



REVISTA

CONECTA

MAIO/2024 - 9ª EDIÇÃO

DEBORA DUTRA

DIRETORA DE MARKETING DA VITAFOR

**INOVAÇÃO E ENERGIA: OS SUPLEMENTOS
QUE CONSOLIDARAM A VITAFOR COMO
REFERÊNCIA NA INDÚSTRIA!**



EDITORIAL

A inclusão é um elemento vital para assegurar os direitos fundamentais de todos os indivíduos em uma sociedade. Quando nos comprometemos com a inclusão, estamos reconhecendo a dignidade inerente a cada ser humano, independentemente de sua origem, identidade, habilidades ou características pessoais.

Nesta nona edição da Revista da Revista trouxemos conteúdos importantes que nos faz refletir sobre o tema, como a Fundação da Vitafor, empresa líder no segmento de suplemento, idealizada para desenvolver produtos de qualidade e acessíveis à população, garantindo aos consumidores, além de qualidade, a possibilidade de uma vida mais saudável, em um período em que a importação desses produtos liderava o mercado nacional.

Conheça também a Marketing em Si, uma empresa que vem inovando no setor por meio de ações personalizadas desenvolvidas para que os negócios de pequeno e médio porte possam competir de forma mais justa em um mercado altamente competitivo. Confira ainda o tocante artigo de Juliana Garcia "Invisíveis, silenciosas, dolorosas e fatais", texto sobre as doenças invisíveis e sua proposta de inclusão. Nele, Juliana aborda com sensibilidade a realidade das pessoas que enfrentam doenças muitas vezes mal compreendidas e negligenciadas pela sociedade. Um verdadeiro chamado à empatia e à conscientização, destacando a importância de criar ambientes mais inclusivos e acolhedores para todos.

Boa Leitura!

por Maiza Silva

Editora Executiva da Rede Conexão Mulher

Jornalista e Especialista em Diversidade e Inclusão



ÍNDICE

Kátia Cotini	04
Hugo Gonçalves	08
Natália Mondelli	11
Roberta Melo	12
Maiza Silva	15
Debora Dutra	16
Marília Amaro	21
Sara Carvalho	22
Márcia Kosanovic	24
Gislaine Balzano	26
Juliana Lourenço	27
Juliana Garcia	30
Izabel Cal	32
Sofia Costa	34
Alexia Waagmeester	37
Emmanuela Hatt	38
Maruja	40
Elaine Maraschin	41
Prêmio Conecta	44

A woman with long dark hair, wearing a bright pink halter-neck top and a black skirt, is sitting in a brown leather office chair. She is smiling and looking towards the camera. She is positioned in front of a light-colored wooden desk. On the desk, there is a framed portrait of her, a stack of papers, and a pen. The background shows a wall with greenery.

KÁTIA COTINI

Uma Jornada de Empreendedorismo e
Empoderamento na Moda Infantil

Formada em Direito e pós-graduada em Gestão de Pessoas, Kátia Cotini iniciou sua carreira profissional aos 21 anos, quando se mudou do interior de São Paulo para a capital do estado. De lá para cá, por meio de uma visão global e sede de conhecimento, viveu, estudou e trabalhou em diversos países, incluindo França, Espanha, Suíça, Portugal e Inglaterra.

Embora sua experiência internacional e habilidades de gestão a tenham levado a ocupar cargos executivos em grandes empresas multinacionais, como Portugal Telecom, Telefônica, Avon, Johnson & Johnson e Adecco, sua paixão pela moda, sempre presente em sua vida, falou mais alto, fazendo com que ela se aperfeiçoasse no mercado por meio de especializações no renomado Instituto Marangoni em Paris. Em constante luta contra o preconceito, a desigualdade social e a violência contra as mulheres, entre os vários prêmios e troféus que já recebeu ao longo de toda a sua trajetória estão os de Mulherão Poderosa, Mulherão Fashion e Mega Impacto na Empresa Avon Cosméticos, por dois anos consecutivos. À Revista Conecta, Kátia Cotini revelou como idealizou a Mini Me Fashion e posicionou a marca no cenário global da moda infantil.

RC: O que te motivou a entrar no mundo da moda infantil e fundar a Mini Me Fashion?

KC: Minha entrada no mundo da moda infantil foi motivada por uma lacuna que percebi no mercado. Como uma mulher apaixonada pelo mundo da moda e com uma carreira sólida em grandes empresas, percebi a escassez de peças sofisticadas e personalizadas para crianças. Decidi então unir minha paixão pela moda com minha experiência profissional e criar a Mini Me Fashion, uma marca que reflete a personalidade e o estilo tanto dos pais quanto dos filhos.

RC: Você possui uma vasta experiência no mundo corporativo, conquistada antes de iniciar sua própria empresa.



Como essa experiência influenciou sua abordagem empreendedora e sua visão para idealizar a Mini Me Fashion?

KC: Aprendi muito sobre gestão, estratégia, e principalmente, sobre a importância de colocar o cliente no centro do negócio. Aprendizados que foram de extrema importância para que eu pudesse moldar a minha marca empreendedora e desenvolver a Mini Me Fashion focada em oferecer produtos e serviços de alta qualidade, personalizados e voltados para as necessidades do cliente.

RC: Como já mencionado, a Mini Me Fashion surgiu ante uma lacuna de mercado, como você conectou essa necessidade com os valores da sua marca?

KC: Na Mini Me Fashion, acreditamos que cada criança é única e merece se expressar através da moda de maneira autêntica, por isso, valorizamos a exclusividade, o atendimento direcionado e a sofisticação em cada detalhe de nossos produtos.



RC: Em menos de uma década de operações a Mini Me Fashion já expandiu internacionalmente. Como foi esse processo de crescimento da marca desde a fundação em 2016?

KC: Foi um processo desafiador, porém muito gratificante. Comecei a empresa do zero, praticamente sozinha, mas com o tempo e o apoio de colaboradores e parceiros, conseguimos posicionar a marca no mercado nacional e internacional em menos de dois anos. Através de parcerias estratégicas, uma forte presença digital e um foco contínuo na qualidade e personalização de nossos produtos, conseguimos expandir para países como Dubai, Portugal, Holanda, EUA, Japão e Inglaterra.

RC: Além de seu trabalho com a marca, sabemos que você também está envolvida em projetos sociais. Poderia nos contar um pouco mais sobre esse lado de sua atuação?

KC: Sempre acreditei na importância de retribuir à comunidade e contribuir para um mundo mais justo e inclusivo. Por isso, sou voluntária em projetos sociais como a Cruz Vermelha

e o Hospital das Clínicas de São Paulo, além de ser madrinha de um projeto em um Centro de Atendimento a Crianças e Adolescentes com Síndrome de Down em Jundiaí. Acredito que é nosso dever usar nossa posição e recursos para fazer a diferença na vida das pessoas.

RC: O que você diria para aqueles que, inspirados em você, desejam empreender no universo da moda infantil?

KC: A minha dica é: seja autêntico, mantenha o foco na qualidade e na personalização, e nunca subestime o poder da paixão e da perseverança. O mercado pode ser desafiador, mas com dedicação e criatividade, é possível criar algo verdadeiramente especial.

E lembre-se sempre de valorizar cada cliente e cada criança, afinal, são eles que tornam nosso trabalho tão gratificante. Atualmente, a Mini Me Fashion, com sede em Lisboa, atende às demandas da Europa conectando-se diretamente aos mercados europeus, proporcionando uma entrega rápida e eficiente de seus produtos. Já a confecção no Brasil não apenas garante uma comunicação fluida entre os dois países, mas também uma compreensão profunda das necessidades de ambas as regiões, sendo um elo fundamental na cadeia de produção e distribuição de seus produtos.

Para conhecer a Mini Me Fashion entre em contato pelos canais oficiais da empresa: Instagram e WhatsApp (+55 11 97337-0401).





CONECTA SUMMIT

**O MAIOR EVENTO DE
EMPREENDEDORISMO FEMININO
DA EUROPA**

23
NOV
2024

Já compraste o teu ingresso?
www.conectasummit.com


LISBOA

TURISMO DE
PORTUGAL 


FLORA
tour



HUGO GONÇALVES

“PODEMOS NIVELAR O CAMPO DE JOGO”

Hugo Gonçalves Revela os Segredos do Sucesso da Marketing em Si

Idealizada para democratizar o acesso a estratégias de marketing de alta qualidade, a Marketing em Si chegou ao mercado em 2021 e desde então, sob o comando do especialista em Marketing Estratégico Hugo Gonçalves, fornece serviços de marketing de elite a empresas de pequeno e médio porte que, mesmo sem recursos para competir com grandes organizações, vem prosperando em meio a um cenário altamente competitivo.

Para falar sobre o desenvolvimento e atuação da Marketing em Si, empresa com sede em Portugal e que com apenas 3 anos de operação já conta projetos realizados em mercados como o Brasil, a Espanha e os Estados Unidos e Moçambique, a Revista Conecta conversou com Hugo Gonçalves, CEO da empresa.

RC: O que é a Marketing em Si?

HG: A Marketing em Si não é uma agência de marketing. Funcionamos como um departamento de marketing externo, capaz de desenvolver estratégias com a mesma dedicação e integração de uma equipe interna para empresas que não possuem uma estrutura própria.

RC: A maioria das empresas, quando não possuem um departamento de marketing, recorrem às agências tradicionais para construir uma estratégia de mercado. Qual foi a sua grande sacada para inovar no segmento?

HG: Ao longo de mais de dez anos de mercado, conseguimos identificar uma lacuna significativa, fosse por limitação de recursos ou estrutura, a partir dessa constatação, focamos em compreender profundamente as necessidades, desafios e objetivos destas organizações, desenvolvendo portanto soluções de marketing personalizadas, eficazes e acessíveis, capazes de impulsionar o crescimento dessas



empresas, sem a necessidade de investimentos pesados em equipas internas.

