreenda[®]

O Propósito: A Alma do Negócio



HERMÍNIO BONOLDI

Presidente do Conselho do Grupo LORDINVEST,
Pastor Senior do Ministério Resgate de Valentes
Alphaville, Fundador da Associação Incorporadores
do Reino - Negócios como Missões.
@herminibonoldi

No mês passado, falamos sobre a importância dos processos na estruturação de um negócio. Mas qual é o primeiro pilar que sustenta uma empresa de verdade? Propósito. Sem ele, qualquer empreendimento está fadado à instabilidade e ao insucesso. Então, eu quero dizer que, ao contrário do que aprendemos lá atrás de que a propagando é a alma do negócio, quero te dizer que: o propósito é a alma do negócio!

Dinheiro nunca pode ser a razão principal para abrir um negócio ou tomar decisões na vida. Se for, você trocará seu bem mais valioso – seu tempo – por dinheiro. Isso, significa que, ao colocar o dinheiro acima de tudo, você venderá sua honra, seus melhores dias, seu coração e sua visão. E, no final, acabará comprometendo elementos vitais da sua existência.

Mas, se o propósito de uma empresa não é simplesmente ganhar dinheiro, então qual é? A resposta é clara: servir pessoas. Quando o foco está apenas no lucro, a empresa se torna vazia e frágil, e será facilmente abalada pelas dificuldades do mercado. Mas, quando o propósito é impactar vidas, o crescimento e a lucratividade surgem como consequência natural.

E Isso pode acontecer de várias formas:

- Marcando vidas.
- Transformando pessoas.
- Dando acessos valiosos.
- Potencializando talentos.

Empresas só crescem quando impactam vidas. E como fazemos isso? Por meio do servir. Se você vende um produto ou serviço, reflita sobre onde ele se encaixa:

1. **Facilidade** – Tornar a vida das pessoas mais simples.
2. **Necessidade** – Suprir uma carência das pessoas.
3. **Utilidade** – Agregar valor prático ao dia a dia das pessoas.
4. **Desfrute** – Proporcionar prazer e bem-estar para as pessoas.

Sua empresa está verdadeiramente alinhada com um propósito? Porque quanto mais poderosa for a sua entrega dentro dessa direção, maior será a sua lucratividade.

Agora, quero lhe sugerir que faça um exercício: desenhe três círculos concêntricos. No centro, escreva “Por quê?”; no círculo do meio, “Como?”; e no último, “O quê?”.

- Por quê? Qual é a motivação por trás do seu negócio?
- Como? Qual é o processo que você utiliza para entregar valor?
- O quê? O produto ou serviço que você vende (a parte mais visível, mas não a mais importante).

As estatísticas mostram que:

- Apenas 5% dos empreendedores sabem o porquê fazem o que fazem.
- 10% sabem como fazem.
- 85% só sabem o que fazem.

O que diferencia uma empresa extraordinária, de uma empresa comum é exatamente isso: a história por trás dela. Pessoas se conectam com histórias, não com produtos. Grandes empreendedores sempre têm uma trajetória inspiradora que fundamenta seu negócio. O storytelling gera conexão, empatia e fideliza todos os stakeholders. e

eu como dono tenho que contar a minha história, ela tem que estar entrelaçada com meu negócio, qual a solução que eu trouxe para o mundo através da minha história de superação?

Propósito atrai ou repele pessoas – e isso é ótimo. Ele serve como um filtro para que somente aqueles alinhados com a sua visão e princípios caminhem ao seu lado. Isso vale para clientes, colaboradores e parceiros, ou seja, todos seus stakeholders.

Grandes impérios empresariais terminaram quando perderam seu propósito. Empresas não são infinitas, mas enquanto o propósito existir, o negócio prospera. Quando ele é cumprido, talvez seja a hora de encerrar ou transformar a empresa. Isso faz parte do ciclo natural do empreendedorismo.

Se você quer longevidade nos seus negócios, pare de focar apenas em estratégias e comece a fortalecer seu propósito. Porque as pessoas não compram o que você faz, mas o porquê você faz.

E lembre-se: quando seus negócios estão alinhados com o seu propósito de vida, prepare-se para ver o que Deus vai fazer com você através deles!

Eu aprendi o seguinte, e encerro esse artigo compartilhando-lhes algo que mudou à minha maneira de enxergar meus negócios: o propósito bem definido, transforma a vida das pessoas, alastra o negócio, consolida-o, valoriza a marca e exponencializa o seu lucro...

Hoje, eu tenho um propósito não um negócio, mas faço negócios com o propósito que eu carrego. Nos vemos no próximo artigo!

AUMENTE OS
LUCROS DO SEU
NEGÓCIO ATRAVÉS
DA MÁQUINA DE
VENDAS **PREVISÍVEL**
E ESCALÁVEL.



Na **Full Sales** ajudamos empresas, como a sua, a **multiplicar vendas, escalar lucros e criar previsibilidade** com estratégias comerciais personalizadas.

**NÓS SOMOS A
FULL SALES
SYSTEM**

Resultados **comprovados**.
Estrutura comercial **robusta**.
Crescimento exponencial através de **tecnologia e processos de ponta**.

+350 Negócios acelerados
+500 Milhões em receitas geradas junto aos nossos clientes
+2000 Vendedores treinados diretamente



Acesse nosso site e descubra quais soluções fazem sentido para sua empresa hoje:

fullsalessystem.com



**FULL
SALES**
SYSTEM

QUER INVESTIR
E NÃO SABE COMO?

LUCRE COM GÁS!

Aproveite esta oportunidade
para ter sua revenda Consigaz.

- Alta lucratividade
- Taxa zero
- Retorno a partir de 12 meses

SAIBA MAIS EM :

www.consigaz.com.br

 **CONSIGAZ**[®]

Revendedora Janaina
Consigaz Marginal Pinheiros



Giuliana®

F L ● R E S



**Acessou, comprou,
chegou, sorriu!**

EU SOU UMA DIVA: A CORRIDA QUE TRANSFORMOU VIDAS



O esporte sempre esteve presente na vida de Simone Alencar, mas foi na corrida que ela encontrou seu verdadeiro propósito.

Aos 54 anos, mãe de um jovem de 21, Simone descobriu nas ruas um caminho de superação, coragem e transformação. O que começou como uma busca pessoal logo se tornou um movimento poderoso, impactando a vida de milhares de mulheres.

A corrida entrou em sua vida em um momento de transição. Em meio a desafios, Simone procurava algo que a fortalecesse por dentro e por fora. Foi na academia que deu seus primei-

ros passos na corrida e, sem perceber, passou a se desafiar cada vez mais. Das esteiras às ruas, dos primeiros quilômetros às provas oficiais, nasceu uma paixão que mudaria não só sua história, mas a de muitas outras mulheres.

NASCE O MOVIMENTO “EU SOU UMA DIVA”

Inspirada por grupos femininos que via nas corridas de São Paulo, Simone percebeu que sua cidade, Suzano, carecia de um espaço onde mulheres pudessem se conectar, se apoiar e se fortalecer por meio do esporte. Assim, surgiu o grupo Eu Sou Uma Diva, começando com apenas 20 mulheres de sua academia.

Mas o movimento cresceu. E cresceu rápido. Com identidade própria, uniformes vibrantes e um espírito de união inabalável, o grupo logo se tornou referência. A repercussão foi tão grande que chamou a atenção da TV Diário, afiliada da Rede Globo, que contou sua história. Naquele momento, Simone percebeu: aquilo era mais do que uma corrida. Era um propósito.

DA SUPERAÇÃO PESSOAL AO PALCO NACIONAL

Em 2016, organizou um treino para 80 mulheres. No ano seguinte, a primeira edição oficial da Corrida Eu Sou Uma Diva reuniu 360 corredoras. Com organização impecável e estrutura diferenciada, o evento se destacou e se tornou um dos mais aguardados do circuito feminino.

Hoje, a corrida já reuniu mais de mil mulheres em sua última edição. A prova acontece anualmente no Centro Universitário UniPiaget, um espa-

ço seguro para as atletas, oferecendo uma experiência completa: uma arena estruturada, ambiente acolhedor, espaço de beleza, shows e um time de parceiros de peso, como Outback, Jaques Janine e Vizella.

