



Innsbruck
editora

VIDI 30 | Ano 04
R\$ 20,00

Com a expansão da Simple Organic, a CEO **PATRÍCIA LIMA** está revolucionando o mercado da beleza, sem comprometer a saúde das pessoas e o meio ambiente

O IMPACTO POSITIVO SENTIDO NA PELE

Um jeito
inteligente
de cuidar do
seu dinheiro.



Inv



O Super App da sua vida financeira



Baixe o Super App.





Conta digital

Shopping



vestimentos

e mais.



Chegou o **Kia EV5**.
A evolução dos elétricos.





Novo Kia EV5.

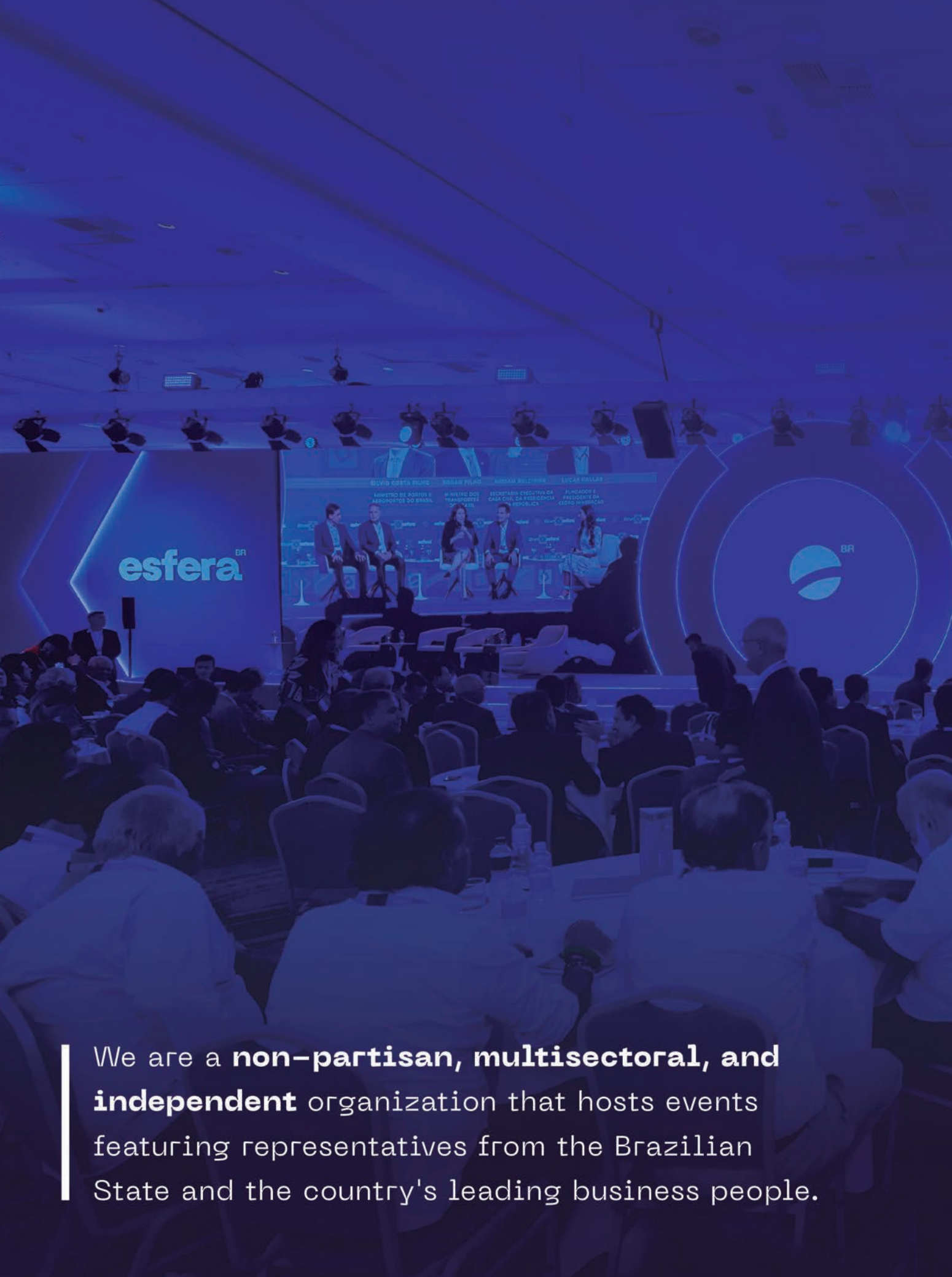
Um elétrico como você nunca viu.

Os elétricos estão mudando o mundo dos automóveis e, agora, a Kia está mudando o mundo dos elétricos. Chegou o novo Kia EV5, para redefinir o conceito de SUV elétrico no Brasil. Com tecnologia de ponta e design inovador, além da maior autonomia e o maior espaço interno da categoria, garantindo tranquilidade e conforto para sua família. Ele é a evolução que você esperava para uma experiência de direção sem igual. Entregue-se à atração irresistível do EV5.

Saiba mais em: kia.com.br/ev5

Paz no trânsito começa por você.





We are a **non-partisan, multisectoral, and independent** organization that hosts events featuring representatives from the Brazilian State and the country's leading business people.

esfera^{BR}

The **most relevant** think tank in Brazil.