RC: Para construir a Marketing em Si foi necessária uma combinação de abordagens estratégicas, como foi esse processo de desenvolvimento da empresa?

HG: De início, nos baseamos em uma abordagem metódica e analítica para compreender de fato o contexto no qual operamos, identificando tanto as oportunidades como os desafios presentes no mercado. Só após analisar a atratividade da indústria e o poder negocial de fornecedores e clientes, identificando as dinâmicas competitivas do mercado e as barreiras à entrada, é que recorremos ao benchmarking para comparar as nossas práticas e resultados com os dos principais players do mercado. Foi essa base sólida para tomar decisões informadas e desenvolver uma estratégia que nos diferencia e nos permite responder eficazmente às necessidades do mercado.



RC: Sabemos que uma boa estratégia de marketing demanda, além de tecnologia, profissionais de diversos segmentos para obter resultados. Como a Marketing em Si tem realizado esta gestão?

HG: Contamos com a contribuição de parceiros estratégicos externos, altamente experientes nas áreas de marketing, marketing digital, comunicação, web designers e designers gráficos, para moldar o projeto no seu formato atual. Além disso, um marco decisivo na evolução da empresa foi a chegada de Daniela Rebelo, cuja "frescura" e capacidade de organização marcaram um "antes e depois" na história da empresa.

RC: Embora o conceito de marketing especializado em sua raiz não seja algo novo, você utilizou dessa máxima para empreender em um novo segmento de mercado, como tem sido essa experiência?

HG: Há um enorme orgulho e satisfação da nossa parte em fazer parte deste movimento emergente, uma vez que acreditamos estar a contribuir para a criação de uma nova categoria.

Estamos apenas no início desta jornada, mas o potencial para moldar e influenciar o futuro das estratégias de marketing é vasto e motivador.

RC: Qual foi sua maior motivação para fundar a Marketing em Si?

HG: Nossa motivação principal foi democratizar o acesso às estratégias de marketing de alta qualidade para qualquer empresa que atue no segmento B2B. Queremos garantir que todas as empresas, independentemente do seu tamanho ou recursos, possam beneficiar das melhores práticas de marketing, implementadas por uma equipa de topo e apoiadas pelas tecnologias mais avançadas. Acreditamos que ao fornecer acesso a estratégias de marketing de elite, equipas especializadas e ferramentas tecnológicas de ponta, podemos nivelar o campo de jogo, permitindo que empresas com clientes empresariais cresçam e prosperem num mercado competitivo.

RC: A Marketing em Si já opera na Espanha, no Brasil e nos Estados Unidos, por que focar na internacionalização da empresa?

HG: Estamos especialmente focados em trabalhar com mercados que falam Português, Espanhol e Inglês, garantindo uma comunicação eficaz e um entendimento profundo das necessidades específicas de cada região. Acreditamos que ao nos especializarmos nestes idiomas, podemos oferecer um serviço mais personalizado e eficiente, estabelecendo relações sólidas com os clientes e alcançando resultados excepcionais em diversos contextos culturais e empresariais.

Para conhecer a Marketing em Si acesse <https://marketingemsi.eu/>

A IMPORTÂNCIA DA CAPACITAÇÃO EMPREENDEDORA NA INTERNACIONALIZAÇÃO DE MERCADOS

POR NATÁLIA MONDELLI 



No mundo dos negócios globalizado de hoje, a internacionalização de mercados é uma estratégia vital para o crescimento e a sustentabilidade das empresas. No entanto, entrar em novos mercados internacionais apresenta desafios únicos que requerem habilidades empreendedoras específicas para superá-los com sucesso. Neste artigo, exploraremos a importância da capacitação empreendedora na internacionalização de mercados, destacando argumentos sólidos que evidenciam sua relevância.

Desenvolvimento de competências chave

A internacionalização de mercados exige uma série de competências chave, desde a compreensão das nuances culturais até a habilidade de identificar oportunidades de negócios em diferentes contextos. A capacitação empreendedora proporciona aos empresários as ferramentas necessárias para desenvolver essas competências de forma eficaz. Programas de treinamento especializados abordam temas como marketing internacional, estratégias de entrada em novos mercados, gestão de riscos e conformidade regulatória, preparando

os empreendedores para os desafios que enfrentarão durante o processo de internacionalização.

Redução de riscos e maximização de oportunidades

A falta de conhecimento sobre os mercados estrangeiros pode levar a decisões equivocadas que resultam em perdas financeiras e danos à reputação da empresa. Através da capacitação empreendedora, os empresários podem adquirir uma compreensão mais profunda dos mercados-alvo, identificar tendências emergentes e antecipar possíveis obstáculos, reduzindo assim os riscos associados à internacionalização. Além disso, a capacitação proporciona às empresas a capacidade de aproveitar ao máximo as oportunidades de crescimento que os mercados internacionais oferecem.

B-Long Business School

Nesse contexto, a B-Long Business School se destaca como uma instituição de ensino comprometida em capacitar empreendedores brasileiros para expandir seus negócios além das fronteiras nacionais.

Com uma abordagem prática e eficiente, a escola oferece programas de capacitação empreendedora que equipam os empresários com as habilidades e conhecimentos necessários para internacionalizar com sucesso seus negócios. Através de currículos atualizados, professores experientes e uma rede de contatos global, a B-Long Business School prepara seus alunos para enfrentar os desafios da internacionalização de mercados de forma confiante e competente.

Para mais informações, visite o site da B-Long Business School em www.b-long.ch e siga-nos no Instagram em [@b_longschool](https://www.instagram.com/b_longschool).

Prepare-se para transformar sua visão em realidade!



ROBERTA MELO

“PODEMOS NIVELAR O CAMPO DE JOGO”

Liderança feminina que vem transformando o papel da mulher no agronegócio brasileiro

Fundamental para a manutenção da economia brasileira, o agronegócio é um dos principais motores do crescimento e desenvolvimento do país, sendo responsável por uma parcela significativa do PIB nacional. Crucial na geração de empregos, na segurança alimentar e na contribuição para a balança comercial, o setor, considerado altamente masculino, tem se mostrado importante também para questões relacionadas à igualdade de gênero. Relevância que pode ser percebida pela atuação da empresária Roberta Melo, reconhecida no setor como a “Marquesa do Agro Brasileiro”, título que recebeu por sua importante atuação como liderança feminina no Brasil ao promover capacitação e networking entre mulheres com objetivo de fortalecer negócios e ampliar oportunidades. “A valorização do empreendedorismo rural feminino é essencial para impulsionar o desenvolvimento econômico e social das comunidades rurais”, destaca a empresária ao falar sobre o trabalho de fomento ao empreendedorismo rural que vem provendo, ao incentivar a presença de mulheres em feiras, eventos e redes de negócios. “Com apoio adequado e oportunidades iguais, as mulheres continuarão a contribuir significativamente para a transformação positiva do setor agrícola e do empreendedorismo rural como um todo”.

O caminho para a valorização embora avanços significativos tenham ocorrido nos últimos anos, promover a valorização completa da presença feminina no agronegócio brasileiro é um processo contínuo que requer ações e medidas específicas através de políticas e programas específicos, como linhas de crédito acessíveis e capacitação em gestão empreendedora. Para a empresária, uma das primeiras etapas para promover tal valorização é garantir acesso igualitário às oportunidades no setor, eliminando barreiras e preconceitos que possam impedir as mulheres de ingressar no campo ou ocupar posições de liderança. “As contribuições e conquistas femininas precisam ser enfatizadas, tanto a nível local quanto nacional por meio



de premiações, eventos e programas de reconhecimento que evidenciem a importância do papel da mulher no desenvolvimento sustentável do setor”, ressalta Roberta. “Investimentos em capacitação e educação para as mulheres rurais, como treinamentos, cursos e workshops que as ajudem a desenvolver habilidades técnicas e de gestão para ter sucesso no campo, bem como a promoção da educação agrícola também é fundamental para atuação feminina no setor”.

Além de fortalecer a igualdade de gênero e impulsionar o desenvolvimento sustentável do meio rural, outro destaque importante sobre o trabalho que Roberta vem promovendo é o modelo de gerir seus negócios, sempre valorizando a produção sustentável por meio de práticas agroecológicas que conservem o meio ambiente e que respeitem os princípios da responsabilidade social por meio de empreendimentos comprometidos com a diversificação da economia rural e construção de cadeias produtivas mais justas e equilibradas.



EDITORA



CONECTA

ESPECIALISTAS NO UNIVERSO FEMININO

✓ Plantar uma árvore

✓ Ter um filho

Escrever um Livro

É hora de publicar seu livro!!!

www.redeconexaomulher.com

RACISMO AMBIENTAL

POR MAÍZA SILVA 



Nas últimas semanas, testemunhamos uma série de tragédias no Rio Grande do Sul, estado brasileiro com cerca de 11,4 milhões de habitantes. Tragédias, no plural, visto que a devastação causada pelas chuvas na região provocou mais do que a morte de pessoas e animais. A falta de suprimentos, energia elétrica e internet são apenas alguns dos muitos problemas daquele cenário de guerra, onde os abrigos coletivos são verdadeiras trincheiras para os milhares de desabrigados.

Ao mesmo tempo que acompanhamos a solidariedade e resiliência do povo brasileiro, enxergamos também a ausência de políticas ambientais efetivas, a falta de segurança para mulheres e crianças nos abrigos coletivos, o descaso com os animais deixados em meio à enchente por seus criadores, entre tantas outras pautas. A verdade é que no caos, quem sofre mais são as minorias, mesmo quando há quem diga que, numa situação como esta vivida pelos gaúchos, todos sofrem, afinal tragédia não escolhe

raça, gênero ou espécie. A tragédia não, mas seus causadores sim!