Mas, para Simone, correr é apenas um detalhe. O verdadeiro propósito está na conexão. Está no brilho no olhar de cada mulher que cruza a linha de chegada sentindo-se vitoriosa. Está na história de superação de cada corredora que, com coragem, deu o primeiro passo.

UM MOVIMENTO QUE NÃO PARA

Mesmo com o sucesso consolidado, Simone segue em movimento. Sua presença vai além da organização do evento – ela é inspiração para muitas mulheres, compartilhando dicas sobre treinos, alimentação, autoestima e, acima de tudo, resiliência.

E o próximo passo já está definido: em 2025, a Corrida Eu Sou Uma Diva chegará a Mogi das Cruzes e, em breve, a Jundiá. A expansão do projeto promete levar ainda mais mulheres a descobrirem sua força através do esporte.

Além das corridas, cada edição tem um impacto social. Os eventos arrecadam itens essenciais, como absorventes e alimentos, para projetos da cidade. Simone também promove jantares dançantes beneficentes, fortalecendo sua missão de transformação através do esporte e do apoio mútuo entre mulheres.

Porque, no final, correr é apenas o começo. O verdadeiro destino é a transformação. Como Simone sempre diz: “Se eu consigo, você também pode. Basta dar o primeiro passo.

Elas brilhantes: o movimento que está transformando o empreendedorismo feminino

O Elas Brilhantes nasceu em 2024, em Suzano, fruto de um momento de inspiração, fé e superação na vida de Madah Vasconcelos.

Como uma mulher que já enfrentou desafios tanto na vida pessoal quanto no empreendedorismo, Madah percebeu que muitas outras mulheres compartilhavam as mesmas dificuldades. Foi então que decidiu criar um movimento que fosse além de um simples grupo de networking: um espaço de apoio, crescimento e transformação.

Hoje, o Elas Brilhantes reúne mais de 650 mulheres, um número que cresce diariamente. O diferencial desse movimento está no seu propósito: empoderar e conectar mulheres, oferecendo suporte para que elas cresçam juntas e fortaleçam seus negócios. O lema do grupo é claro: “Mulheres que ajudam mulheres.” E essa não é apenas uma frase de impacto, mas um compromisso real.

O crescimento do Elas Brilhantes ganhou ainda mais força com a entrada de Simone Alencar, que hoje atua como diretora do grupo. Juntas, Madah e Simone uniram forças e experiências para levar o movimento a um novo patamar, combinando a visão estratégica e racional de Simone com a paixão e energia de Madah.

Essa fusão de habilidades trouxe uma estrutura ainda mais sólida ao grupo, permitindo a criação de projetos, feiras, parcerias e mentorias estratégicas que fazem do Elas Brilhantes um verdadeiro ecossistema de empreendedorismo feminino. Segundo Madah, a chegada de Simone representou um “antes e depois” na história do movimento, tornando-o ainda mais profissional e impactante.

“Eu sou emoção, a Simone é razão. Essa parceria tem sido essencial para o nosso crescimento e para oferecer às mulheres do grupo um suporte cada vez mais completo.”

A grande motivação de Madah é deixar um legado. Para ela, empreender vai além do lucro; é sobre motivar, transformar vidas e buscar crescimento contínuo.

“Eu não acredito que nasci apenas para crescer e morrer. Eu nasci para transformar histórias, para impactar outras mulheres e mostrar que o impossível pode se tornar realidade.”

O Elas Brilhantes tem gerado histórias inspiradoras, como a de mulheres que passaram de negócios online para lojas físicas, ou que encontraram no grupo as conexões certas para alavancar seus empreendimentos.

Para Madah, o maior desafio de uma empreendedora não é o mercado ou a concorrência, mas o próprio ser humano.

Além disso, o empreendedorismo feminino cresce no Brasil, sendo um dos setores mais promissores do mercado. No entanto, as mulheres ainda enfrentam mais dificuldades para conseguir crédito e investimentos, devido ao preconceito estrutural.

O Elas Brilhantes segue crescendo e firmando parcerias estratégicas. Entre elas, estão descontos em faculdades, programas de qualificação e eventos de networking. Uma das grandes conquistas recentes do grupo foi a parceria com a UniPiaget, oferecendo descontos de até 40% em cursos universitários para as mulheres do grupo, permitindo que elas se qualifiquem ainda mais para o mercado.



Além disso, Madah e Simone estão preparando a quarta edição da Feira Elas Brilhantes, que acontecerá em maio e reunirá centenas de empreendedoras para exposição de seus produtos e serviços.

Outro grande projeto que vem ganhando destaque é uma imersão especial com Fernando Seabra, um dos maiores especialistas em inovação e negócios do Brasil.

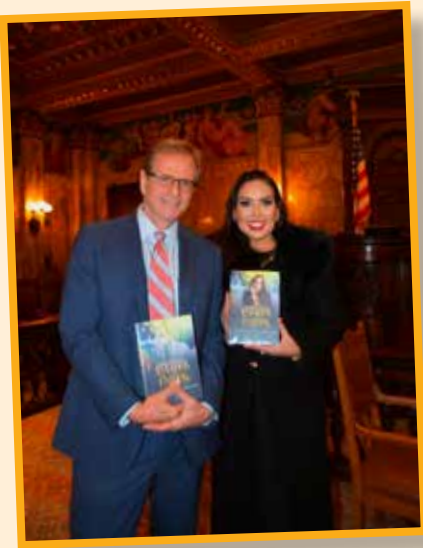
Parcerias com a Prefeitura de Suzano e outros órgãos governamentais também fazem parte do planejamento do Elas Brilhantes, garantindo que mais mulheres tenham acesso a oportunidades e suporte para seus negócios.

Madah Vasconcelos e Simone Alencar enxergam o Elas Brilhantes como muito mais do que um projeto: é uma missão de vida.

“O que nos move não é apenas o sucesso financeiro, mas a transformação. Queremos ver mulheres crescendo, superando desafios e acreditando que podem alcançar muito mais do que imaginavam.”

Com uma energia contagiante e uma visão clara do que querem construir, elas seguem inspirando e abrindo caminhos para que mais mulheres possam brilhar no mundo dos negócios.

UMA LIDERANÇA VISIONÁRIA



No mundo dos negócios e da inovação jurídica, poucas trajetórias são tão inspiradoras quanto a de Gabriela Barreto.

Advogada, escritora, coordenadora de pós-graduação, professora, palestrante e empresária, assim Gabriela tem se consolidado como uma das maiores expoentes do Direito voltado às novas tecnologias, ao empreendedorismo e à gestão jurídica estratégica.

Seu projeto acadêmico “Empreendedoras da Lei” transcendeu fronteiras, impactando diversos países e fomentando a presença feminina no universo jurídico e empresarial.

Com uma carreira marcada pela busca incessante por conhecimento e crescimento, Gabriela possui um portfólio notável. Seus artigos acadêmicos tornaram-se referências bibliográficas no Superior Tribunal de Justiça (STJ) e no Conselho Nacional de Justiça (CNJ), além de serem reconhecidos em importantes universidades e organizações internacionais. O impacto de suas publicações

transcende fronteiras, alcançando instituições como a Universidade de Lisboa, a Universidade de Barcelona, a Suprema Corte de Nova York, a ONU em Nova York, o Instituto ISAL na Ilha da Madeira em Portugal, Colégio de Advogados de Madrid, bem como diversas universidades e embaixadas brasileiras ao redor do mundo.

O **Empreendedoras da Lei**, carro-chefe de sua editora, é um projeto acadêmico audacioso que busca dar voz a mulheres juristas e empresárias, conectando-as globalmente. A coletânea de artigos explora temas jurídicos e sociais relevantes na interseção entre Brasil, Estados Unidos, América Latina e Europa, destacando a influência do Direito, tecnologia e globalização em questões como imigração, inteligência artificial, direitos humanos e justiça social. No direito comparado, são analisadas as semelhanças e diferenças dos sistemas jurídicos entre continentes, abrangendo temas como direito empresarial e tributação. A imigração é central, com foco nas políticas migratórias e desafios enfrentados pelos imigrantes brasileiros, com atenção especial à condição da mulher migrante. A inteligência artificial é discutida em re-

lação ao seu impacto no judiciário e a questões de viés nas decisões, além dos desafios da Web3 e proteção de dados. Os direitos humanos e a equidade de gênero também são temas destacados, especialmente no combate à violência contra mulheres e na promoção da participação feminina. O empreendedorismo é abordado com reflexões sobre como brasileiros podem entrar nos mercados globais, superando barreiras legais. A obra oferece uma visão abrangente dos desafios e oportunidades na interconexão entre esses países, promovendo um debate importante sobre o futuro do direito e da sociedade global.