- PAINEL 00 -
INFRAESTRUTURA:
ALICERCES PARA O CRESCIMENTO

MINISTRO DE PORTOS E
AEROPORTOS DO BRASIL
MINISTRO DOS
TRANSPORTES
DO BRASIL
SECRETARIA EXECUTIVA DA
CASA CIVIL DA PRESIDÊNCIA
DA REPÚBLICA
FUNDADOR E
PRESIDENTE DA
CEISO INOVAÇÃO

WILLIAM COSTA FILHO
BERNAR FIDRIS
MIRIAM BELCHIOR
LUCAS KALLAN

MEDIANA: KIMMIE KLEIN

esfera^{BR}

Our mission is to create
**exclusive content and meetings that
foster essential dialogues for public debate.**

Whether it's through an **exclusive interview in Revista Esfera**,
an **article in Esfera News**, or an **EsferaCast episode recorded live**,
we keep you informed and connected with everything that matters.



Best Ocupacional:

cuidando da sua equipe, **protegendo seu projeto**

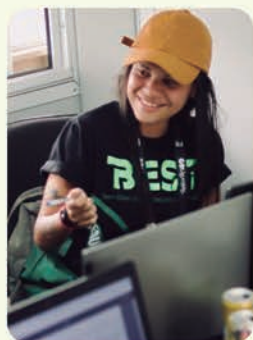
Com mais de 20 anos de experiência, somos fornecedores oficiais dos maiores eventos do país como **Rock in Rio, The Town, Lollapalooza e Rio Carnaval**. Oferecemos um suporte completo em saúde ocupacional e segurança do trabalho.

Cobertura em
todo o Brasil

Mais de 3.000
clientes atendidos

Equipe comprometida
e treinada

Atendimento personalizado
para cada projeto



- ▶ Exames admissionais e periódicos
- ▶ Gestão de programas como PCMSO e PGR
- ▶ Planejamento e execução de segurança em campo

BEST

Bem Estar | Saúde | Segurança do Trabalho



FACILITYDOC

www.bestocupacional.com.br | www.facilitydoc.com.br

FacilityDoc:

A Burocracia Fica Por Nossa Conta

Desde 2004, a FacilityDoc é referência em simplificar e agilizar processos burocráticos, cuidando do licenciamento e legalização de projetos e eventos. Mais do que uma solução em documentação, somos um parceiro estratégico que transforma a complexidade das normas e regulamentações em **confiança e tranquilidade** para nossos clientes.

Estamos alinhados às normas ESG, com um olhar atento para governança e metas socioambientais. Conosco você não apenas resolve burocracias, mas também contribui para práticas mais responsáveis e sustentáveis.

POR QUE ESCOLHER O GRUPO FACILITY?

Qualidade

Segurança e legalidade

Agilidade

Planejamento estratégico

Processos simplificados



Vamos conversar!



Nossa expertise transforma normas complexas em soluções ágeis e seguras.

Entregamos excelência e ajudamos você a transformar ideias em marcos memoráveis.



bestocupacional | facilitydoc

2º FÓRUM
INTERNACIONAL DE
MULHERES

Curaçao 2025

**Empoderamento e Liderança
Feminina em Foco**

24 a 29 de julho de 2025

www.forummulher.com.br



**REGINA
NUNES**

Primeira Dama
da Cidade
de São Paulo



**GIOVANNA
ANTONELLI**

Atriz e Empresária
brasileira

PALESTRANTES



**CAROL
LAMAÍTA**

Ceramista de alta
temperatura, professora
e CEO da **Carol Lamaíta
Cerâmica e Design**



**DAIANE
LIMA**

Diretora Executiva da
**Facilitydoc e Best
Ocupacional**. Head
de Sustentabilidade
da **LIESA RJ**



**DANIELA
LACERDA**

CEO e fundadora da
**Rede Corujão
Supermercados**,
Mentora e Palestrante



**DRA. ELAINE
MOREIRA**

Diretora do núcleo
de gastroenterologia
da **Human Clinic**



**LOUNA
DOUEK**

Professora do
Kabbalah Centre



**MARY ELBE
QUEIROZ**

Vice-Presidente do
GCSM MULHER e Sócia
Queiros Adv. Associados.
Pós-doutoranda em
Direito Tributário



**SIMONE
VIOTTO**

CEO - **JK Estética
Avançada**



**TATHIANA HARDT
SOUTO TURBIAN**

Presidente do
GCSM MULHER e
do Grupo **Innsbruck**



**TATIANA
NIGRO**

CEO do Grupo
Wave Women



**VIVIANNE
BRASIL**

CEO e Presidente
da **Metropax**

Iniciativa e Realização



Apoio



Agência Oficial



Media Partners







O Hotel Fazenda Morros Verdes Ecolodge é uma referência em turismo de luxo sustentável no Brasil.

Aplicamos práticas ESG e estamos imersos na Mata Atlântica no município de Ibiúna. Nossa área de 300 hectares possui uma estrutura completa de lazer e está a apenas 70 km de São Paulo.

Dispomos de salas de eventos localizadas em um ambiente cercado por belas paisagens, oferecendo uma atmosfera inspiradora para eventos corporativos.