O racismo ambiental é mais uma entre as tantas formas de discriminação que atingem pessoas pretas, indígenas e pobres. Recentemente, o termo foi fortemente atacado após Anniele Franco, Ministra da Igualdade Racial, usá-lo durante outra tragédia climática, na ocasião, no Rio de Janeiro, no início do ano (24). Além das favelas, formadas pela falta de acesso à moradia e sem saneamento básico, as comunidades indígenas e quilombolas também são afetadas pelo racismo ambiental. Por estarem localizadas em áreas de grande valor ecológico, como florestas e reservas naturais, possuem profundo conhecimento sobre o sistema ecológico, mas pouca influência sobre as políticas que afetam seus territórios, ficando excluídas do processo de tomada de decisão. Quando falamos em políticas públicas, cobramos do Estado um conjunto de ações e medidas para a promoção do bem-estar social.

Sem meio ambiente não existe sociedade, percebe?!

Por isso, ações que visem diminuir o desmatamento, a poluição dos recursos hídricos e a degradação dos ecossistemas naturais são primordiais, assim como a expansão agrícola e industrial aliada a práticas não sustentáveis precisam ser combatidas, a fim de proteger a biodiversidade e a qualidade de vida das comunidades locais. Quando falamos em racismo, independente da sua forma, abrimos discussão para todas as esferas sociais, visto que a discriminação é mais uma maneira de descaso com todo um povo.

Qualquer impacto ambiental provocado pelo racismo ambiental atinge diretamente a população. A tragédia do Sul do Brasil não massacró apenas aquela região, mas desestabilizou toda uma nação econômica e moralmente. Promover a justiça social de forma integrada e inclusiva é urgente!

IG: @maizasilvas

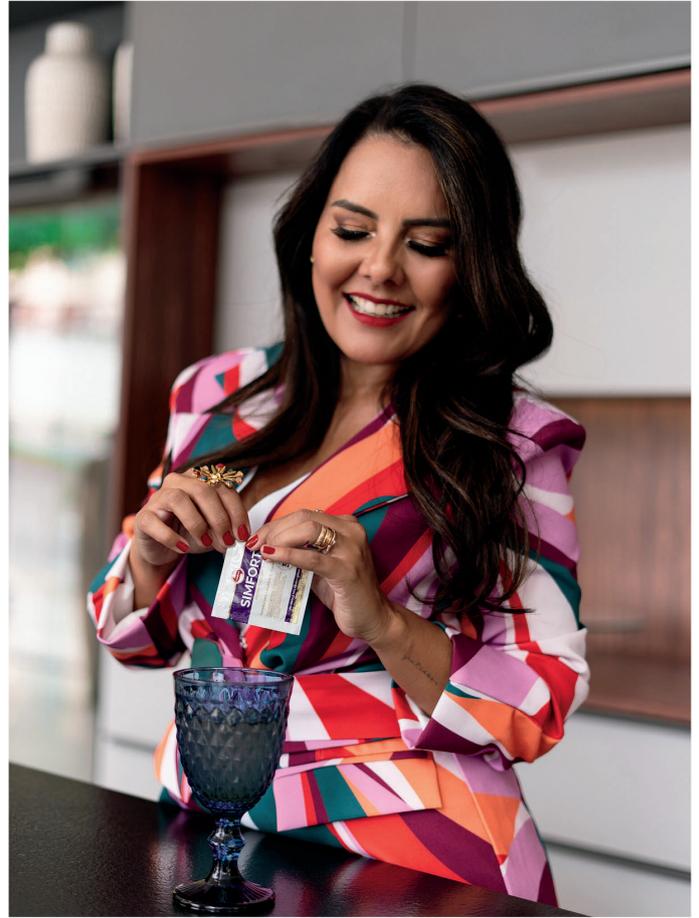


DEBORA DUTRA

Diretora de Marketing da Vitafor

O poder da ação baseado no entusiasmo

Em um mundo onde a inovação é essencial e a resiliência é fundamental, Débora Dutra @deboravitafor se destaca como uma líder inspiradora e proativa. Mãe, esposa e Diretora de Marketing da Vitafor @vitafornutrientes, empresa referência no mercado de suplementos nutricionais de alta qualidade e eficácia para a promoção da saúde, Débora lidera um time de 150 pessoas em uma empresa com 450 funcionários, onde a busca pela excelência é uma constante. Conhecida por sua capacidade de enxergar oportunidades onde os outros veem apenas problemas, Débora deu início a sua jornada profissional com apenas 15 anos de idade ao sair de uma pequena cidade no interior do Mato Grosso rumo a São Paulo. "O que me encorajava era a vontade de criar um futuro melhor, onde eu pudesse ser protagonista da minha própria história", afirma a Diretora de Marketing ao relembrar as dificuldades que enfrentou.



"Passei por diversos momentos difíceis, podia chorar, mas era por um período pequeno, logo erguia a cabeça e ia para a luta novamente".

Biomédica com vasta experiência em atendimento ao paciente, Débora transitou por diversas clínicas em São Paulo, incluindo o renomado Hospital Albert Einstein, experiência que proporcionou a ela uma visão privilegiada do aspecto do cliente/paciente, um conceito que ela mesma utiliza para expressar sua compreensão da perspectiva do outro lado da experiência de saúde.

"A grande sacada não é ver o que os outros não veem, mas pensar o que ninguém pensou sobre algo que todos veem", destaca Débora ao falar sobre a Vitafor, fundada em 2007, a partir de uma necessidade familiar, pelo CEO Nemecio Rogério.





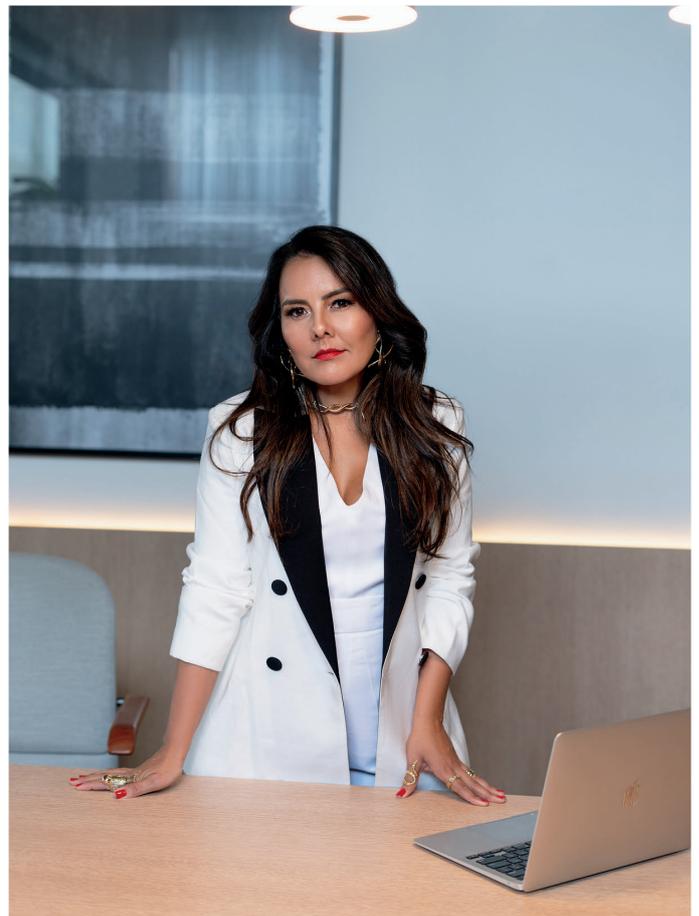
"Meu marido Nemecio Rogério, na época namorado, percebeu que aquela suplementação importada chegava ao Brasil com um alto custo, por isso, começou a estudar e avaliar o mercado de suplementação no Brasil para que houvesse um custo benefício melhor", conta Débora ao enfatizar a origem da empresa que nasceu do desejo de oferecer suplementos nutricionais de alta qualidade a preços acessíveis. "Foi nesse momento que ele decidiu mostrar para o mercado que podia sim ter produtos de muita qualidade e preços acessíveis, fabricados no nosso país".

Com uma estratégia exclusiva, criada com foco no nicho da nutrição, Débora revela que a tática inicial era falar diretamente com profissionais do ramo, o que fez toda diferença na promoção da empresa líder no segmento.

"Na época eu ligava para cada possível cliente e ofertava os nossos produtos, nem sempre era bem ouvida, mas eu precisava fazer. Pegava as 'páginas amarelas' e fazia diversas ligações, sem perder o entusiasmo e com o

incentivo do CEO para nunca desistir", compartilha Débora, destacando a resiliência que a impulsionou com a ajuda do seu marido.

Presente no mercado há quase duas décadas, a Vitafor, além de fenômeno nacional, agora presente na Europa. Segundo a Diretora de Marketing, o sucesso da marca se dá pela experiência proporcionada ao cliente por meio de inovações que a empresa traz para o segmento, criando tendências. "Antigamente se pensava que só produtos importados tinham qualidade, a Vitafor provou para o mercado que os produtos fabricados no Brasil são tão bons que agora estão sendo exportados para a Europa", destaca, Débora. "Tive o privilégio de atuar em alguns departamentos da Vitafor, começando nas vendas. Atuei no comercial, logística, terceirização e, por fim, onde me encontrei e me conectei com a minha essência, o Marketing".



Inovação e Qualidade na Indústria de Suplementos

Nutricionais Empresa Top of Mind há 7 anos, prêmio concedido a marca mais lembrada pelos consumidores em uma determinada categoria de produto ou serviço, a Vitafor conquistou o título a partir de seu compromisso inabalável com a qualidade de vida de seus clientes. Uma jornada marcada pela busca incessante da excelência que transcende fronteiras, alcançando não apenas o território nacional, mas fazendo incursões na Europa, consolidando sua posição como líder do setor e influenciando positivamente a vida de milhões de pessoas em todo o mundo.