Em cada lançamento, Gabriela e sua equipe de coordenação acadêmica reúnem influentes nomes do direito e dos negócios, consolidando suas publicações como referências na área. Sua participação em eventos de destaque é notável. Gabriela já organizou eventos no Club Harvard em Nova York, na Universidade de Lisboa, no ISAL em Madeira, no Colégio de Advogados de Madrid, na Câmara dos Deputados e na Biblioteca do Senado Federal em Brasília, além de apresentar seu projeto acadêmico em um evento da Embaixada Brasileira em Berlim.

Ela também concedeu visitas institucionais à ONU e à Suprema Corte, ambas em Nova York, e realizou uma participação executiva internacional em Tallinn, na Estônia, onde conheceu as principais empresas de tecnologia e inovação que impulsionaram a economia europeia, incluindo dez unicórnios locais.

Entre suas honras, foi convidada pela Embaixada Brasileira em Tallinn para celebrar o Dia da Independência do Brasil no histórico Castelo Keila-Joa entre 2023 e 2024. Dentre suas conquistas globais recentes, recentemente destaca-se o projeto acadêmico “Empreendedoras da Lei”, que foi reconhecido em uma revista internacional após uma premiação no Palácio da Versace em Dubai. Gabriela também realizou visitas institucionais a organizações diplomáticas e empresariais em diversos países, incluindo Espanha, Estônia, Portugal, Alemanha, Holanda e Estados Unidos.

Suas publicações têm sido doadas a ministros do Supremo Tribunal Federal, como Dra. Cármen Lúcia, Dr. Luís Roberto Barroso e Dr. Edson Fachin, além de estarem disponíveis no STJ, CNJ, Conselho Federal da OAB e em várias organizações internacionais.

Com mais de 35 livros e revistas publicadas, além de diversas contribuições em publicações acadêmicas, Gabriela está dedicada à expansão de sua editora e à disseminação de seu projeto acadêmico nos cinco continentes até 2028. Nos próximos anos, ela planeja lançar a segunda edição de “Empreendedoras da Lei” em São Paulo e na Bahia, além de uma edição especial voltada para a Europa, abrangendo sete países. Também estão previstas novas edições para os Estados Unidos, assim como a primeira edição voltada para a América Latina, incluindo lançamentos no Rio de Janeiro e no Pará, além das obras técnicas “Além das jurisdições: advocacia internacional na era digital” e “Magistradas: a justiça na ótica delas”.

DESAFIOS E IMPACTO GLOBAL

Apesar do sucesso, Gabriela reconhece os desafios de liderar um projeto de tamanha magnitude. Para ela, preservar a ética, a transparência e a lealdade no universo cor-

porativo é um dos maiores obstáculos a serem superados.

“Todo empreendedor, em sua jornada, se depara com traições e desafios na gestão de pessoas. Por isso, cultivar uma liderança transparente, construir uma marca profissional íntegra e idônea são elementos essenciais”, pontua.

Um aspecto marcante da jornada de Gabriela é sua profunda preocupação com o impacto social e educativo. Como um movimento transformador no mercado jurídico, a GB Editora dedica exemplares de suas publicações a universidades, organismos internacionais e entidades de ensino, democratizando o acesso ao conhecimento. A filantropia também é uma prioridade em suas ações, manifestando-se por meio de projetos pró-bono e iniciativas humanitárias. O objetivo maior é cultivar redes de colaboração, impulsionar carreiras e fornecer as ferramentas essenciais para que profissionais do direito e do empreendedorismo prosperem em um mundo cada vez mais hiperconectado. Nossos livros vão além da mera informação; eles têm o poder de inspirar e transformar.

O que move Gabriela Barreto é a ambição de impactar o mundo.

“Ambição, para mim, não está ligada a dinheiro, mas à busca constante por conhecimento, aprimoramento e desenvolvimento. Quero expandir ainda mais a editora e conectar pessoas de diversas nações em prol da educação e do protagonismo profissional”, afirma.

Com uma agenda que inclui novas edições do *Empreendedoras da Lei* nacionais, bem como na Europa, na América Latina e nos Estados Unidos, além de eventos internacionais em universidades e organismos diplomáticos, Gabriela não dá sinais de desaceleração. Sua presença se fortalece cada vez mais no cenário global, mostrando que a combinação entre paixão, conhecimento e conexões estratégicas é a chave para transformar ideias em impacto real.

Para completar esse novo ciclo de crescimento, Gabriela retorna agora como colunista da *Empreenda Revista Nacional*, trazendo artigos exclusivos sobre direito globalizado e negócios internacionais. Sua experiência em diferentes países e sua capacidade de conectar temas jurídicos com inovação e empreendedorismo global serão o foco de suas colunas, contribuindo para fortalecer ainda mais o ecossistema de empreendedores e juristas que buscam se destacar no mercado.

Por fim, em sua mensagem final, Gabriela reflete: “Minha trajetória, retratada na Revista Empreenda, é um testemunho da resiliência e da antifragilidade que surge diante dos desafios. Agradeço à revista por destacar uma narrativa que vai além das lutas, celebrando realizações enraizadas na crença inabalável em nosso potencial coletivo. Compartilhar minha história é um convite à reflexão sobre como podemos transformar adversidades em conquistas significativas. A feminilidade, em sua essência, simboliza tanto força quanto delicadeza, revelando que cada obstáculo é, na verdade, uma oportunidade de crescimento. Que minha experiência inspire você a acreditar em si mesma, a enfrentar dificuldades com coragem e a seguir inabalavelmente seus sonhos. A verdadeira força reside na resiliência e na autoconfiança. Que minha jornada funcione como um farol, iluminando o caminho para suas próprias realizações extraordinárias.”

Seu legado está apenas começando, mas já deixa marcas profundas que transcendem as fronteiras do direito, dos negócios e da educação.

RESILIÊNCIA, DETERMINAÇÃO E PAIXÃO PELO DIREITO



A trajetória de uma empreendedora é marcada por desafios, conquistas e, acima de tudo, pela capacidade de se reinventar.

Gislene Cremaschi Lima é um exemplo vivo dessa jornada. Advogada por formação e empreendedora por vocação, ela construiu uma carreira sólida no mundo jurídico, conquistando espaço em um setor altamente competitivo e trazendo uma abordagem diferenciada ao mercado.

Determinada, apaixonada pela vida e incansável na busca pelo conhecimento, Gislene soube transformar desafios em oportunidades. Desde cedo, sua paixão pelo Direito a impulsionou a construir um caminho de sucesso, sempre pautado pela éti-

ca e pela excelência. Graduada em Direito desde 1993, especializou-se em Processo Civil, Direito Civil e Direito Médico, aprofundando-se em diretivas antecipadas da vontade e na área de recuperação de crédito. Atualmente, cursa doutorado em Ciências Jurídicas pela Universidade Federal de Buenos Aires, consolidando sua formação de maneira internacional.

“O Direito é muito mais do que apenas normas e legislação. Ele envolve pessoas, vidas e histórias. Por isso, sempre acreditei que é essencial manter a humanização no atendimento e na gestão do meu escritório”, afirma Gislene.

Seu olhar inovador também a levou a participar de diversos cursos e especializações internacionais, como sua extensão acadêmica em Coimbra, uma das mais renomadas universidades do mundo. Sua busca constante pelo aprendizado e aperfeiçoamento a tornaram uma referência no setor jurídico, além de uma inspiração para aqueles que desejam crescer profissionalmente.

A caminhada de Gislene nem sempre foi fácil. Em 2021, precisou enfrentar uma cirurgia cardíaca delicada, que lhe trouxe uma nova perspectiva sobre a vida. “Quando passamos por experiências assim, aprendemos a valorizar ainda mais cada momento, as pessoas e as pequenas coisas.”