CONHEÇA O NOSSO SITE
FAZENDAMORROSVERDES.COM.BR



WOCA

WORLD COMPANY AWARD

2025

Château d'Augerville - França

11 a 15 de junho de 2025



200 anos de relações Brasil-França

www.woca2025.com

Iniciativa e Realização



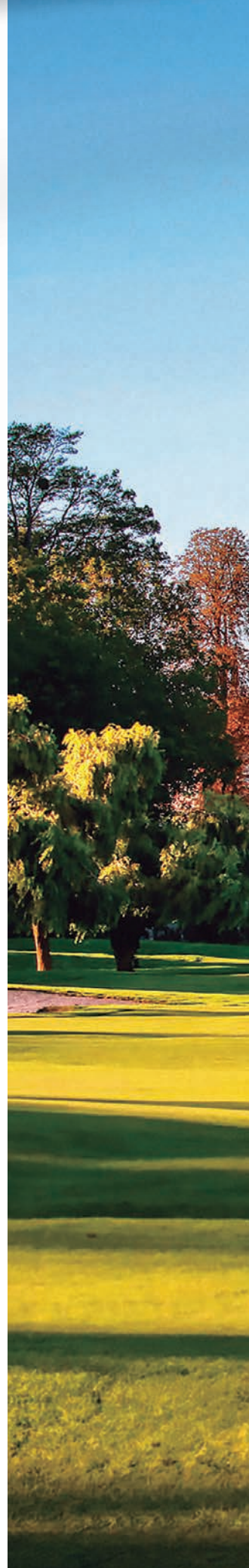
Participação Especial



Mídia Partners



Especial Mídia Partner







Presidente de Honra do Conselho Editorial

Charles-Philippe d'Orleans

Chairman

Arnold Wald Filho

Publishers

Agostinho Turbian e Tathiana Hardt Souto Turbian

Editora-Chefe

Bruna Magatti Marques

Conselho Editorial

Jorge Pinheiro Machado (Presidente)

Patrícia Iglecias, Agostinho Turbian, Thiago Turbian, Jose Renato Nalini, Elmano Nigri, Mauricio Eugenio, Luiz Flávio Borges D'Urso, José De Podestá, Mario Garnero, Thyro Meirelles, Bruno F. Gonçalves e Paulo Dimas de Bellis Mascaretti

Editor de Projetos Especiais

Mauricio Eugenio

Direção de Arte

Purim Comunicação Visual

Foto de Capa

Adilson Santos

Fotos

Adobe Stock, Premium FreePik e Divulgação

VIDI é uma publicação de responsabilidade do Grupo Innsbruck de Comunicação e Eventos. Os textos assinados pelos articulistas não refletem, necessariamente, a opinião da revista VIDI. Atenção: pessoas não mencionadas em nosso expediente não têm autorização para fazer reportagens, vender anúncios ou pronunciar-se em nome da VIDI

1001 Brickell Bay Drive Suite 2406 – Miami, FL 33131 | Tel: (305) 456 3752 | Fax (305) 456 6342



Banca Digital



Associado a



Parceria social



f @mundovid



Presidente do Conselho de Administração

Agostinho Turbian | agostinhoturbian@gmail.com

Presidente

Tathiana Hardt Souto Turbian | tathiana@editorai.com.br

General Manager

Clecio Chiamulera | 41 98849-2655 | clecio@editorai.com.br

Vice-Presidente Comercial

Thiago Turbian | 11 97118-0996 | thiago@editorai.com.br

Executivo de Projetos Internacionais

Andrej Vasle | 19 99940-3705 | vasle@editorai.com.br

CFO

Cristiane Antunes | 11 97216-3001 | cristiane@editorai.com.br

Departamento Comercial (publicidade, suplementos e edições especiais)

Will Robson | +55 11 91122-0519 | will@editorai.com.br

Secretária Executiva da Presidência

Thaís de Souza | +55 11 94367-1888 | thaís@editorai.com.br

Logística e Distribuição

Ireny Soares Dugain | +55 11 99462-1911 | ire@editorai.com.br

Eventos e Projetos

Fernanda Bento | +55 11 91241-4863 | fernanda@editorai.com.br



Presidente
Tathiana Hardt
Souto Turbian

Vice-Presidente
Mary Elbe
Queiroz

Membros do Conselho
Alessandra Mendes, Viviane Mansi, Liane Butin,
Daiane Lima, Gabriela Cardoso, Caroline Lamaita,
Viviane Brasil e Daniela Lacerda

Conselheira Internacional
Mateja Kracun,
Embaixadora da Eslovênia
no Brasil

BRAZILECONOMY

O PODER DA INFORMAÇÃO

Seu **guia estratégico** no mundo dos **negócios**



Brazil Economy: O novo portal de notícias com foco em análises aprofundadas e informações exclusivas sobre o mundo negócios.

Jornalismo independente e de alta qualidade
para você tomar decisões mais inteligentes.

brazileconomy.com.br

Sumário

20 Editorial
Tathiana Hardt Souto Turbian

22 Mensagem
para o planeta
Bruna Magatti

36 COP30
**Em carta, COP30
propõe nova estratégia
global e aposta em
protagonismo do Sul**

46 Case de Sucesso
**Com um investimento
de R\$ 5 milhões
da Ambipar, a Universidade
de São Paulo pretende
ser carbono
neutro até 2025**

54 Direito Ambiental
Fernando José da Costa



ADILSON SANTOS

24 Green Pages

PATRÍCIA LIMA,
fundadora e CEO
da Simple Organic Beauty



DIVULGAÇÃO

58 Brasil
**Diagnóstico busca
fortalecer o etnoturismo
em Terras Indígenas na
Amazônia Legal**

68 Mineração
**Bernardo Bicalho de
Alvarenga Mendes**

VOCÊ SABE O QUE É ECONOMIA CIRCULAR?

A AMBIPAR É LÍDER NESSA QUESTÃO.

Cada vez mais, quando as empresas pensam em sustentabilidade, pensam na Ambipar; uma empresa brasileira, líder global em soluções ambientais, que está presente em 41 países e mais de 500 bases pelo mundo.

Entre nossas inúmeras soluções para o planeta, está a economia circular; um processo em que o que era lixo vira matéria-prima ou novos produtos. Assim, a gente reduz o impacto ambiental, economiza recursos naturais e ainda impulsiona a economia.