“Nos concentramos na parcela da população que precisa de suplemento para ter uma vida com mais saúde”, enfatiza Débora, o objetivo sempre foi desenvolver produtos de qualidade com o objetivo de suprir necessidades ligadas a saúde. “Nossas fórmulas são desen-

volvidas para todas as pessoas que buscam viver bem, desde o idoso que precisa de uma proteína para manutenção da massa muscular, uma pessoa hospitalizada para recuperar a saúde, até uma criança que necessita de maior aporte nutricional para seu crescimento e desenvolvimento.

A Vitafor além de inovar sempre em sua linha de produtos, outro segredo para o sucesso da Vitafor é o controle total sobre o processo de fabricação: “Todos os produtos são fabricados internamente em nossas instalações, desde o laboratório interno (única empresa a ter) até o processo de embalagem”, explica Débora. A Vitafor inovou ao fazer o primeiro pote branco de Whey no mercado de suplemento nutricional. Cada vez reconhecida mais pelos profissionais de saúde, que frequentemente prescrevem seus produtos, sabendo da confiança de seus clientes, a Vitafor também mantém um portal científico, o Vitafor Science, que fornece informações atualizadas e confiáveis sobre os principais avanços nutricionais.

Segundo a diretora de Marketing, passam pelo portal mais de 25 mil profissionais por mês. “Hoje nós estamos em todos os estados do Brasil, em mais de 5 mil pontos de vendas. Alcance que permitiu a Vitafor se consagrar como Top of Mind, sendo a marca mais prescrita, lembrada e consumida desde 2017, mantendo-se no topo por sete anos consecutivos no Brasil, se expandindo para a Europa e se consolidando ainda mais nossa posição no mercado global”.

Fique por dentro do mundo Vitafor, não perca nenhuma informação sobre saúde, nutrição e suplementação: www.vitafor.com.br e [@vitafornutrientes](https://www.instagram.com/vitafornutrientes)

Você que é da Europa e quer conhecer e consumir os produtos: [@vitaforeurope](https://www.instagram.com/vitaforeurope) | www.vitaforeurope.com

Para profissionais da saúde: [@vitaforscience](https://www.instagram.com/vitaforscience) e www.vitaforscience.com.br





LUGAR DE MULHER É

no palco

com **Catarina Coelho**

www.catarinacoelho.com.br

A SUA MARCA GERA DESEJO?

POR MARÍLIA AMARO 



Hoje as redes sociais estão cada vez mais saturadas e competitivas devido a quantidade de marcas chegando, eu não estou dizendo que você precisa estar de fora, mas sim que você precisa se diferenciar.

O branding desempenha um papel fundamental, pois é ele quem dá vida à identidade da marca, comunicando seus valores, personalidade e propósito de forma única e memorável. O branding vai além de um simples logotipo ou slogan.

Durante minha experiência de mais de 9 anos no mundo digital, criei um método com 8 pilares fundamentais com para criação de um branding apaixonante.

O branding é a essência da marca, refletindo não apenas o que ela faz, mas também porque faz e para quem faz, quando bem desenvolvido, ele cria uma conexão emocional com o cliente, gerando confiança, lealdade e preferência pela marca.

É essa conexão que faz com que os clientes sintam um verdadeiro desejo de se envolver com a marca, seja comprando seus produtos, recomendando-a para amigos ou seguindo-a nas redes sociais.

É fácil cair na ilusão de que uma estratégia de marketing digital é suficiente para se destacar. Criar uma presença online e o acesso quase ilimitado a informações podem levar as marcas a acreditar que podem se destacar apenas com uma estratégia de marketing digital. No entanto, a verdade é que o sucesso no mundo digital depende de uma base sólida de branding.

Sua marca precisa de personalidade, precisa ter vida própria. As redes sociais, o marketing de conteúdo e as campanhas online são ferramentas importantes, mas são apenas meios para transmitir a mensagem da marca. Se essa mensagem não for clara, coesa e autêntica, todo o esforço investido no mundo digital pode ser em vão.

É fundamental evitar a armadilha de copiar outras marcas. Cada marca é única, e tentar imitar outra pessoa só levará ao fracasso. Sua comunicação deve ser autêntica e refletir sua essência.

É por isso que uma marca única e autêntica é mais importante do que nunca.

Se sua marca não despertar desejo, você não alcançará os resultados desejados. E lembre-se, marca não se aplica apenas a produtos físicos; você, como mentora, também é uma marca.

Uma estratégia de marketing eficaz só terá sucesso se estiver fundamentada em um branding bem definido.

Marília é Mentora em Marketing Digital para empreendedoras e presta Consultoria em Branding, além de ser diretora de Marketing da Rede Conexão Mulher.

IG: @mkt.marilia



SARA CARVALHO

Conheça a comunidade criada pela
Community Manager especialista em
gerenciamento de eventos.



Desde que a internet deixou de ser uma distração e tornou-se necessidade na vida das pessoas, novas formas de se relacionar foram surgindo e, conseqüentemente, transformou como as empresas lidam com seus clientes.

A variedade de plataformas e as inúmeras possibilidades oferecidas por cada uma delas, abriu espaço para as comunidades, formadas com objetivo de promover interação entre as marcas e os consumidores.

Um cenário em constante transformação, onde se faz necessária a presença de um profissional qualificado, capaz de fortalecer relações e cultivar uma presença on-line atuante: o Community Manager.

Há 3 anos atuando dentro e fora da internet como gestora de comunidades, Sara Carvalho deu início a sua nova carreira em 2020, após ajudar alguns amigos a organizar um evento em Algarve, Portugal, onde foi um verdadeiro sucesso.

"Hoje em dia temos um mundo à nossa espera e só agarramos aquilo que temos! E o que era uma luz, tem-se tornado num clarão. Olhei para minha volta, para aquilo que tinha aprendido e desenvolvido e, com o apoio de amigos, desenvolvi o que é hoje a Let It Shine". Conta Sara.

Licenciada em Engenharia de Produção Biológica (Agro-Alimentar), Sara passou por setores ligados ao campo de produção, compra e venda. Além da expertise em abrir lojas, atuou também no relacionamento com o consumidor final, experiência que deu a ela visão global para idealizar a Let It Shine, empresa que abriu durante a pandemia.

A Let It Shine

Com foco em negócios desenvolvidos por mulheres, Let It Shine é uma comunidade



especializada em eventos. Além de serviços de gestão de comunidades, realizado nas redes sociais e por meio de plataformas de apoio ao cliente, a empresa cuida também da organização de eventos presenciais.

"Tenho a certeza de que o futuro é híbrido. Temos a necessidade de nos conectar diretamente com as pessoas".

O serviço desenvolvido através da Let It Shine é um "Descanso da alma", já que, como Community Manager, ela e sua equipe ficam a cargo de todas as questões pertinentes ao evento.

"Os detalhes são todos gerenciados pela Let It Shine, o cliente concentrando-se em apenas desenvolver e desfrutar do momento".



O DESPERTAR DA MATURIDADE

POR MÁRCIA KOSANOVIC 



Chegar à maturidade é mais do que apenas um processo físico, é uma jornada interior de descoberta e autenticidade.

Ao longo de toda a nossa vida, na cultura em que vivemos, somos confrontadas com as pressões de uma sociedade que muitas vezes nos define apenas pela nossa aparência externa. No entanto, é essencial lembrar que somos muito mais do que as rugas que adornam nossos rostos ou os números na balança.

Durante anos, fomos condicionadas a nos ver através dos olhos críticos de uma sociedade patriarcal e machista. Mas, à medida que abraçamos a maturidade, é hora de desafiar essas normas e reconhecer a potência e plenitude de quem somos. Com toda nossa experiência de vida e sabedoria acumulada, somos capazes de ir muito mais além das expectativas superficiais impostas a nós.

Ao invés de nos limitarmos às preocupações com a nossa aparência física, é fundamental explorarmos também o enorme potencial que temos dentro de nós. Com uma expectativa de vida cada vez mais longa, temos diante de nós uma

grande oportunidade para redescobrir nossas paixões, interesses e desejos mais profundos. Este é o momento de nos perguntarmos: o que queremos fazer com o tempo que ainda temos pela frente?

Muitas vezes, passamos tanto tempo cuidando das necessidades dos outros que esquecemos de olhar para as nossas próprias. Precisamos olhar para dentro, para os nossos desejos e sonhos que continuam a pulsar dentro de nós, que estão mais vivos do que nunca!

Temos que nos dar o luxo de dedicar tempo e energia para nutrir nossas próprias almas, ao invés de vivermos no piloto automático, apenas cumprindo obrigações ou atendendo às expectativas dos outros.

Às vezes, é um evento inesperado que nos acorda para a necessidade de uma mudança. Outras vezes, é um crescente senso de urgência que nos impulsiona a reavaliar nossas prioridades. Seja qual for o motivo que nos levou a esse momento, é preciso ouvir essa voz interior que clama por autenticidade e realização.

Este é o momento de desengavetar os sonhos que adiamos por muito tempo.

Não temos mais que nos contentar com uma vida que não reflete quem realmente somos. Queremos mais do que simplesmente existir, queremos viver com propósito e significado. Queremos abraçar todas as possibilidades que a vida nos oferece, queremos nos expandir!

Que possamos nos comprometer a buscar a nossa felicidade e a plenitude em cada aspecto de nossas vidas.

Que possamos abraçar a maturidade não como um fardo, mas como uma dádiva que nos permite florescer em nossa verdadeira essência.