Foi com essa nova visão que ela continuou expandindo seu escritório, fundado em 2009, especializando-se na área de recuperação de crédito e Direito Médico. “Sempre tive o desejo de ter meu próprio negócio. Queria ser reconhecida como Gislene, não apenas como ‘a advogada de tal lugar’. Essa independência me deu força para enfrentar os desafios do mercado.”

Gislene destaca que, ao longo dos anos, sua atuação foi se diversificando, acompanhando as mudanças do setor e as necessidades do mercado. Sua equipe, cuidadosamente estruturada, recebe constante treinamento para oferecer um atendimento de excelência. “Eu gosto de manter um equilíbrio entre tecnologia e humanização. O direito é feito de pessoas para pessoas, e isso não pode ser perdido”, explica.

Apostando em formação contínua e networking, ela construiu um modelo de negócio baseado na expertise técnica, mas sem perder o lado humano, garantindo que cada cliente seja tratado com empatia e transparência. “Meu maior desafio é equilibrar a tecnologia e a inteligência artificial com o atendimento humanizado.”

Toda a dedicação de Gislene e seu compromisso com a excelência fizeram do escritório GCL Advocacia um nome de prestígio, reconhecido por premiações como o Latin American Quality Institute e o Top Of Quality Brasil. Seu talento e liderança também foram enaltecidos por distinções pessoais, como os títulos de Personalidade Feminina e Top Of Business, concedidos pelo International Institute Business (IBI), entre outros.

Para Gislene, o futuro do Direito está na inovação, mas sem jamais perder a essência que fundamenta a profissão.

“O Direito precisa evoluir, mas sua base acadêmica sólida deve ser preservada. Vejo muitos profissionais que não possuem essa estrutura, e isso impacta diretamente a qualidade da área.”

Sempre à frente de seu tempo, ela participa ativamente de projetos sociais e iniciativas voltadas ao desenvolvimento jurídico.

“A educação é a chave para transformar a sociedade. Por isso, incentivo constantemente minha equipe a estudar e se aprimorar.”

Seu compromisso com o conhecimento também se reflete na produção

acadêmica. Gislene vem aprimorando seus artigos jurídicos, consolidando sua atuação no meio acadêmico e contribuindo para o avanço do pensamento jurídico.

Mas sua atuação vai além do universo jurídico. Gislene também se dedica a causas sociais, engajando-se em projetos voltados à saúde e à assistência social. Seu trabalho beneficia diretamente hospitais e instituições de apoio a pacientes em tratamento, provando que seu impacto ultrapassa os limites do escritório e alcança a vida de muitas pessoas.

Sua preocupação com o futuro também se reflete em sua participação em grupos de estudo sobre Direito de Família, Direito Médico, Direito Digital e Inteligência Artificial. “O mercado está mudando rapidamente, e nós, como advogados, precisamos acompanhar essa evolução. Não basta apenas conhecer as leis; é essencial compreender o impacto da tecnologia no nosso dia a dia.”

UMA INSPIRAÇÃO PARA NOVAS EMPREENDEDORAS

Além de sua carreira jurídica, Gislene é uma inspiração para mulheres que desejam empreender. Seu conselho para quem está começando é claro: “Nenhuma mulher deve desistir dos seus sonhos. É preciso se preparar, estudar, enfrentar os medos e as dificuldades. Não é fácil, mas é possível. O importante é acreditar em si mesma e seguir em frente.”

Para ela, o sucesso está na constância e na determinação. “Ao longo da minha trajetória, aprendi que o medo nunca pode ser um obstáculo. O tempo passa da mesma forma, então é melhor utilizá-lo para construir algo sólido. Muitas vezes, as oportunidades surgem de onde menos esperamos, mas precisamos estar preparadas para agarrá-las.”

Com uma visão ampla de mercado, um compromisso inabalável com a justiça e uma paixão pela vida que

transborda em tudo o que faz, Gislene Cremaschi Lima se firma como uma referência no Direito e no empreendedorismo feminino. Sua história é uma prova de que a determinação, a resiliência e o amor pelo que se faz são os maiores segredos para o sucesso.

Fora do ambiente corporativo, Gislene é uma mulher que valoriza a família, os amigos e os momentos simples da vida. “Adoro viajar, conhecer novas culturas, beber um bom vinho e compartilhar momentos de alegria com as pessoas que amo.”

Apaixonada por sua cachorrinha, ela encontra no convívio com os animais uma fonte de leveza e carinho. Além disso, busca equilibrar sua rotina intensa com hobbies que trazem bem-estar, como dança e atividades físicas.

“É importante encontrar tempo para cuidar de si mesma. Empreender exige muito, mas é essencial manter uma vida equilibrada para continuar crescendo.”

Gislene também se dedica a causas voltadas para o empoderamento feminino, incentivando outras mulheres a conquistarem seu espaço no mercado de trabalho e nos negócios. “Acredito que cada uma de nós tem um papel fundamental na construção de um futuro mais igualitário e justo.”

Seu legado, marcado por determinação, competência e generosidade, serve como inspiração para todas as mulheres que desejam empreender e transformar suas vidas. “A jornada pode ser desafiadora, mas cada obstáculo superado nos torna ainda mais fortes.”

Instagram: @gcl.advocacia

Linkedin: gcl.advocacia

Site: www.gcl.adv.br

O BRILHO DE UMA MULHER QUE CONQUISTOU SEU ESPAÇO NO MUNDO

Em um cenário onde a resiliência e a coragem são os maiores diferenciais, algumas trajetórias se destacam por sua capacidade de inspirar e transformar.

Juliane Veiga da Fonseca é um desses exemplos. Advogada de prestígio nas áreas de Direito Desportivo e Agronegócio, palestrante, acadêmica e uma mulher que nunca se contentou com o óbvio. Com um espírito inquieto e uma ambição que sempre a impulsionou a ir além, ela construiu um caminho de conquistas que atravessa fronteiras.

De uma infância simples no interior do Paraná a prêmios internacionais e reconhecimento no universo jurídico, sua jornada é um testemunho vivo do que é possível alcançar quando talento e determinação se encontram.

Nascida e criada em Apucarana, Paraná, Juliane cresceu em uma família sem luxos, mas sempre repleta de valores sólidos. Seu desejo de ascensão profissional nasceu cedo. Desde criança, ela observava os grandes profissionais e visualizava seu futuro.

“Eu me lembro de passar em frente às lojas e ver aqueles ternos alinhados. Para mim, aquilo representava sucesso, independência e inteligência.”



Dizia para minha mãe: ‘um dia, vou usar isso’. E essa imagem ficou cravada em mim como um objetivo de vida.”

E assim foi. Tornou-se a primeira da família a concluir um curso superior, abrindo portas não só para si, mas também servindo de inspiração para as futuras gerações.

Com uma formação acadêmica robusta, Juliane se especializou em Direito Empresarial, aprofundou-se no Direito Desportivo e se consolidou no agronegócio, atuando como uma das principais advogadas do setor no Brasil.

Além da atuação jurídica, também se destaca como palestrante, sendo coautora e coordenadora acadêmica do projeto Empreendedoras da Lei, nos Estados Unidos.

Ainda neste ano, estará participando do projeto ‘Empreendedoras da Lei’ na Europa, onde ela atuará como

coautora, contribuindo com suas ideias e experiências, em colaboração com outras juristas.

Seu talento e dedicação a levaram a Harvard, onde participou de um programa avançado de negociação — um diferencial que hoje a coloca entre os grandes nomes da área.

ENTRE O DIREITO DESPORTIVO E O AGRO, A MARCA DE UMA PIONEIRA

Juliane encontrou no Direito Desportivo uma forma de unir sua paixão pelo esporte com sua expertise jurídica. Faixa preta de Karatê e atleta de handebol há mais de 30 anos, ela nunca conseguiu se afastar das quadras.

“A energia do esporte sempre me moveu. O ambiente é dinâmico, competitivo e cheio de desafios, assim como a advocacia. No direito desportivo, posso contribuir para regulamentações mais justas e dar suporte a atletas e clubes que precisam de respaldo jurídico especializado.”