Atuando para potencializar a cultura da reciclagem, com tecnologia e pesquisa, estamos ajudando outras empresas a construir um futuro mais sustentável.

Se você quer
saber mais sobre
Economia Circular
e outras soluções
para o planeta,
acesse:



ambipar

LÍDER GLOBAL
EM SOLUÇÕES
AMBIENTAIS.



PATRICIA CRUZ

**TATHIANA HARDT
SOUTO TURBIAN**
Publisher VIDI

Um editorial para o mês de março

É no mês de março que lembramos das mulheres. Mas é no ano inteiro que nós, mulheres, lembramos que a sociedade só se lembra de nós nessa época. A luta é diária: contrastando com a relevância do seu papel nas sociedades contemporâneas,

todas as mulheres, e principalmente as mais pobres, continuam submetidas a um ciclo de exclusão e violência infundável. No Brasil, elas representam a maioria dos trabalhadores informais, recebendo salários inferiores aos dos homens e enfrentando, com frequência, condições mais precárias de trabalho. Mas a violência de gênero, que não poupa nenhuma classe social, se impõe como uma realidade brutal em nosso país. O Brasil figura entre as nações com as taxas mais altas de feminicídio no mundo (quase o dobro da Europa) e tem na violência doméstica uma das nossas maiores mazelas sociais. O temor da agressão torna-se uma barreira adicional que prejudica a autonomia feminina, afastando as mulheres brasileiras do mercado de trabalho e dos espaços públicos. E lembrem-se: sem uma luta contínua pela igualdade, nossas conquistas perderão força. E nossas forças se enfraquecem cada vez que uma mulher se vira contra a outra. Este lembrete está em um editorial de março. Mas não se engane: minha equipe é recheada de mulheres poderosas, que trabalham diariamente para que essa luta traga cada vez mais vitórias. Vamos juntas. 🍀



ADOBE STOCK

VOCÊ SABE O QUE É DESCARBONIZAÇÃO?

A AMBIPAR É LÍDER NESSE ASSUNTO.

A Ambipar é uma empresa brasileira, líder global em soluções ambientais, presente em 6 continentes e 41 países. Entre as nossas inúmeras soluções para o planeta, está a descarbonização.

Descarbonizar é reduzir emissões para combater as mudanças climáticas, e a Ambipar lidera essa missão como uma das desenvolvedoras de projetos florestais mais premiadas globalmente. Em 2022, nosso projeto de restauração foi eleito o melhor do mundo.

Com a gestão de uma área de Floresta Amazônica equivalente ao tamanho da Bélgica e potencial para gerar mais de 5 milhões de créditos de carbono, nossos projetos não apenas reduzem emissões, mas também preservam a biodiversidade oferecendo soluções impactantes e sustentáveis para empresas comprometidas com o futuro do planeta.

Se você quer
saber mais
sobre Descarbonização
e outras soluções
para o planeta,
acesse:



ambipar

LÍDER GLOBAL
EM SOLUÇÕES
AMBIENTAIS.



CAROLINE SOUZA

BRUNA MAGATTI

Editora-Chefe
da Revista VIDI

O poder da beleza limpa

Preparando a entrevista para Patrícia Lima, a fundadora e CEO da Simple Organic, me dei conta de algo extremamente importante: somente a beleza limpa e sustentável pode ajudar na auto estima – e na saúde – de mulheres que estão enfrentando batalhas imensas – como câncer e outras enfermidades – e se esquecem que continuam maravilhosas nestes processos. “Recebemos muitos depoimentos de pessoas em tratamento quimioterápico e que conseguiram passar por essa fase desafiadora resgatando a autoestima e feminilidade com nossos produtos. É um misto de felicidade e emoção saber que chegamos para fazer a diferença na vida delas”, disse Patrícia. É fato que a Simple Organic, uma marca brasileira de Clean Beauty vegana, natural, sem gênero, cruelty-free e orgânica, trouxe lá

atrás em 2017, um conceito que desafiou o mercado da beleza, e conseguiu o apoio das novas gerações que agora, estão preocupadas com o que consomem – principalmente em seus corpos. Mas saber que a sustentabilidade pode ajudar, não somente o planeta, mas as mulheres da forma mais simples e saudável possível, é uma enorme satisfação. Ponto para nós, mulheres, em ter Patrícia como aliada.

A nova edição da VIDI traz, nas Green Pages, como Patrícia Lima está revolucionando o mercado da beleza, sem comprometer a saúde das pessoas e o meio ambiente, através da Simple Organic! A nova editoria especial sobre a COP30 traz a carta divulgada pela presidência da cúpula sobre o que podemos esperar do evento, além da USP como case de sucesso da vez! Confira nossas redes sociais (@mundovidi) e vamos juntos na transformação do planeta. 🌱



DIVULGAÇÃO

FOCA 2025
FÓRUM CARIOCA DE
DESENVOLVIMENTO
E EQUILÍBRIO SOCIOECONÔMICO
AMBIENTAL

20/05/2025

Lagoon - Lagoa Rodrigo de Freitas - Rio de Janeiro

www.focarj.online

REALIZAÇÃO

MEDIA PARTNERS

GCSM
Global Council of Sustainability & Marketing

FÓRUM das AMÉRICAS

FACILITYDOC

The WINNERS
Prime London Magazine

vidi
CONEXÃO VISUAL

Economy & Law

BRAZILECONOMY
O PODER DA INFORMAÇÃO

“Vejo a beleza sustentável como uma ferramenta de empoderamento e transformação social”