Este é o despertar da maturidade - um convite para vivermos com paixão, propósito e alegria.

“O segredo da felicidade é a liberdade, o segredo da liberdade é a coragem.” - Carrie Jones

UltraformerIII®

Vamos a melhorar a firmeza e a elasticidade da sua pele




DENISE FERRANDINI
personalisé beauté



D E N I S E
F E R R A N D I N I

H I G H P E R F O R M A N C E
C O S M E T I C S

 @deniseferrandiniclinica
www.deniseferrandiniclinic.com

ESTILO PESSOAL: UMA FERRAMENTA PODEROSA PARA EMPREENDEDORAS

POR GISLAINE BALZANO 



Aprenda: o seu estilo é mais do que roupas - é uma poderosa declaração de quem você é e do que você tem a oferecer ao mundo.

Consistência e Coerência

Consistência no estilo é o segredo da sua marca pessoal. É a base sobre a qual você constrói a confiança e a credibilidade com os seus clientes.

Quando o seu estilo é consistente, cria-se uma imagem pessoal autêntica, facilitando a conexão emocional com o seu público-alvo.

Além disso, a consistência no estilo simplifica a sua vida, tornando mais fácil e eficiente o processo de se vestir diariamente. Ao ter uma identidade visual clara e coesa, você economiza tempo e dinheiro que poderiam ser direcionados para outras áreas do seu negócio.

Comunicação Não Verbal

O estilo é uma linguagem silenciosa e que, ao mesmo tempo, fala alto. As suas escolhas estratégicas comunicam a sua personalidade, valores e até mesmo a sua abordagem para os negócios. Ao compreender como o seu estilo influencia a percepção dos outros,

você pode usar essa linguagem para criar uma impressão positiva, duradoura e transmitir segurança e competência aos olhos dos clientes para conquistá-los.

Versatilidade como aliada

Como empreendedora, você está constantemente navegando por uma variedade de ambientes e situações. A capacidade de adaptar o seu estilo para diferentes contextos é essencial. Isso não significa comprometer a sua autenticidade, mas sim encontrar maneiras criativas de incorporar a sua personalidade única em cada situação.

A versatilidade no estilo também demonstra a sua capacidade de pensar e agir de forma flexível, uma habilidade valiosa no mundo dos negócios.

O toque final que faz a diferença

Nos detalhes está o poder de fazer uma grande diferença. Desde o ajuste perfeito até a escolha do acessório certo, cada detalhe contribui para a imagem geral que você projeta. Os pequenos cuidados, como uma aparência bem cuidada e atenção aos detalhes, demonstram profissionalismo

e respeito pelo seu trabalho e pelos seus clientes.

Além disso, os detalhes podem ser uma oportunidade para destacar a sua criatividade e originalidade.

Ao incorporar elementos únicos e inesperados no seu estilo, você cria uma imagem autêntica para se destacar na multidão.

Conquiste mais clientes

Ao reconhecer o potencial do seu estilo pessoal como uma ferramenta estratégica, você pode construir uma marca pessoal autêntica e impactante.

Ao investir tempo e energia na definição, adaptação e cuidado do seu estilo, você atrai a atenção dos clientes, constrói relacionamentos sólidos e duradouros.

A portrait of Juliana Lourenço, a woman with long, curly blonde hair, wearing a white blouse and a black skirt. She is looking directly at the camera with a slight smile. The background is plain white.

JULIANA LOURENÇO

Empoderando mulheres empreendedoras
rumo ao sucesso financeiro e profissional.

Não foi por acaso que Juliana Lourenço nomeou seu instituto de SANKOFA, termo que corresponde ao símbolo adinkra, originário de Gana, representado por um pássaro com a cabeça voltada para trás, que olha para o passado para ressignificar o presente e construir um futuro melhor.

Autodenominada como a primeira treinadora de autoliderança financeira do Brasil, “e talvez até do mundo”, Juliana explica que as atividades realizadas por seu instituto se dão pelo acesso a grupos de crescimento e fortalecimento de empreendedoras, mentorias e eventos presenciais como workshops e imersões. Serviços que, alinhados com a marca SANKOFA, têm como objetivo viabilizar a construção de uma vida próspera para diversas empreendedoras brasileiras ao redor do mundo.

Presente no mercado desde setembro de 2017, o Instituto SANKOFA só nasceu oficialmente em maio de 2020, período emblemático e que corresponde ao início da pandemia do COVID-19.

Questionada sobre a criação do projeto, Juliana destaca que para colocar sua ideia em prática foi necessária muita dedicação ao estudo do marketing digital e participação ativa em grupos de mentorias e masterminds de grandes players do mercado digital e empresarial.

“Apesar do meu modelo de negócio ter sido pautado no digital, a SANKOFA também desenvolve eventos presenciais de pequeno e grande porte, atendendo às necessidades de cada público”, destaca Juliana ao revelar que por ser escalável sua próxima meta é atingir 15 mil mulheres até o final de 2025.

Outro objetivo da treinadora para seu instituto é internacionalizar a marca, por meio de imersões de negócios e experiências com empreendedoras em outros países como Dubai,



Portugal, Argentina e Curaçao.

“O processo de internacionalização tem sido leve e por conexões de negócios das mesas que eu invisto”, explica. “Minha missão é levar a mensagem da autoliderança financeira para o maior número de mulheres”.

Mentalidade, conhecimento e inteligência emocional

A partir do método autoliderança financeira, composto pela tríade mentalidade, conhecimento e inteligência emocional, Juliana revela que o mais desafiador em seu trabalho é conscientizar as mulheres da necessidade de viver o processo, idealizado para dar sustentabilidade seja para construção de uma vida melhor ou para o negócio.

E para quem pensa que a visão empreendedora de Juliana se limita ao instituto, a treinadora, graduada em Contabilidade, além do SANKOFA, criou a “Conta Delas”, única assessoria contábil só para mulheres,



com modelo de negócios tecnológico e atendimento humanizado.

“Eu quebrei minha primeira empresa porque não soube gerir o negócio financeiramente e emocionalmente, eu não fui boa líder, misturava dinheiro meu com o da empresa e vice-versa, não acompanhava os números, o relacionamento com os clientes e não cuidava do meu emocional, conta Juliana ao partilhar suas primeiras experiências como empreendedora. “Depois dessa quebra, eu precisei me recuperar emocionalmente e que foi pesado, por isso resolvi me especializar para profissionalizar meu negócio. Era isso ou voltar ao mercado de trabalho. Acabei me apaixonando e vi uma oportunidade de ajudar mais mulheres a não passarem por esse processo tão dolorido”. Como se pode notar, Juliana, assim como sugere o símbolo de lembrança da história afro-americana e afro-brasileira (sankofa), observou os erros do passado para ressignificar o presente e fazer um futuro melhor para si e para as mulheres empreendedoras que se propõe a ajudar. Um propósito que já tem

transformando a vida das pessoas, como Iara Ramos: “Com a Juliana, senti o acolhimento necessário para me autoconhecer em relação ao dinheiro”, destaca a Gestora da Coexistência e Impacto Socioambiental ao revelar que buscou a treinadora de autoliderança financeira para se organizar financeiramente.

“Foi um aprendizado não somente de conteúdo, mas também de mudança de mentalidade e descoberta empreendedora. “A Juliana me guiou para um despertar de possibilidades e estar em um ambiente com outras mulheres empreendedoras foi muito potente”. Visão compartilhada por Gisele Barthar, idealizadora da marca de semijóias afroreferenciadas Clichê e Acessórios.

“A Juliana tem uma rede incrível de protagonistas que vão impulsionando umas às outras. Logo que entrei nessa rede, comecei a participar de encontros, treinamentos e mentorias que ajudaram a me fortalecer e me estruturar como uma mulher de negócios”, revela a empresária ao dizer como o processo foi importante para que ela deixasse de ser tão operacional. “Hoje, minha marca tem dois pontos de venda em lojas colaborativas no Rio e em Salvador e, com a ajuda da Ju, através de um projeto que ela lidera, abrirei o terceiro ponto em uma área nobre na cidade de São Paulo”.

Com tantas vidas transformadas pelo Instituto SANKOFA, Juliana, pensando à frente, revela estar trabalhando em seu primeiro livro: “Um guia de cabeceira idealizado para mulheres empreendedoras que desejam dominar suas finanças e o seu negócio de forma simples”, revela a treinadora de autoliderança financeira que modificou a vida de mais de mil alunas, em 4 países.



INVISÍVEIS, SILENCIOSAS, DOLOROSAS E FATAIS

POR JULIANA GARCIA 



São poucos aqueles que sabem as identificar, e, muito embora alguns as ignorem, o fato é que elas existem, mesmo quando invisíveis aos olhos.

Basta olhar ao redor para se deparar com situações corriqueiras do dia a dia como, por exemplo, alguém que, em uma fila de espera, mesmo que aparentemente bem, passa na frente para ser atendida. Nesses casos, a reação mais comum é se perguntar: por que alguém fisicamente sadia tem tal “privilégio”?

As deficiências invisíveis causam danos silenciosos, dolorosos e até fatais, tanto para seus portadores quanto para pessoas do convívio, como familiares e amigos. E é justamente por não conseguirmos identificá-las que deixamos de praticar a empatia pela simples falta de informação acerca das deficiências invisíveis.

Mas afinal, o que são as “doenças invisíveis”?

As deficiências invisíveis são enfermidades que não podemos observar ou identificar em um primeiro momento, como o diabetes, o câncer, HIV/AIDS, entre outros. As pessoas com deficiência in-

visível, por fora, até podem parecer absolutamente normais, mas por dentro, lutam incansavelmente contra os sintomas invisíveis.