A convite da Secretaria de Esportes do estado do MT, Juliane já confirmou a sua participação no Encontro Anual de Gestores implementando uma ótima oportunidade para discutir e implementar melhorias no esporte local com sua expertise.

Ainda, suas palestras e consultoria desportiva, além de auxiliar na elaboração de texto de lei desportiva, ajudando a esclarecer questões legais e promovendo uma melhor compreensão das normas que regem o esporte. Seu trabalho não só contribui para a formação de uma base sólida para a justiça desportiva no estado do Mato Grosso, mas também atinge o objetivo estadual do crescimento esportivo em garantir a integridade e a transparência nas competições esportivas.

Por outro lado, seu trabalho e especialização no agronegócio se tornaram uma verdadeira paixão, evidenciando seu compromisso com um setor fundamental que não apenas sustenta economias, mas também alimenta populações e promove o desenvolvimento social, sempre colocando seus clientes como prioridade em suas atividades.

No entanto, o agronegócio a colocou em um ambiente tradicionalmente dominado por homens, onde precisou provar, dia após dia, sua competência.

“No agro, a mulher ainda enfrenta muitos desafios. Já vi clientes mulheres serem desrespeitadas dentro de suas próprias propriedades apenas por serem mulheres. Tive que estudar dobrado, entender os detalhes técnicos das operações e, muitas vezes, provar mais do que um homem precisaria para ser levada a sério.”

Hoje, com sua vasta experiência, Juliane se tornou referência na advocacia preventiva dentro do agro, garantindo que seus clientes tenham segurança jurídica, melhores negociações e evitem litígios desnecessários.

Por trás da advogada bem-sucedida, existe uma mulher que enfrentou desafios pessoais que moldaram sua garra e resiliência. Mãe solo de uma filha que hoje estuda no Canadá, Juliane sabe o peso das renúncias e sacrifícios que precisou fazer para chegar onde está.

“Houve momentos em que eu passava quatro dias sem ver minha filha, mesmo morando na mesma casa. Eu precisava trabalhar, construir meu nome, criar um futuro para ela. Não foi fácil. Mas hoje, quando ela me diz que sou a mulher mais forte que ela já conheceu, sei que valeu a pena.”

Criar uma filha sozinha e, ao mesmo tempo, consolidar-se profissionalmente é um feito que exige determinação e uma visão clara do futuro. E Juliane fez isso com maestria.

“Sempre soube que meu papel como mãe não era apenas prover materialmente, mas dar a minha filha um exemplo de força, independência e valores sólidos.”

O esforço e a dedicação de Juliane foram reconhecidos de maneira grandiosa: em 2024, ela foi homenageada em Dubai com o prêmio Top of Business, um dos mais prestigiados reconhecimentos do mundo empresarial.

“Estar em Dubai, recebendo um prêmio ao lado de empresários e líderes de renome, foi um momento de consagração. Não apenas pela conquista em si, mas pelo que ela representa: a certeza de que todo o meu esforço teve um propósito.”

Juliane também foi convidada a receber o Prêmio Personalidade Feminina do Ano, promovido pela International Business Institute, que acontecerá na cidade do Rio de Janeiro, ao lado de outras mulheres e personalidades globais que se destacaram em suas áreas de atuação, tanto a nível nacional quanto internacional.

Além do reconhecimento internacional, Juliane segue expandindo seus horizontes. Seu próximo grande passo é cursar um mestrado na Europa, fortalecendo ainda mais sua atuação global no Direito Desportivo e Agronegócio.

“O conhecimento é o único ativo que ninguém pode tirar de você. Quero continuar me aprimorando, expandindo meu trabalho e impactando cada vez mais pessoas.”

Juliane não vê suas conquistas apenas como triunfos pessoais, mas como oportunidades para abrir portas para outras mulheres. Em um mundo onde o empreendedorismo feminino ainda enfrenta desafios, sua história é um farol de inspiração.

“Se tem uma coisa que eu aprendi, é que ninguém pode acreditar mais em você do que você mesma. Se você não se der valor, ninguém vai te dar. Obstáculos existem para todos, mas eles não podem ser desculpa para desistir. Acredite no seu potencial, estude, trabalhe duro e faça acontecer.”

Hoje, seu escritório é um reflexo de sua trajetória: um ambiente humanizado, focado em excelência e que prioriza as necessidades dos clientes. De uma cidade pequena do Paraná para o reconhecimento global, Juliane Veiga prova que não existem limites para quem tem coragem de sonhar grande e trabalhar duro para conquistar seus objetivos.

A FORÇA DO FEMININO QUE TRANSFORMA – KÁSSILA NASSER E O EQUILÍBRIO ENTRE CIÊNCIA, AFETO E PROPÓSITO

Nessa edição celebramos a presença, a coragem e a transformação gerada por mulheres que inspiram.

E poucas figuras personificam tão bem esse espírito quanto Kássila Nasser – médica dermatologista, empresária, mãe, esposa e protagonista de uma trajetória onde paixão, inovação e afeto caminham juntos.

Kássila não é apenas uma profissional de destaque no cenário da dermatologia brasileira. Ela representa um novo arquétipo de liderança feminina: aquele que acolhe a sensibilidade como potência e encontra na ciência uma aliada para gerar impacto real na vida das pessoas.

Filha de um renomado cirurgião, Kássila cresceu imersa no universo médico. Desde cedo, testemunhou a transformação que o cuidado humano pode proporcionar. Mas foi com um olhar próprio – atento à beleza da autoestima, ao bem-estar integral e à regeneração não apenas da pele, mas da confiança – que encontrou sua missão. Ainda que o caminho natural fosse seguir os passos do pai na cirurgia, foi na dermatologia que ela descobriu sua verdadeira vocação.

Formada em Medicina pela Faculdade Evangélica de Curitiba (atualmente Mackenzie), com residência pela Unisa e especialização em Tricologia pela USP, Kássila se destacou desde os primeiros passos por sua inquietação diante do status quo. Quando procedimentos estéticos ainda eram vistos com ceticismo no meio médico, ela já vislumbrava o potencial revolucionário de unir saúde, beleza e tecnologia.

Hoje, à frente do Instituto Kássila Nasser, ela materializa essa visão em um espaço onde inovação e acolhimento coexistem. Com tecnologias como o Lipo Cube e o Centro Hifes – o único do sul do Brasil com todas as tecnologias de eletromagnéticos focados – seu instituto vai além da estética, promovendo saúde, autoestima e um cuidado profundamente personalizado. O SPA Coreano, conceito exclusivo no Brasil, integra o diagnóstico facial, capilar e corporal a massagens e equipamentos de ponta, refletindo uma filosofia centrada na experiência única de cada paciente.

Mas talvez o que mais impressiona em Kássila não esteja apenas nos aparelhos de última geração, no olhar clínico apurado ou no sucesso empresarial. Está na leveza com que ela conduz sua rotina – entre consultas, pesquisas científicas, brincadeiras com as filhas, remodelações na de-

coração de casa e viagens em família. Está na doçura firme com que convence uma equipe editorial a ousar numa capa completamente vermelha. Está na forma como transforma o comum em extraordinário.

Para Kássila, empreender é também um ato de cuidar. Cuidar da equipe, dos pacientes, da família, de si mesma. É, antes de tudo, uma prática diária de amor e presença. E seu maior segredo? “Ter uma boa rede de apoio e levar as meninas comigo sempre que possível”, diz ela, com a naturalidade de quem entende que equilíbrio não é sobre perfeição, mas sobre presença com propósito.

Em um mundo que tantas vezes exige que mulheres escolham entre sucesso profissional e realização pessoal, Kássila mostra que é possível – e poderoso – unir tudo isso. Que ser mulher é também saber reinventar espaços, quebrar padrões e criar novas narrativas com coragem e doçura. Que empreender pode – e deve – ter alma.

Que o exemplo de Kássila inspire mais mulheres a acreditarem na própria voz, honrarem suas múltiplas facetas e colocarem no mundo seus talentos com autenticidade. Porque, no fim das contas, empreender é isso: transformar o que se é em algo que o mundo precisa. E disso, ela entende como poucas.