Com a Simple Organic - uma marca brasileira de Clean Beauty vegana, natural, sem gênero, cruelty-free e orgânica - **PATRÍCIA LIMA** está revolucionando o mercado da beleza, sem comprometer a saúde das pessoas e o meio ambiente

Patrícia Lima já tinha uma carreira consolidada. A publicitária catarinense era proprietária de uma agência de comunicação e publisher da revista Catarina, em Florianópolis, atendendo majoritariamente do setor de moda. Foi em um momento cotidiano, enquanto amamentava sua filha Maya (hoje com 11 anos), que sua vida tomou um novo rumo. Ao perceber que a mão da filha, antes em seu rosto

maquiado, agora tocava sua boca, um alerta se acendeu. A preocupação com a possível exposição da bebê a substâncias tóxicas a levou a investigar a composição dos cosméticos que usava. O que descobriu acendeu não apenas um alerta, mas também um propósito: criar um futuro mais seguro e consciente para sua filha e para as próximas gerações. Foi assim que nasceu a Simple Organic, uma marca brasileira de Clean Beauty vegana, natural, sem gênero, cruelty-free e orgânica.



Em 2017, Patrícia percebeu uma lacuna significativa no mercado brasileiro de beleza limpa, ainda pouco explorado de forma ética e abrangente. Com coragem e determinação, decidiu viajar para a Indie Beauty Expo, uma das maiores feiras de tendências de beleza do mundo, em Los Angeles. Ali, mergulhou no universo do skincare e da maquiagem eco-friendly e compreendeu o enorme potencial desse segmento. De volta ao Brasil, procurou a certificadora Ecocert, referência mundial em iniciativas sustentáveis, e saiu de lá com uma lista de fabricantes capazes de produzir cosméticos com ativos 100% naturais. A Simple Organic começou com pouco mais de 20 produtos, fabricados na Itália, finalizados no Brasil e vendidos exclusivamente online. A operação era gerenciada em um espaço de apenas 40m², onde até o

estoque era mantido. Em 2021, a marca foi adquirida pela Hypera Pharma, e a injeção de capital impulsionou um crescimento expressivo. Em 2023, a empresa expandiu 70% e apresentou um aumento de faturamento de 1.201% em relação a 2020. Encerrando 2024 com novas conquistas, a Simple Organic se tornou The Simple Company, lançando a marca People Colour. Hoje, a empresa conta com 30 lojas físicas e mais de 3 mil pontos de venda no setor farmacêutico. Com uma gestão horizontalizada, a equipe de mais de 100 profissionais, de diferentes gerações, compartilha o mesmo propósito de transformação.

Desde o início, a Simple Organic se comprometeu com a sustentabilidade, mantendo parcerias com pequenos produtores e agricultores. Por meio de colaborações com o Instituto Beracca, a empresa ajudou a construir casas de extração de óleos, implantou sistemas biológicos de tratamento de esgoto e digitalizou comunidades, doando computadores para facilitar a comercialização de produtos. A Simple Organic também fortaleceu a cadeia do Óleo de Patauá e impulsionou a economia da comunidade de Anajás, na Ilha de Marajó, de onde provêm alguns dos óleos vegetais orgânicos usados em suas fórmulas.

A empresa também investe na neutralização de carbono em toda a cadeia produtiva e promove a logística reversa com embalagens recicláveis. Um exemplo é a Simple Bag, uma sacola solúvel em água, 100% compostável e biodegradável, que se transforma em alimento para peixes. Clientes que realizam o

**“ Encontrar
fornecedores
de ingredientes
verdadeiramente
orgânicos e
sustentáveis,
em um mercado
ainda dominado
por produtos
convencionais, foi um
grande obstáculo ”**



descarte correto das embalagens dos produtos recebem 10% de desconto em compras futuras, incentivando a sustentabilidade na prática. As fórmulas dos produtos são desenvolvidas com o compromisso de oferecer alta performance aliada à responsabilidade ambiental. A marca coleciona importantes selos e certificações, como COSMOS da ECOCERT, PETA VEGAN APPROVED & CRUELTY-FREE, eureciclo, EcoSun Pass Approved, Lixo Zero, Frete CO2 Neutro e Compenso Carbono. Em 2023, a Simple Organic tornou-se signatária do Pacto Global da ONU e, durante a última COP, comprometeu-se publicamente com sete dos dez Movimentos da Ambição 2030, reforçando seu comprometimento com a beleza consciente e sustentável.

Nas próximas páginas, Patrícia Lima compartilha sua trajetória, revela seus planos para o futuro e reflete sobre o impacto positivo de sua iniciativa na pele e na consciência de diferentes gerações.

VIDI – A Simple Organic foi pioneira no Brasil em um momento onde a indústria se movia completamente contrária a essa linha sustentável. Qual foi o maior desafio em fazer a marca crescer?

Patrícia Lima – O maior desafio da Simple Organic ao crescer no mercado brasileiro foi romper com os padrões da indústria de cosméticos tradicional, que ainda era fortemente baseada em ingredientes sintéticos, testes em animais e embalagens não sustentáveis. Como pioneira na área de beleza limpa e sus-



ADILSON SANTOS

tentável, investimos na educação do consumidor. Muitas pessoas não conheciam cosméticos orgânicos e naturais, então foi necessário investir em conscientização sobre os benefícios e diferenciais desses produtos. Encontrar fornecedores de ingredientes verdadeiramente orgânicos e sustentáveis, em um mercado ainda dominado por produtos convencionais, foi um grande obstáculo. O custo de produção foi outro. Produtos sustentáveis costumam ter um custo mais alto de fabricação, e a marca precisou equilibrar qualidade e preço acessível para conquistar o público. Enfrentar empresas consolidadas que começaram a se adaptar à tendência sustentável exigiu inovação constante e uma forte identidade de marca. Crescer sem comprometer os valores sustentáveis foi um desafio, já que o modelo tradicional de distribuição nem sempre é compatível com marcas ecológicas. O bom é que a Simple Organic conseguiu superar esses desafios com autenticidade, inovação e um propósito forte, conquistando o espaço de líder mercado de beleza sustentável no Brasil.