Pessoas com transtornos mentais como depressão, transtorno bipolar e TDAH também fazem parte da lista de pessoas acometidas pelas deficiências invisíveis. Globalmente, 1 em cada 6 de nós, vive com alguma deficiência do tipo, o que representa, aproximadamente, 1.3 bilhão de pessoas.

Embora as deficiências invisíveis sejam capazes de dilacerar alguém, podendo inclusive ser fatais, o respeito, o amor, a atenção e o conhecimento sobre elas, podem ajudar tanto no tratamento quanto na qualidade de vida de quem tem uma doença invisível.

Prova disso é o Sunflower lanyards (cordão de girassóis), um distintivo ou cordão com um padrão de girassóis, usado por pessoas com deficiências ou necessidades especiais, especialmente deficiências ocultas, como autismo, transtorno de ansiedade, ou outras condições que podem não ser imediatamente visíveis. Ele serve como um sinal discreto para funcionários e outros passa-

geiros de que a pessoa que o está usando pode precisar de assistência adicional ou de consideração especial em situações como viagens aéreas ou ao navegar por espaços públicos.

O Aeroporto de Gatwick, em Londres, Reino Unido, foi pioneiro na introdução desse sistema como uma forma de melhorar a experiência de viagem para pessoas com necessidades especiais e que, hoje, já faz parte da convenção internacional.

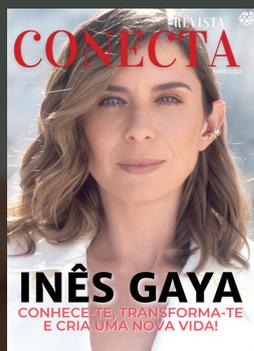
Mais do que meros privilégios de acesso, buscamos compreensão e respeito. É de suma importância que uma sociedade, que aspira à justiça, comece pela célula que aqui refiro como primordial e fundamental: a família. É crucial que os estigmas sejam reduzidos e que haja uma maior compreensão e empatia.

Os primeiros sinais de que algo não está bem devem ser percebidos por aqueles que estão mais próximos de nós, seguidos pelo apoio e respeito, pois as piores dores nem sempre se originam de feridas abertas que sangram, mas sim da falta de compreensão sobre as adversidades que carregamos, sejam elas físicas, mentais ou emocionais.

REVISTA CONECTA

Você deseja ter a sua marca em uma revista de alcance MUNDIAL?

- Matéria
- Artigo
- Anuncio



www.redeconexaomulher.com



IZABEL CAL

Transformando Vidas: A Jornada de Superação e Empoderamento de Izabel Cal Através da Terapia

Reconhecidos pela alta capacidade em ajudar as pessoas a enfrentar desafios, os processos terapêuticos são essenciais para promoção do bem-estar emocional, proporcionando aos indivíduos viver de forma mais feliz e realizada.

Há 7 anos transformando vidas por meio de seu método exclusivo, Izabel Cal é mais do que uma simples terapeuta, mas também dona de uma história de superação de si mesma. Ao escolher utilizar sua trajetória, marcada por desafios que poderiam ter sido suficientes para detê-la, Izabel decidiu transformar suas dores em combustível para alcançar o próprio sucesso e despertá-lo nos outros.

“Após enfrentar inúmeros relacionamentos abusivos ao longo da minha vida, finalmente encontrei o amor verdadeiro aos 57 anos, mas esse foi apenas o início da minha jornada de autodescoberta e transformação”, revela a terapeuta ao contar a própria história, permeada por inúmeros sofrimentos desde a infância.

“Mergulhei em um processo profundo de autocura, confrontando minhas dores e traumas, e emergi ainda mais forte e resiliente”. Autora do e-book “Mulheres Protagonistas em Ação: Superando a Dependência Emocional”, Izabel possui várias formações na área do desenvolvimento humano e anos de dedicação e estudos, porém sua experiência, principalmente com mulheres, vem de uma longa trajetória construída antes mesmo dela se tornar terapeuta.

“Trabalhei com mulheres durante mais de 15 anos fazendo um trabalho voluntário para pessoas da terceira idade na área da saúde”, destaca a terapeuta ao falar sobre sua formação em Educação Física. “Atualmente, meu público alvo são mulheres entre 30 a 60 anos”. Com serviços que vão desde o processo terapêutico até a mentoria, atendimento individual ou em grupo, palestras e workshops, Izabel, ao mudar completamente o rumo de



sua vida, deixou para trás a carreira como profissional de Educação Física para ajudar outras mulheres a superarem a dependência emocional e se tornarem protagonistas de suas próprias vidas.

“A minha formação e experiência em Educação Física continua a enriquecer minha prática terapêutica”, destaca Izabel ao falar sobre como os princípios de saúde, movimento e bem-estar são parte integral de seu trabalho como terapeuta.

“Todos esses princípios fornecem uma base sólida para abordar as necessidades emocionais e físicas dos meus clientes”. Ciente da sua missão de inspirar e capacitar mulheres a viverem de forma mais autêntica, Izabel Cal recorda que, por mais desafiantes que possam ser, os obstáculos que enfrentamos sempre proporcionam oportunidades para o nosso crescimento, a nossa cura e a nossa reinvenção.





SOFIA COSTA

Jane Austen: a Escritora cujo legado
transcende a Escrita.



Jane Austen, e a redefinição do Papel da Mulher a partir do século XIX 2

Em plena era vitoriana e na transição entre os séculos XVIII e XIX, em Inglaterra, surge uma Escritora que, através do pensamento e sentimento, e comportamento, das personagens principais femininas de toda a sua obra, promove nos séculos vindouros a valorização do perfil e do papel da mulher na sociedade, a sua emancipação na família e relação com o trabalho, e o empoderamento feminino, entre outros recursos, pela escrita.

Precisamente, a sua escrita tornando-se, mais do que o resultado inevitável de um talento pessoal, um instrumento profissional que favoreceu a sua autonomia, e um intento social que a partir da sua intervenção favorecerá a vida de todas as outras mulheres. Ela tornando-se, também por isso, uma das maiores referências de sempre na literatura e no feminismo.

Falo de Jane Austen, das suas personagens femininas e dos seus romances feministas, e do Legado que deixou na sociedade através da sua obra, em que são ilustradas as inúmeras dimensões de interesse e intervenção da própria mulher na sociedade (e não, apenas, o seu papel de dona de casa, esposa e mãe) e, com isso, a sua importância transversal.

Jane Austen, e o seu percurso e processo como Mulher e Escritora 3

Desde os 11 anos que *Jane Austen* escreveu, fosse sobre o tempo e o campo, fosse sobre a família ou si mesma. Com o passar do tempo, não só aprimorando a escrita (entre outras artes, como o piano), como amadurecendo 'a arte da conversação'. Conversas, comentários e conteúdos textuais que, começando por incomodar os seus pais (mesmo com o 'espaço-tempo' familiar que lhe davam), incomodava os anciãos das vilas por onde a família passava ou onde chegou a viver, e também já da grande cidade de Londres que, antes de *Austen* ser editada, *Jane* visitava pontualmente.

Foi na Escrita, onde *Jane Austen* mergulhou com a maior e melhor frequência da sua alma, e onde se encontrou como Mulher, e como Pessoa e Profissional. Imersão fundamental, precisamente, para o seu bem-estar em estas suas dimensões de manifestação.

Ora, como consequência desta imersão e percurso na escrita, processo de investimento e aprofundamento que a salvaguardou como alma e como artista, *Jane Austen* atravessa o seu maior desafio como mulher e como escritora, respectivamente, confrontando a ordem hierárquica familiar e laboral instituída com novas perspectivas para o papel social da mulher, e conquistando um lugar de destaque e até de autoridade que, quer pela sua descrição como pela

publicação posterior de mais obras suas, só seria reconhecida postumamente.

Assim, a sociedade em geral e a comunidade literária em especial, assistindo à sua emersão da escrita, ou à sua reafirmação e até renascimento a partir da escrita, por meio das suas personagens e enredos, títulos e obras, instrumento fulcral no seu processo de individuação como mulher e exaltação como escritora acentuando que a mulher também precisa de 'viver'(!), e, portanto, de emersão ou escalada evolutiva, proativa, produtiva e positiva, como ser humano – com particular reforço à 'intuição'(!) feminina, e dimensão artística de imensas oportunidades e intensas possibilidades de manifesto para escritora e seus leitores e, também, para novos escritores e leitores.

Imersão e Emersão em Jane Austen

Com isso, podem ser considerados os termos 'Imersão' e 'Emersão' para Jane Austen, numa jornada, numa extraordinária jornada, de sequenciais e contínuas imersões na escrita para descrição e descoberta da mulher que é, e emersões da escrita para revelação da escritora em que se tornou.

Mesmo existindo aparente conflito interior de autora e personagens, mais do que não existir oposição ou dualidade entre registo de aparente fraqueza e firmeza, ou emoção e razão (ou, como ela própria o designou, de "sensibilidade e bom senso"), ambas dimensões integrando a mesma pessoa feminina (e feminista) e impulsionado a sua profissão de escritora. Conotações, respetivamente, inerentes ao 'papel esperado' versus 'perfil exaltado' da Mulher, de todas e de cada uma das mulheres independentemente da sua nascença ou pertença. Perspectiva em que 'a Essência do Ser feminino' transcende os papéis operacionais, e a 'Experiência do Estar, Fazer e Ter no feminino' apenas reflete características ou condicionantes de circunstância que a presença de



vontade própria, capacidade e competência transversal, por si só, também pode transcender.