A FORÇA DO EMPREENDEDORISMO HUMANIZADO NA NOVA ERA DOS NEGÓCIOS

DE MULTINACIONAIS AO COMANDO DA PRÓPRIA HISTÓRIA

Claren Elias sempre soube que seu caminho passaria pelo empreendedorismo. Formada em Gestão de Tecnologia da Informação, com pós-graduação em UX Design e MBA em Neurociência do Consumo e Marketing, ela transitou entre grandes corporações e startups, lapidando seu conhecimento sobre comportamento do consumidor, gestão empresarial e tecnologia.

Foi nesse trajeto que percebeu uma grande lacuna no mercado: em-

presas que dominavam a técnica de vender, mas não sabiam se conectar com seus clientes.

“Elas colocavam o produto na prateleira e no digital, mas quando os clientes vinham com demandas, não sabiam o que fazer. Vi que poderia transformar isso e ajudar várias empresas”, conta Claren.

Essa percepção deu origem à Dediq Hub, sua consultoria especializada em inovação e experiência do cliente, focada em criar empresas mais humanizadas, conectadas com seus clientes e resilientes. Hoje, a Dediq Hub atende empresas de médio e grande porte, ajudando-as a transformar a experiência do cliente em um diferencial competitivo.

Filha de um empreendedor na área de engenharia de tecnologia e de uma mãe artesã, Claren cresceu observando de perto os altos e baixos de construir um negócio. Mas a transição para o próprio empreendimento veio acompanhada de desafios inegáveis. “A coragem de sair do padrão, abrir mão da segurança financeira e assumir todas as responsabilidades de um negócio foi um grande marco.”

Ao longo dos anos, um dos casos mais impactantes da Dediq Hub envolveu um dos maiores infoprodutores do Brasil. Quando Claren chegou à empresa, ela enfrentava uma crise de reputação, com avalanches de reclamações e uma nota abaixo de 4 no Reclame Aqui. A estratégia de Claren Elias não foi apenas implantar um suporte estruturado, mas mudar a cultura interna da empresa, transformando o relacionamento com cliente em uma ferramenta de crescimento e de análise de dados comportamentais para gerar insights internos de melhoria. O resultado? A empresa não só recuperou a credibilidade, como hoje tem uma nota próxima a 9. E além disso, áreas como marketing e produtos, passaram a entender mais sobre o perfil ideal de cliente de acordo com as informações coletadas pelo atendimento e também construir novos produtos



Outro case de sucesso foi a implementação de um time de experiência do cliente em uma startup de tecnologia. Com milhares de pontos de atendimento e um volume crescente de clientes insatisfeitos, a empresa enfrentava dificuldades para criar um relacionamento consistente com seus consumidores. Com a metodologia de Claren, a Dediq Hub redesenhou a jornada do cliente, implementando estratégias de retenção e fidelização, resultando em um aumento de 32% na taxa de recompra, uma redução de 51% nas reclamações, aumento de 40% na produtividade da equipe e um NPS que inicialmente era -19, atingindo o nível de qualidade máxima.

Para Claren Elias, os desafios nunca foram obstáculos, mas sim degraus para o crescimento. Ela defende que empreender exige coragem, resiliência, a capacidade de se reinventar a cada dia e construir relacionamentos e parceiros de forma genuína. Além disso, acredita que um dos maiores diferenciais de qualquer empresa é sua habilidade de entender e atender verdadeiramente os clientes.

No universo empresarial, o termo “experiência do cliente” tem sido banalizado, muitas vezes reduzido a atendimento ou um conjunto de técnicas para fidelização que por muitas vezes se tornam inacessíveis, especialmente para pequenas e médias empresas. Mas Claren acredita que essa é apenas a superfície do verdadeiro trabalho. Seu diferencial está em conectar emoção e tecnologia, trazendo uma abordagem inovadora e eficaz.

“Hoje, o cliente não chega mais desinformado. A inteligência artificial e as novas tecnologias elevaram o nível de exigência. As empresas precisam evoluir junto com seus consumidores, oferecendo um atendimento mais autêntico e um posicionamento estratégico forte. Entender quais são as necessidades atuais do cliente, como ele se comporta e o que ele sente, se torna primordial. E é possível come-

çar esse trabalho avaliando os rastros que o cliente deixa em toda a sua jornada de compra. E é aí também que a tecnologia entra nessa relação”, reforça Claren.

Ela também destaca que empreender no Brasil requer uma postura ativa.

“A gente não pode esperar que políticos resolvam tudo. Como empreendedores, temos um papel social importante: gerar empregos, impulsionar a economia, transformar vidas e criar oportunidades de resolver problemas sociais com nosso trabalho”. Precisamos enxergar além do nosso próprio crescimento e entender como nosso impacto reverbera na sociedade.”

Com a metodologia consolidada e resultados expressivos, Claren Elias agora quer escalar sua atuação. “Meu objetivo é expandir a Dediq Hub para um modelo que não dependa apenas de mim para entrega da metodologia e inteligência do negócio. Quero treinar profissionais para aplicar nossa metodologia e impactar ainda mais empresas, garantindo que nossa visão de experiência do cliente chegue a um número maior de negócios. Essa metodologia tem a capacidade de entregar anos de vida para as empresas, diante desse novo comportamento do consumidor e um novo mercado.”

Além disso, Claren está escrevendo um livro como coautora, que será lançado em junho, abordando sua experiência com inovação e experiência do cliente. “Quero compartilhar esse conhecimento com mais empreendedores e profissionais que desejam transformar seus negócios e entender

como a experiência do cliente pode ser a grande chave para a longevidade das empresas. Inclusive, em parceria com a SoluCX, acabei de realizar uma pesquisa de mercado para entender o quanto a sociedade está disposta a consumir de empreendedores diante de grandes marcas e o resultado surpreendeu. 49,3% da população brasileira não tem preferência por marcas, 30,2% prefere grandes marcas já estabelecidas e 20,5% prefere consumir de pequenos empreendedores. Ou seja, 79,5% de oportunidade para empreendedores atuarem. E quando os mesmos entrevistados foram questionados sobre os desafios que enfrentam sobre comprar de empreendedores, os pontos destacados foram: preços mais altos, falta de confiança na marca e falta de variedade de produto, sequencialmente. Isso são questões que uma boa gestão de experiência do cliente pode ajudar. Há muita oportunidade e meu papel é fazer as empresas terem acesso a isso, estreitando a relação com os clientes”

Seu compromisso com o impacto vai além dos negócios. Claren também busca ser um exemplo para mulheres que enfrentam desafios em suas trajetórias. Crescendo sem referências de mulheres negras em posições de destaque, ela precisou construir sua jornada sem um espelho. Hoje, busca mostrar que é possível quebrar barreiras e ocupar espaços antes considerados inalcançáveis para mulheres como ela.

Para ela, a essência do empreendedorismo está na capacidade de transformar realidades, tanto empresariais quanto sociais. “Empreender não é apenas sobre construir um negócio. É sobre criar oportunidades, desafiar padrões e mostrar que é possível ir além. Não é fácil, mas cada desafio enfrentado se torna um degrau para um futuro ainda mais promissor. Nós somos a nossa melhor aposta quando escolhermos assumir a vida sem fugir de viver dentro da nossa própria pele. Exatamente como somos. Com nossas falhas e conquistas.”



FORÇA, VIRILIDADE E MASCULINIDADE - A ASSINATURA DA DRA. LAÍS NA HARMONIZAÇÃO MASCULINA

Por: Elaine Julião

Numa era em que a estética masculina ainda carrega resquícios de preconceito e desinformação, a Dra. Laís Leal vem quebrando barreiras com um posicionamento claro, corajoso e transformador: homem também se cuida — e pode fazer isso com força, virilidade e identidade preservadas.

Especialista em harmonização facial masculina, Laís tornou-se referência nacional ao construir um trabalho pautado na naturalidade e no respeito às características

únicas de cada rosto. “Não se trata de transformar, mas de realçar a força masculina que já existe em cada paciente”, explica.