VIDI – Você já afirmou que no início, com a marca passando por dificuldades e quase quebrando financeiramente, foi ‘o posicionamento claro e a sustentabilidade que a salvou’. A Simple começou a atrair o mercado de investidores, e no segundo recebeu 16 propostas de aquisição. Qual foi o ponto de virada?

PL – Acho que é importante destacar o ponto de virada desde o início. Precisa ficar claro que a Simple estava em um momento de grande exigência de

capital, algo além do que eu tinha disponível. Durante três anos, fiz o máximo possível como empreendedor individual, mas o crescimento da marca demandava mais recursos. O verdadeiro ponto de virada foi a entrada de investidores com respaldo, o que permitiu um avanço significativo. Além disso, é muito válido mencionar como a sustentabilidade impulsionou o crescimento da Simple de forma mais rápida do que o esperado.

VIDI – Com as matérias-primas utilizadas pela Simple sendo provenientes de pequenos produtores e agricultores, foi possível iniciar a neutralização de carbono produzido por toda a logística da cadeia de produção de seus produtos. Como isso se deu?

PL – Ser uma marca sustentável exige um olhar atento para todo o ciclo de produção dos nossos produtos e ações. Essa responsabilidade é compartilhada com nossos consumidores, o que nos permite alcançar metas ainda maiores de neutralização de carbono. Compensamos todas as emissões de carbono geradas pela nossa cadeia logística. Esse processo envolve o cálculo das emissões com base na quilometragem percorrida e no volume (peso) das cargas transportadas até o nosso Centro de Distribuição. Além disso, neutralizamos anualmente as emissões da nossa rede de lojas físicas. Para tornar a entrega das suas compras mais sustentável, oferecemos a opção de frete neutro por apenas R\$1,60 no checkout do seu pedido. Essa é uma maneira acessível e coletiva de adotar uma prática essencial para o meio ambiente. Também compen-

“Oferecemos a opção de frete neutro por apenas R\$1,60 no checkout do seu pedido.

Essa é uma maneira acessível e coletiva de adotar uma prática essencial para o meio ambiente”

samos as emissões de carbono em diversos eventos que realizamos ou patrocinamos, como a Copenhagen Fashion Week no ano passado, além da New York Fashion Week e da London Fashion Week em edições anteriores. Nosso compromisso com a neutralização de carbono é validado por dois selos reconhecidos: Eu Compenso, da Agroforestry Carbon, e Frete Neutro, em parceria com a Eccaplan.

VIDI – “Sempre fomos Millenium, aí entramos na Geração Z e começamos agora a atingir a Alpha”, foi a frase que você já utilizou em outra entrevista. Qual é o desafio em lidar com essas diferentes gerações?

PL – O desafio está em sempre inovar, ouvindo as dores desses consumidores, trazendo eles sempre para mais perto para participar das decisões da marca e fortalecendo o senso de pertencimento, em criar soluções com agilidade e performance, e com uma comunicação fresca e que faça sentido para esse público.

VIDI – A Simple acabou de adicionar uma empresa-irmã ao seu portfólio: a People Colour, com uma linha de produtos para lábios e direção criativa da influenciadora Malu Borges. Você já afirmou que as marcas têm a mesma base, o mesmo DNA, mas com formulação e posicionamento diferentes. O que isso significa?

PL – A People Colour nasceu respaldada pela expertise da Simple Organic, porém com atuação independente para ampliar a oferta de produtos sustentáveis no segmento de beleza. A People Colour possui regras próprias de limpeza de fórmula, mas com os mesmos valores da Simple. O que uma é diferente da outra? Tudo. Mas quando a gente olha como Grupo, elas conversam entre si, com os mesmos valores de impacto positivo. People é uma marca que nasce sendo construída pelo público nos próximos 6-8 meses, tendo um super nome nativo digital que é a Malu Borges trazendo isso. A gente passa a ser um Grupo pelo crescimento da Simple, pela vontade de ter mais marcas trazendo impactos positivos para a sociedade. A Simple como marca não muda em nada e segue o seu caminho, seu DNA, seus lançamentos. O que acontece é que, a gente como empresa cresce e lança mais marcas. E essa é a primeira, mas quais são as próximas? A gente está muito mergulhado dentro universo de People Colour, que é uma marca que já nasce grande, diferente de Simple, que nasceu pequenininha e independente e foi adquirida por um Grupo (Hypera). Simple cresce e sai do nicho, e pode se “dar o direito” de apresentar para a sociedade, para o mercado uma outra marca de impacto positivo.

“Esse sempre foi o nosso propósito, oferecer preços acessíveis e nunca antes vistos no mercado de clean beauty nacional para o consumidor final”

VIDI – Em 2024 a Simple também lançou a primeira linha em larga escala, a [R] evolution, com a premissa de democratizar o uso dos produtos. Com a beleza sustentável ainda sendo muito cara no Brasil, como foi esse processo?