O Legado de Jane Austen

Assim, podendo afirmar-se que não se trata de oposição de forças entre si, de perfis e papéis opostos em si mesmos, nem de dualidade do ser, de haver duas mulheres distintas dentro de uma mesma mulher... e, sim, 'simples e somente', de complexidade e completude do Ser e de Ser, do Ser que se É, e de Estar, Fazer e Ter em coerência e consistência com quem se É... complexidade e completude da alma feminina em especial e da alma humana, em geral. Por isto, Jane Austen sendo uma mulher com legado que transcende a própria escrita: um elemento propulsor tanto do empoderamento e da emancipação feminina em especial, quanto do interesse e importância que tem para a humanidade em geral o autoconhecimento, a autenticidade e a autonomia de cada Ser Humano.



LIBERDADE FINANCEIRA PRECISA SER CONQUISTADA

POR ALEXIA WAAGMEESTER 



É muito curioso ver alguém que toma decisões usando o dinheiro de outra pessoa. E minha grande preocupação é saber quanto tempo isso vai durar. Se o dinheiro não está no seu nome, ou em um contrato, ele não é seu.

Você que me conhece, sabe que sempre defendo o direito de escolha. E foi justamente por isso que escolhi ensinar mulheres a gerenciar melhor o próprio dinheiro, pois acredito que a liberdade financeira feminina é fundamental por uma série de razões que impactam não apenas as mulheres individualmente, mas também suas famílias, comunidades e a sociedade como um todo.

Quando você tem o seu próprio dinheiro, você tem autonomia sobre sua própria vida. Isso significa que você tem a capacidade de tomar decisões importantes, como onde morar, o tipo de educação que deseja ter, quando se casar ou ter filhos, e até mesmo em situações de saúde. Quando você tem controle sobre suas finanças, você se torna mais livre para moldar seu próprio futuro.

Vemos no dia a dia, nos jornais, na televisão e nas redes sociais

que a dependência financeira pode ser uma fonte significativa de desigualdade e até mesmo de abuso em relacionamentos. Quando temos os nossos próprios recursos não precisamos depender de parceiros ou de outros membros da família para atender às nossas necessidades básicas.

Isso cria um equilíbrio de poder nos relacionamentos, reduz a vulnerabilidade e a situações de abuso. Sem falar que mulheres com controle sobre seu próprio dinheiro têm mais oportunidades de buscar educação, treinamento profissional e empreender. Isso pode levar a uma maior representação feminina em todos os setores da economia.

Quando falamos sobre futuro, é praticamente impossível não pensar na aposentadoria. Muitas pessoas relacionam essa palavra a “velhice”. Eu relaciono a boas escolhas para o futuro. O ideal seria planejar a nossa aposentadoria logo no primeiro ano de trabalho. E assim ter a liberdade de escolher quando parar de trabalhar e viver dos frutos do nosso bom planejamento.

Nós mulheres, em média, vivemos mais do que os homens e, portanto, precisamos de

mais recursos financeiros para cobrir os anos de aposentadoria. Se não estivermos bem preparadas financeiramente, poderemos enfrentar dificuldades econômicas no final de nossas vidas, e acredito que não seja esse legado que eu e você gostaríamos de deixar para as gerações futuras: filhas, sobrinhas, primas e amigas.

Não preciso ser especialista em crianças para saber que aquelas que crescem vendo mães, tias, avós e amigas independentes, responsáveis por suas próprias vidas e capazes de realizar seus objetivos financeiros, crescem mais seguras, e isso contribui para uma mudança cultural em direção a uma sociedade mais igualitária.

Para finalizar, gostaria de dividir com você uma frase que ouvi ainda no período em que era uma estudante universitária:

“Quem tem a informação detém o poder” - Thomas Hobbes

Quando nós mulheres temos o controle sobre o nosso próprio dinheiro, temos o poder de transformar não apenas nossas vidas, mas também o mundo ao nosso redor.



EMMANUELA HATT

Excelência e Sustentabilidade no Mundo da
Arquitetura e Design

No mundo da arquitetura, design e desenvolvimento de projetos imobiliários, Emmanuela Hatt é uma figura proeminente que transcende fronteiras geográficas e inspira com sua paixão e expertise.

Nascida e criada no Brasil, ela levou consigo não apenas suas origens, mas também uma determinação inabalável e uma visão de excelência quando se estabeleceu na Europa em 1991.

Formada em Arquitetura e Urbanismo pela FAU-SP, Emmanuela Hatt é também pós-graduada em Designer de Interiores pela renomada NKS em Zurique, bem como a mente brilhante por trás da Hattdesign Arquitetura e Interiores, empresa que, além de construir edifícios, molda experiências, transformando espaços em verdadeiros templos de beleza e funcionalidade.

Sediada na Suíça, a Hattdesign se destaca como líder no desenvolvimento de projetos imobiliários inovadores, sustentáveis e de alta qualidade, o que, para Emmanuela, está relacionado ao compromisso da empresa em entregar excelência para além dos projetos em si.

"Com anos de experiência e uma compreensão refinada de locais e ideias, desenvolvemos projetos imobiliários de todas as classes de ativos, conduzindo-os para o sucesso sustentável", destaca a CEO ao falar sobre seu propósito: "Cuidar do mundo e impactar positivamente as pessoas e o meio ambiente".

À frente de projetos residenciais e comerciais com um volume total de cerca de 100 milhões de Euros, a Hattdesign, por meio de uma cultura empresarial aberta, transforma clientes em amigos e, por vezes, investidores. Uma característica que tem permitido à empresa aspirar mercados fora da Europa.

HATTDESIGN

ARCHITEKTUR UND INTERIOR

"Temos planos ambiciosos para expandir para o Brasil nos próximos anos, nosso impacto no mundo da arquitetura e design está apenas começando", revela Emmanuela ao destacar os projetos da Hattdesign, marcados pelo compromisso com a sustentabilidade, utilizando materiais e tecnologias que minimizam o impacto ambiental e maximizam o bem-estar das comunidades.

Para saber mais sobre a Hattdesign e os projetos liderados pela CEO Emmanuela Hatt, acesse:



SEM FOTO NÃO HÁ HISTÓRIA

POR MARUJA 



Desde os primórdios da humanidade, a fotografia desempenhou um papel fundamental na transmissão e perpetuação da história. Cada desenho pintado nas paredes das cavernas eram obras de arte, mas eram antes de qualquer coisa fotografias da realidade. E foi através desses primeiros registros que passamos a entender as nossas origens e para onde deveríamos ir para nos proteger dos predadores. Em cada caverna, novas “fotos” desenhadas na parede mostravam qual o caminho que deveríamos seguir. Essa foi, sem dúvida, a herança mais preciosa que os homens das cavernas nos deixaram.

E é por isso que acredito que sem foto, não há história. A conexão entre a fotografia e a realidade é profunda e é ela que estimula um dos mais selvagens instintos humanos: a curiosidade. Quem aqui nunca ficou olhando para uma foto antiga e tentando adivinhar quem eram aquelas pessoas, o que estavam a falar ou até mesmo o que as inspiravam? Ou a fotografia de um sítio bonito e que despertou o desejo de lá ir?

São esses pensamentos automáticos, essas sensações genuínas e orgânicas que sur-

gem através da curiosidade que estabelecem conexões emocionais e estimulam o interesse. E eu acredito que essa é a principal ferramenta de ancoragem que deve ser utilizada pela mulher empreendedora. Aproveitar e usar as fotografias para contar sua própria história e usar isso como uma forma de documentar e conectar. Como empreendedora, posso dizer o impacto profundo que a fotografia tem tido em minha jornada, pois a foto desempenha um papel crucial na documentação e na preservação das histórias das mulheres empreendedoras, mas também pode servir como um elemento poderoso para impulsionar as suas iniciativas e alcançar o sucesso nos negócios.

Ao documentar as minhas vitórias, e as derrotas também, consigo criar uma narrativa visual que inspira outras mulheres a seguir os seus próprios sonhos. E é por isso que sempre falo para os meus clientes que a fotografia transcende a mera representação visual de um produto ou serviço: ela é a essência de uma marca. É a sua história. A sua verdadeira identidade.

Ao capturar imagens que re-

fletem os valores, a paixão e a autenticidade por trás do negócio que refletem os valores, a paixão e a autenticidade por trás do negócio, é possível estabelecer uma conexão emocional com o público.

Cada foto é uma oportunidade para contar uma história única. Essas imagens não apenas me permitem compartilhar minha jornada com os outros, mas também criam uma base sólida de confiança e lealdade entre meus clientes. E é assim que criei uma comunidade que me apoia, se identifica e me ajuda a crescer.

Portanto, para mim, a fotografia não é apenas uma ferramenta de marketing ou publicidade, mas sim um pilar essencial do empreendimento. É como eu vejo cada pessoa que me permite fotografá-la. Cada foto que compartilho é uma extensão de mim mesma e do meu propósito como mulher de negócios. Ela é a voz silenciosa que ecoa a história de uma marca, a imagem que cativa os corações dos clientes e a expressão visual da jornada como mulher empreendedora.

E é por isso que valorizo cada foto capturada, pois sei que ela tem o poder de transformar a mim e a vida daqueles que dela fazem parte.

A portrait of Elaine Maraschin, a woman with short, dark, curly hair, smiling warmly. She is wearing a white, long-sleeved button-down shirt with a subtle pattern and a black watch on her left wrist. Her arms are crossed, and she is looking slightly to the right of the camera. The background is a plain, light-colored wall.

ELAINE MARASCHIN

Conheça a trajetória de sucesso da
Especialista em Medicina Chinesa
que se tornou Mentora de Carreira

Quem não acredita ser possível viver os sonhos de criança, desconhece a história de Elaine Maraschin. Especialista em Medicina Chinesa e Mentora de Carreira, a trajetória da brasileira começou antes mesmo dela compreender seus projetos da infância.