Vinda de uma família simples do interior de São Paulo, Laís começou sua jornada profissional aos 14 anos como secretária em um consultório odontológico. Foi ali que nasceu sua paixão pelo mundo do cuidado. Sem condições financeiras para arcar com uma universidade particular, trabalhou, pagou cursinho, insistiu e conquistou uma vaga

na renomada UNESP. ***“Persistência sempre me fez chegar aonde estou hoje”***, afirma.

Durante a faculdade, mergulhou na anatomia facial com uma dedicação incomum. Sua paixão pela estrutura do rosto humano a levou a desviar do caminho tradicional da odontologia e focar exclusivamente na construção de faces — ***um movimento ousado que a colocaria, anos depois, como uma das maiores referências em harmonização masculina no Brasil***.

Mas empreender nunca foi simples — e para a Dra. Laís, foi um ato de fé e coragem. Ela se mudou para o Rio de Janeiro, com uma mala cheia de sonhos e nenhuma rede de apoio. Foi na cidade maravilhosa que sua filha nasceu, e onde ela também renasceu como empreendedora.

Sem conhecer ninguém, começou do zero, num trabalho silencioso e persistente, de formiguinha. Durante a pandemia, quando os atendimentos precisaram ser interrompidos, Laís não se permitiu parar. Criou uma forma criativa de se conectar com as pessoas: passou a vender iogurtes artesanais no próprio condomínio. Escrevia cartilhas à mão, explicando que era cirurgiã-dentista, mas que naquele momento estava sem atender. Deixava os bilhetes nas portas, junto com seu número de telefone.

Aos poucos, os pedidos começaram a chegar — e o que era um gesto de sobrevivência se transformou numa ponte de confiança. Muitos daqueles vizinhos, tocados por sua iniciativa, se tornaram pacientes fiéis.

“Empreender é ter fé. Eu colocava o pé, e Deus colocava o chão”, resume, com a serenidade de quem sabe que o impossível é só o começo.

Em 2021, ela tomou uma decisão estratégica e ousada: nichar-se exclusivamente na harmonização masculina. Apesar das críticas iniciais, o tempo provou seu acerto. Hoje, é convidada para palestras, cursos e formações, sendo reconhecida como autoridade no assunto.

“O que parecia loucura aos olhos dos outros, para mim era posicionamento, a minha bandeira é essa: provar que é possível sim ser mais masculino com harmonização. É sobre virilidade, não sobre afetação. É sobre força, não sobre exagero”, explica.

Essa clareza de propósito trouxe não só resultados estéticos, mas reconhecimento e respeito. Laís passou de “desconhecida no Rio” a uma das profissionais mais requisitadas do país. O diferencial da Dra. Laís está no seu foco

na naturalidade. Sua proposta é clara: valorizar a masculinidade sem exageros. ***“Eu acredito que a harmonização pode entregar mais força, virilidade e autoconfiança ao homem, sem perder sua essência. Isso muda a vida deles”***, afirma. E ela fala com propriedade. Seus resultados são tão expressivos que atraem empresários, políticos e homens que buscam mais do que estética: procuram transformação.

Seu olhar clínico e sensível, somado a um profundo conhecimento anatômico, faz com que seu trabalho vá muito além da estética.

“Homens chegam aqui querendo apenas melhorar um ponto específico. Saem mais confiantes, começam a treinar, a se cuidar melhor, a se valorizar. A harmonização é só o começo de uma jornada de autoconfiança”, afirma.

Seus resultados estéticos impressionam, mas é sua missão que inspira: fazer da estética uma ferramenta de transformação, sem romper com a masculinidade — ao contrário, fortalecendo-a, seu propósito vai além da estética — é transformar vidas com dignidade e acesso.

Hoje, à frente do Instituto 3L, ela quer criar um atendimento global para seus pacientes, com serviços integrados de estética, saúde e bem-estar. E ela não para por aí. Com o projeto social “Crescer em Luz”, Laís quer retribuir tudo o que recebeu, oferecendo aulas de esportes, jiu-jitsu e música para crianças carentes do Rio de Janeiro.

“Acredito que quando muito nos é dado, muito também nos é cobrado — por isso, meu maior projeto é devolver ao mundo tudo o que recebi, levando luz, oportunidade e dignidade para quem mais precisa.”

Para quem está começando, ela deixa um conselho valioso:

“Tenha um propósito. Porque a motivação oscila, mas o propósito te mantém firme. E lembre-se: ninguém evolui na zona de conforto.”

Siga a Dra. Laís no Instagram (@dra.laisleal) e conheça a nova face da estética masculina no Brasil.

Site: <https://dralaisleal.com.br/>

O LUXO REDEFINIDO: A TRAJETÓRIA DE RAFAEL NASSIB E JULIANA PERRONI NA EVOLUÇÃO DOS EVENTOS EXCLUSIVOS

Por Elaine Julião

O mundo dos eventos de luxo ganhou um novo protagonismo com a visão inovadora de Rafael Nassib e sua esposa Juliana Perroni.

À frente de projetos como a marca de moda Seven Denim, o evento premium Blossom Market Day e sua atuação como Diretor Comercial da ONG Florescer, Rafael construiu uma trajetória baseada na união entre moda, experiência e impacto social.

Juliana, sua parceira nos negócios e na vida, é uma peça-chave nessa jornada, trazendo sua expertise em curadoria e marketing para transformar cada evento em uma experiência única. Juntos, o casal vem revolucionando a forma como grandes marcas e consumidores interagem, elevando o conceito de eventos premium no Brasil.

UMA HISTÓRIA DE EMPREENDEDORISMO E VISÃO ESTRATÉGICA

Desde a infância, Rafael Nassib esteve imerso no universo do comércio. Seus pais atuavam no setor da moda feminina, com lojas de atacado e fabricação própria no Rio de Janeiro,

o que lhe proporcionou um contato próximo com o mundo dos negócios desde cedo.

Apesar de ter se formado em Ciência da Computação pela UERJ, o chamado para o empreendedorismo sempre falou mais alto. Aos 27 anos, Rafael abriu sua primeira loja de atacado no Brás, em São Paulo, e, com o tempo, consolidou a Seven Denim, uma marca de jeans voltada exclusivamente para lojistas. Sua abordagem inovadora na gestão, baseada em meritocracia e desenvolvimento de equipe, permitiu que o negócio prosperasse e operasse de forma autônoma, permitindo que ele expandisse sua atuação para novos projetos.

Foi nesse período que Rafael conheceu sua esposa, Juliana Perroni, que compartilha sua paixão por moda e experiências únicas. Juntos, eles identificaram uma oportunidade no mercado de eventos e decidiram criar algo que fosse além das tradicionais feiras e bazares.

Assim nasceu o Blossom Market Day: um evento que une curadoria de marcas renomadas, experiência de compra diferenciada e um ambiente de networking exclusivo para um público seleto.

Diferente dos bazares convencionais, o Blossom Market Day se posiciona como um espaço de ex-

periências premium. A cada edição, grandes marcas – como BMW, Grand Cru e Carina Duek – se unem a empreendedores emergentes, criando um mix exclusivo de moda, joias, estética e lifestyle.

“Nosso objetivo sempre foi criar um ambiente aonde a experiência vem antes da compra. Queremos que as pessoas sejam impactadas pelo atendimento diferenciado, pelos detalhes cuidadosamente planejados e pelas ativações que fazem com que a venda aconteça de forma natural”, explica Rafael.

Juliana desempenha um papel fundamental nesse processo, sendo responsável pela curadoria de marcas e conteúdos do evento. Além das ativações, o Blossom Market Day conta com palestras e talks sobre temas relevantes como bem-estar, comportamento e tendências do mercado de luxo.

O casal percebeu que a curadoria era um fator essencial para o sucesso do evento. “Não queríamos que fosse



apenas um espaço de vendas, mas sim um ambiente que reunisse marcas estratégicas e um público qualificado, criando oportunidades genuínas de conexão e negócios”, complementa Juliana.

APRENDIZADOS E EVOLUÇÃO DO EVENTO

Ao longo das edições, Rafael e Juliana foram aprimorando o formato do Blossom Market Day. Um dos principais aprendizados foi compreender o comportamento do público-alvo:

“No início, realizávamos as edições aos finais de semana, mas percebemos que nosso público, composto por empresários e influenciadores, muitas vezes não estava em São

Paulo nesse período. Por isso, ajustamos para dias úteis, garantindo maior adesão e melhor aproveitamento da experiência”, conta Rafael.