PL – Foi necessário muito planejamento, um longo processo de negociação com fornecedores de matérias-primas e de embalagens, estruturação de uma produção em larga escala, e muitas horas de pesquisa e desenvolvimento em alta tecnologia e combinação de ativos. Tudo isso sem comprometer o padrão, performance e premissas que temos (insumos certificados, veganos, *cruelty-free*, obtidos através do manejo sustentável, livres de ingredientes tóxicos, visando tanto a saúde humana quanto a preservação do meio ambiente) para alcançar o maior número de pessoas. Esse sempre foi o nosso

propósito, oferecer preços acessíveis e nunca antes vistos no mercado de clean beauty nacional para o consumidor final. Conseguimos isso com a [R]evolution e, neste ano (2025) iremos revolucionar ainda mais o mercado de *clean beauty*, derrubando as barreiras que tornam o cuidado com a saúde e o bem-estar inacessível.

VIDI – Para além da sustentabilidade em suas operações e produtos, a marca vem realizando ações de impacto positivo em outras frentes. É o caso de um projeto recente que levou atendimento médico e odontológico a comunidades ribeirinhas e aldeias da Amazônia. Podemos esperar por novas iniciativas?

PL – Sim, especialmente no fortalecimento das iniciativas já existentes, ampliando ainda mais nossa atuação. Há alguns anos, estamos engajados com a Sea Shepherd Brasil, uma organização dedicada à proteção da vida marinha. Desde 2022, participamos de um projeto financiando treinamentos e capacitações de padrão internacional para a remoção de redes fantasmas do fundo dos mares e oceanos. Essas ações são conduzidas por mergulhadores experientes e contam com estrutura para mutirões subaquáticos. As redes abandonadas representam um grande perigo, aprisionando animais que, sem conseguir se libertar, acabam morrendo por falta de alimento ou oxigênio. Recentemente, in-



“Recebemos muitos depoimentos de pessoas em tratamento quimioterápico e que conseguiram passar por essa fase desafiadora resgatando a autoestima e feminilidade com nossos produtos”

gressamos no universo do samba como a primeira marca de beleza limpa e sustentável a firmar uma parceria inédita com a Beija-Flor de Nilópolis. As marcas Simple e People patrocinaram o skincare e a maquiagem da Rainha de Bateria, Lorena Rayssa, que celebra sua primeira gravidez. Dessa forma, levamos o conceito de Clean Beauty a um novo ambiente, dentro de um dos eventos mais importantes do país, ao lado de uma das maiores agremiações do carnaval brasileiro. Esse movimento reflete o que iniciamos em 2017, quando introduzimos a beleza limpa nas passarelas de moda – um espaço até então dominado por grandes marcas sintéticas. Antes, fazia-

mos isso apenas com a Simple Organic, mas agora contamos com a força adicional da People Colour.

Além disso, promovemos um workshop especial para as passistas, abordando temas como empoderamento feminino, autocuidado e amor-próprio, ressaltando seus papéis essenciais na construção do espetáculo. Também produzimos uma websérie documental para contar as histórias das mulheres da comunidade da Escola, que bordam, dançam e dão vida a cada enredo. O projeto, intitulado *Rostos do Brasil*, publicado em pequenos episódios nas redes sociais da Simple Organic e da People Colour, em um cronograma alinhado ao Dia Internacional da Mulher.

VIDI – Como você se sente em saber que sua marca ajuda casos ligados à saúde, como uma mulher que está fazendo quimioterapia ou qualquer outro momento muito difícil de autoestima onde não se pode usar nenhum produto sintético?

PL – Recebemos muitos depoimentos de pessoas em tratamento quimioterápico e que conseguiram passar por essa fase desafiadora resgatando a autoestima e feminilidade com nossos produtos. É um misto de felicidade e emoção saber que chegamos para fazer a diferença na vida delas. É isso que a gente fala desde o nosso dia zero: alcançar o maior número de pessoas com a beleza limpa e impactar positivamente a vida delas.

VIDI – Você participou com a Simple Organic das últimas três Conferências do Clima da ONU (COPs), em Sharm



DIVULGAÇÃO

El Sheik, em Dubai e na mais recente COP29, em Baku. Nas duas primeiras, foi como palestrante apresentar o 'case' de impacto positivo da marca, e na última, quis absorver o máximo da experiência. Agora a COP30 será no Pará. Juntando suas experiências anteriores, qual sua expectativa para esse evento?

PL – Atualmente, enfrentamos um cenário desafiador, onde uma das maiores potências mundiais está se afastando do compromisso com a sustentabilidade. Isso gera um impacto significativo no mercado, fortalecendo empresas que praticam greenwashing e dificultando o trabalho das marcas e cidadãos que acreditam em um futuro sustentável. Precisamos ser ainda mais firmes e seguir com propósito, reforçando nossa responsabilidade de cuidar do planeta.

Nosso compromisso está em incentivar o consumo consciente, reduzindo o impacto ambiental e promovendo práticas sustentáveis. Nos próximos quatro anos, veremos um aumento nas discussões sobre sustentabilidade sendo questionadas, principalmente nos Estados Unidos. Sabíamos que esse cenário viria, mas agora ele se torna ainda mais evidente. Essa realidade reforça a importância de mantermos nossos valores e objetivos em cada escolha diária. Não será um caminho fácil, principalmente porque há governos que colocam interesses econômicos acima das questões ambientais. Essa é uma das maiores batalhas do nosso tempo: o conflito entre lucro imediato e um futuro sustentável. Minha expectativa para a COP30 no Pará é que essa edição tenha um impacto ainda mais significativo,

especialmente pelo fato de acontecer no Brasil, um país essencial na agenda climática global. Acredito que teremos uma oportunidade única de discutir soluções sustentáveis em um dos biomas mais importantes do planeta, a Amazônia, trazendo à tona debates fundamentais sobre preservação, regeneração e economia sustentável.