Formada em Nutrição, Especialista em Medicina Chinesa com décadas de estudos nas áreas de Neurociência, PNL, Taoísmo, Psicologia Positiva e criadora do Método Reprogramação Neuro Emocional (RNE), Elaine deu início ao seu percurso profissional na cidade de Santos, em São Paulo, onde trabalhou como professora e, paralelamente, exerceu atividades como terapeuta.

Dona de uma mente empreendedora, em busca de trabalho, Elaine buscou alternativas nas terapias corporais que englobavam Acupuntura, Shiatsu, Tuiná, massagens terapêuticas e Reiki.

“Comecei fazendo essas terapias nos amigos, nos amigos dos amigos e um dia, em 2002, resolvi “bater” na porta de dois hotéis de luxo, pequenos para os padrões dessa categoria, conhecidos como “boutique Hotels”. Ofereci meu trabalho para os hóspedes nos seus quartos, onde eu reproduziria um ambiente de Spa, com a mesa de tratamento, música e aromaterapia.

Dona de uma mente empreendedora, em busca de trabalho, Elaine buscou alternativas nas terapias corporais e criou o projeto que consistia basicamente em um telefone central para que os concierges ou gerentes solicitassem tratamento para seus hóspedes, se transformou na Ken Tui, a maior empresa do ramo na Holanda e referência em tratamentos de Spa em hotéis em Amsterdam.

A dedicação em atender a necessidade de



seus clientes, a partir de todo conhecimento adquirido em décadas de atendimento, estudos e pesquisas, fez com a especialista em carreira.

Nessa minha trajetória, marcada pela busca do aperfeiçoamento e evolução pessoal e profissional, quero continuar mentorando outras mulheres para se destacarem nas suas áreas através do autoconhecimento, desenvolverem seus negócios catalizando clientes leais com aplicação de ferramentas inéditas e comprovadamente eficazes, tornando-se agentes de transformação na vida de outras pessoas”.

Questionada sobre as estratégias utilizadas para alcançar o sucesso das empresas que fundou, Elaine Maraschin revela que entre todas elas a mais eficaz foi sua própria intuição, aliada a muito estudo, trabalho e o desejo sincero de ajudar pessoas a progredirem.



FLORATOUR

AGÊNCIA DE TURISMO

Cadastur
Fazendo o turismo legal.

Em um 1 ano com R\$1.5 milhões em vendas. Trajetória de sucesso!

Mentora, CEO,
Representante oficial do evento Conecta Summit.

Vendas e Empoderamento:
Conectando empresárias!

Nossos serviços

- ✈ Passagens Aéreas
- 🏠 Pacotes de Viagens
- 📍 Hotéis
- 🚢 Cruzeiros
- 🔒 Seguro viagem

Viagens e Liderança

Dupla Feminina

☎ (+351) 914 168 470

📷 @floratourviagens

2024



PRÊMIO CONECTA
EMPREENDEDORA MUNDIAL

4º PRÊMIO CONECTA

Na última cerimônia premiamos mulheres e líderes
que fomentam o empreendedorismo feminino

VENCEDORA

IMPACTO SOCIAL



Catarina Furtado

CATARINA FURTADO

Presidente da Corações com Coroa, atriz e apresentadora de TV

VENCEDORA

HUMOR



Tata Werneck

TATA WERNECK

Atriz e humorista

VENCEDORA

REPRESENTATIVIDADE



Tais Araujo

TAIS ARAUJO

Atriz, apresentadora e ativista

VENCEDORA

COMUNICAÇÃO



Izabella Camargo

IZABELLA CAMARGO

Jornalista, autora e palestrante

VENCEDORA

EMPREENDEDORA DESTAQUE



Mirele Vicente

MIRELE VICENTE

Empreendedora, apresentadora e mentora

VENCEDORA

BELEZA



Nadilé Mendonça

NADILE MENDONÇA

CEO da Udja Cosméticos

VENCEDORA

ADVOCACIA



Kelly Nóbrega

KELLY NÓBREGA

Advogada, escritora e palestrante

VENCEDORA

LIDERANÇA



Ana Gomes

ANA GOMES

Palestrante, escritora e mentora de líderes

VENCEDORA

FOTO E VÍDEO



Ivy Jannibelli

IVY JANNIBELLI

Jornalista, videomaker, produtora e fotógrafa

VENCEDORA

MARKETING DIGITAL



Bárbara Bação

BARBARA BAÇÃO

Mentora de empreendedoras

VENCEDORA

CONSULTORA



Lucy Rodrigues

LUCY RODRIGUES

Mentora de Mulheres e palestrante

VENCEDORA

SAÚDE



Andrea Romão

ANDREA ROMÃO

Nutricionista e Personal Trainer

VENCEDORA

DESENVOLVIMENTO
PESSOAL



Mafalda Almeida

MAFALDA ALMEIDA

Coach, palestrante e escritora

VENCEDORA

EMPREENDEDORISMO
SOCIAL



Natália Mondelli

NATALIA MONDELLI

Idealizadora do EWI Summt e
co-fundadora da B-Long
Business School

VENCEDORA

BEM ESTAR



Bette Maria

BETTE MARIA

Especialista em Saúde e Bem-estar

VENCEDORA

EMPREENDEDORISMO
50+



Patrícia Garboni

PATRÍCIA GARBONI

Líder do Mulheres do Brasil em
Lisboa e influenciadora +50

VENCEDORA

FINANÇAS



Juliana Lourenço

JULIANA LOURENÇO

Especialista em Finança,
mentora e escritora

VENCEDORA

NETWORKING



Helena Mourão

HELENA MOURÃO

CEO da revista Exklusiva

VENCEDORA

CONSULTORA
IMOBILIÁRIA



Ana Viegas

ANA VIEGAS

Consultora Imobiliária
premiada pela Remax

VENCEDORA

ARQUITETURA



Viviane Cunha

VIVIANE CUNHA

Arquiteta e idealizadora do
Networking Lisboa

VENCEDORA

PODCAST



Topa tudo Portugal

LARISSA LEITE

Apresentadora, produtora CEO
Vibe Hub PT

VENCEDORA

MODA



Carla Marques

CARLA MARQUES

Fundadora do atelier
Maison Maurice

VENCEDORA

MENTORA



Gádia Rodrigues

GÁDIA RODRIGUES

Mentora de Mulheres a
frente do próximo nível

VENCEDORA

PODCAST



Topa tudo Portugal

TALITA PORTUGAL

Consultora Imobiliária

VENCEDORA
MICROPIGMENTAÇÃO



Bianca Miranda

BIANCA MIRANDA
Micropigmentadora e designer
de sobrancelhas

VENCEDORA
CULTURA E ARTE



Angelica Cruz

ANGELICA CRUZ
Artista e mentora de artistas

VENCEDORA
GASTRONOMIA



Ana Brownie

ANA BROWNIE
Confeiteira e CEO da
Imperio Doce

VENCEDORA
INFLUÊNCIA



Bruna Aeppli

BRUNA AEPPLI
Jornalista e palestrante

VENCEDORA
REVELAÇÃO



Sara Belo

SARA BELO
Especialista em Marketing Digital

VENCEDORA
BRANDING



Daniela Viek

DANIELA VIEK
Especialista em Branding

VENCEDORA
FOTOGRAFIA



Aline Cristofaro

ALINE CRISTOFARO
Dentista e fotografa

VENCEDORA
CONTABILISTA



Maria João de Figueiredo

MARIA JOÃO
Contabilista

VENCEDORA
EMPREENDEDORISMO
MATERNO



Ana Bárbara Jannuzzi

ANA JANNUZZI
Médica e escritora

VENCEDORA
JOVEM
EMPREENDEDORA



Nanda Gomyde

NANDA GOMYDE
Mentora

VENCEDORA
ESTÉTICA



Mariana Maravalhas

MARIANA MARAVALHAS
Fundadora da Beauty Studio

VENCEDORA
CONSULTORA DE
IMAGEM



Tatiane Ramos

TATIANE RAMOS
Consultora de Imagem

EXPEDIENTE

MAIZA SILVA - EDITORA CHEFE - 21810/MG
MARÍLIA AMARO - DIAGRAMAÇÃO E DESIGN
PRISCILLA MORENO - COLABORAÇÃO
CATARINA COELHO - RESPONSÁVEL COMERCIAL

POLÍTICA EDITORIAL

Empreendedorismo, carreira, finanças, cultura, bem-estar e outros assuntos que fazem parte do universo feminino são abordados em nossa publicação de forma atraiante e com objetivo de informar nossas leitoras sobre tudo que acontece no mundo dos negócios.

Nossa abordagem principal é estimular a geração de negócios inovadores, por meio de conteúdos objetivos e cases de sucesso, divulgar profissionais qualificados e comprometidos com o bem-estar e a saúde emocional de mulheres empreendedoras.

A proposta desta edição é comunicar tanto com quem já se posicionou no mercado e encontra-se em estabilidade do SEU negócio, quanto com mulheres que buscam inspiração para começar um novo empreendimento.

Por meio de uma linguagem acessível, a Rede Conexão Mulher promove uma interlocução capaz de transitar por assuntos técnicos, de forma descontraída, acolhedora e curiosa, visto que nosso público se sente confortável e acolhido no propósito de empreender e destacar-se profissionalmente.

ANUNCIE EM NOSSOS PORTAIS



SEGUE NOSSO INSTA



NOSSO SITE



ATENDIMENTO:

+55 21 9.7510.8793

+351 914 941 235

NONA EDIÇÃO 15 DE MAIO DE 2024

Publicação em homenagem
ao Dia das Mães

FALE COM A REVISTA CONECTA

Envie suas dúvidas, sugestões e pautas para:
revistaconecta@redeconexaomulher.com.
Aguardamos seu contato.



REDE CONEXÃO MULHER

CONECTAR PARA TRANSFORMAR, TRANSFORMAR PARA REALIZAR