Outra mudança estratégica foi o aprimoramento da curadoria. Em vez de permitir muitas marcas do mesmo segmento, o evento passou a equilibrar a presença de grandes players e marcas autorais, garantindo exclusividade e evitando concorrência interna.

Além disso, Juliana liderou a transição do Blossom Talks para um evento independente. Com uma abordagem mais abrangente, os encontros passaram a discutir temas como inteligência artificial, comportamento do consumidor e tendências do varejo global, atraindo executivos de grandes empresas como Google e Arezzo.

Com o sucesso do Blossom Market Day, Rafael e Juliana ampliaram a atuação da Nasser Holding, empresa responsável pelo evento. Agora, o projeto se desdobra em novos formatos, incluindo eventos menores e personalizados, como:

- Desfiles de moda de luxo, unindo grandes marcas a experiências exclusivas.
- Eventos gastronômicos refinados, com harmonizações sofisticadas de vinhos, caviar, whisky e charutos.
- Encontros em locais inusitados, como iates, rooftops e bares secretos.

“O Blossom virou um hub para novas experiências. Muitas marcas que participam do evento passaram a nos procurar para criar ações exclusivas, voltadas para um público seleta”, destaca Rafael.

O FUTURO DOS EVENTOS DE LUXO NO BRASIL

Para Rafael e Juliana, o mercado de eventos de luxo ainda tem muito a crescer no Brasil. “O consumidor moderno não quer apenas um produto, ele quer uma história, uma experiência. As marcas que entenderem isso vão se destacar cada vez mais”, afirma Rafael.

Com uma visão estratégica e um olhar atento às tendências globais, o casal segue inovando, elevando o nível dos eventos de luxo no país e criando oportunidades únicas para marcas e consumidores. O Blossom Market Day se firma não apenas como um evento exclusivo, mas como um movimento que redefine o conceito de compras e experiências premium no Brasil.

DO ALTO DESEMPENHO NAS ÁGUAS À EXCELENÇA DA MENTE ESTRATÉGICA POR TRÁS DE GRANDES NEGÓCIOS

Por trás de um terno alinhado e de uma inteligência jurídica refinada, há um homem que pulsa vida, que carrega no peito a disciplina de um atleta e no olhar o brilho de quem vê no mar um espelho de sua própria jornada.

Demes Brito é mais que um advogado – é um estrategista, um empreendedor nato, um ex-atleta de alta performance, um apaixonado pela natureza e, acima de tudo, um homem que vive com intensidade cada desafio.

Ainda menino, já era forjado na disciplina esportiva. Atleta de natação em alto rendimento, chegou a competir pelo Corinthians, mas viu sua trajetória nas raias interrompida precocemente. O motivo? Uma mudança de técnico – e não, ele não desistiu, apenas trocou o caminho. O esporte nunca saiu dele.

Ao longo dos anos, passou a se dedicar intensamente aos esportes de prancha, como o skate, o wakeboard, o kitesurf e, mais recentemente, o desafiador wing foil – modalidade em que surfa sobre uma prancha alada,



segurando uma vela com as mãos. Ainda é divemaster, mergulhador experiente, com dezenas de experiências pelo mundo, incluindo a piscina mais profunda de Dubai.

Esse amor pelo esporte transcende o lazer. “O esporte me ensinou tudo: resiliência, controle emocional, foco e capacidade de lidar com frustrações e retornos. Cada lesão foi um ensinamento. Cada retorno, uma vitória silenciosa”, conta.

Demes é advogado tributarista, com trajetória sólida e diferenciada. Foi conselheiro do CARF (Câmara Superior de Recursos Fiscais), órgão ligado ao Ministério da Fazenda, e hoje é conselheiro julgador do Conselho Municipal de Tributos de São Paulo, além de membro da Comissão Especial de Direito Tributário da OAB.

Com mestrado em Direito Internacional e formação em contabilidade, sua atuação vai além da teoria: ele

pensa como empresário, age como estrategista. Estruturou empresas com passivos acima dos R\$ 500 milhões, criando soluções que evitaram falências, garantiram alívio fiscal e, principalmente, preservaram empregos e sonhos.

Ele não litiga — ele pensa, estrutura, resolve. Seus clientes, muitas vezes, só o descobrem quando todas as outras saídas se esgotaram. E aí ele aparece como a última carta — que vira o jogo.

MAIS QUE ADVOGADO: UM EMPREENDEDOR MULTIFACETADO

Demes comanda seu próprio escritório, referência em reestruturação fiscal e planejamento tributário para grandes negócios. Mas seu olhar empreendedor o levou além da advocacia.

É sócio de projetos de incorporação imobiliária no Nordeste, onde une a paixão pelo mar ao tino para os negócios. Também está desenvolvendo uma linha de suplementos naturais voltados à saúde e performance, com fórmulas exclusivas que unem ciência, bem-estar e longevidade.

E sonha alto. Planeja cruzar os quatro continentes em um veleiro, sozinho, sem descer à terra firme. Um desafio que traduz seu espírito indomável. “É mais que uma viagem. É sobre ressignificar. É você com você mesmo. Até onde a sua mente vai”

Demes também é mentor — mas não no modelo “coach de palco”. Seu impacto é real, cotidiano, informal. Já inspirou amigos a emagrecerem mais de 80kg, motivou jovens a trocarem o concurso público pelo mundo corporativo e guia, discretamente, novas gerações com exemplos de ética, disciplina e paixão pelo que se faz.

“Se não tiver amor pelo que faz, não há energia que sustente o caminho. Não é sobre ganhar dinheiro. É sobre deixar legado”, diz.

Foi eleito por duas vezes um dos advogados mais admirados do Brasil pela Análise da Advocacia e reconhecido como Comendador pela sua contribuição à sociedade civil. Esses títulos, no entanto, não fazem seus olhos brilharem tanto quanto o sorriso de seus clientes quando uma empresa é salva, ou a serenidade que encontra ao entrar no mar com sua prancha.

Casado, apaixonado por sua família e pela natureza, Demes leva uma vida comedida, sem álcool, carne ou excessos. Treina todos os dias, acorda antes do sol e vê na rotina saudável uma extensão de sua performance profissional. Ama cachorros, gatos, o silêncio do fundo do mar e o som do vento contra a vela.

**AMA A VIDA.
VIVE COM PROPÓSITO.
VIVE PARA DEIXAR UMA MARCA.**

“Empreender não é glamour. É resiliência, estudo, adaptação. Não adianta só fazer o que ama. Tudo dá trabalho. O segredo está em entender profundamente o que você faz, colocar amor nisso e evoluir todos os dias. Se não tiver paixão verdadeira, não vai ter força para sustentar o caminho.”

Se essa história inspira, é porque ela é real. Um homem que poderia ser apenas mais um nome de sucesso no Direito, mas escolheu ser um legado vivo, que une performance, estratégia e humanidade. Um atleta da mente e do coração, que não se contenta em passar pela vida — ele atravessa oceanos com a certeza de que vale a pena viver intensamente cada onda, cada obstáculo e cada conquista.



CONHEÇA AS DO GRUPO

Empreenda
Alphaville



Empreenda
Revista



PUBLICAÇÕES

empreenda®



Empreenda
Portugal 🇵🇹



Empreenda
Esporte 🇧🇷

✉ comercial@empreendarevista.com.br

🌐 www.empreendarevista.com.br

Conheça a **Formação Empreendedora**

Treinamento completo e prático
para quem quer crescer de forma
sólida, *estratégica e rápida.*

Faça sua pré-inscrição >

empreenda[®]



*O que você vai aprender na
Formação Empreendedora?*

Como construir uma marca **forte e autêntica**
(que se destaca no mercado)

Como criar **ofertas irresistíveis** e
vender com consistência

Como construir uma marca **forte e autêntica**
(que se destaca no mercado)

Estratégias de **marketing modernas** e
que geram **resultados reais**

Como atrair e converter **clientes de alto valor**

Como **automatizar processos** e escalar
o seu negócio com **mais eficiência**

Como desenvolver a mentalidade de **fundador de sucesso**
resiliente, estratégico e visionário