Vejo um espaço cada vez maior para empresas que, como a nossa, integram práticas sustentáveis de forma autêntica e inovadora, promovendo mudanças reais na indústria e no comportamento do consumidor. Além disso, estar no Brasil significa poder ampliar o diálogo com a sociedade, conectando a pauta ambiental a questões sociais e econômicas que impactam diretamente as comunidades locais. Será uma oportunidade valiosa

“Acredito que teremos uma oportunidade única de discutir soluções sustentáveis em um dos biomas mais importantes do planeta, a Amazônia, trazendo à tona debates fundamentais sobre preservação, regeneração e economia sustentável”

para fortalecer parcerias, compartilhar experiências e contribuir para um futuro mais sustentável e regenerativo.

VIDI – Na sua opinião, qual o poder de uma beleza 100% sustentável no futuro?

PL – Na minha visão, a beleza 100% sustentável tem o poder de transformar não apenas a indústria, mas também a maneira como as pessoas se relacionam com o consumo e com o planeta. Quando fundei a Simple Organic, meu objetivo sempre foi mostrar que é possível unir inovação, qualidade e impacto positivo, sem comprometer a saúde das pessoas nem o meio ambiente. O futuro da beleza está diretamente ligado à sustentabilidade, e acredito que essa mudança será cada vez mais irreversível. Marcas que não se adaptarem a essa nova realidade simplesmente não terão espaço. O consumidor já está mais consciente e exige transparência, ingredientes limpos, processos éticos e embalagens responsáveis. Mas, além da responsabilidade ambiental, vejo a beleza sustentável como uma ferramenta de empoderamento e transformação social. Desde a escolha de insumos até o apoio a comunidades e a forma como nos posicionamos no mercado, tudo deve estar alinhado com um propósito maior. Não se trata apenas de um produto, mas de um movimento que incentiva mudanças reais. No futuro, uma beleza 100% sustentável será o padrão – e não mais uma exceção. E eu me orgulho de estar à frente dessa revolução, provando que é possível criar impacto positivo e, ao mesmo tempo, entregar performance e inovação para o consumidor. 🌱



Ping Pong **VIDI**

Livro: A Vida Que Vale a Pena Ser Vivida, de Clóvis de Barros Filho e Arthur Meucci – porque acredito que propósito e impacto positivo são essenciais em tudo o que fazemos

Filme: O Sal da Terra, de Wim Wenders e Juliano Ribeiro Salgado – um documentário inspirador sobre a conexão entre o homem e a natureza, algo que guia muito o meu trabalho

Música: Three Little Birds, de Bob Marley – porque transmite uma

energia positiva e a mensagem de que, no fim, tudo vai dar certo

Hobby: Viajar para lugares inexplorados e me conectar com novas culturas, sempre buscando inspirações para a vida e para a Simple Organic

Maior sonho: Ver a indústria da beleza completamente regenerativa, onde sustentabilidade não seja mais um diferencial, mas sim a regra. Quero deixar um legado real de impacto positivo para o planeta e para as próximas gerações

Em carta, COP30 propõe nova estratégia global e **aposta em protagonismo do Sul**

A presidência divulga sua primeira carta oficial, delineando as prioridades para a Cúpula do Clima da ONU, que acontecerá em Belém, de 11 a 21 de novembro

ISABELA CASTILHO/COP30 AMAZÔNIA





Ana Toni, CEO da
COP30 e André Corrêa
do Lago, presidente da
COP30 fazem a leitura
da Carta Oficial

A presidência da COP30 publicou no dia 10 de março sua primeira carta oficial, delineando as prioridades para a Cúpula do Clima da ONU, que acontecerá em Belém, de 11 a 21 de novembro. O documento enfatiza o multilateralismo e coloca o Sul Global no centro da agenda climática, propondo um novo impulso coletivo para acelerar a implementação do Acordo de Paris. A carta também marca um ponto de inflexão, destacando que esta será a primeira COP realizada sob a emergência climática, com o mundo ultrapassando 1,5°C por mais de um ano consecutivo, um alerta crítico para o futuro do planeta. Entre os principais pontos da carta, destacam-se a propos-

ta de um “Global Ethical Stocktake”, que amplia a abordagem do Balanço Global para incluir critérios de justiça e responsabilidade histórica, e o lançamento do “Circle of Indigenous Leadership”, uma resposta à demanda do movimento indígena por um papel central na COP30. A presidência também sugere um “mutirão” climático, inspirado na tradição indígena de esforço coletivo, para engajar novos atores na implementação das ações climáticas. No campo financeiro, a carta reforça a necessidade de reformar a arquitetura financeira internacional e propõe um modelo digital para conectar países em desenvolvimento a oportunidades de cooperação.

“A mudança é inevitável – seja por escolha ou por catástrofe. Se o aquecimento global não for controlado, a mudança



ISABELA CASTILHO/COP30 AMAZÔNIA

Conferência de divulgação da Carta Oficial da COP30

nos será imposta, ao desestruturar nossas sociedades, economias e famílias. Se, em vez disso, optarmos por nos organizar em uma ação coletiva, teremos a possibilidade de reescrever um futuro diferente”, mencionou o documento.

Corrêa do Lago afirmou na carta que a conferência do clima de 2025 terá como foco ampliar o financiamento climático para países em desenvolvimento e acelerar a implementação das metas do Acordo de Paris. O documento destacou pedido para reforço de ações de financiamento destinadas a países em desenvolvimento contra a mudança do clima de forma a atingir a meta de pelo menos US\$ 1,3 trilhão por ano até 2035. O embaixador citou ainda a importância de avançar na implementação das propostas do Acordo de Paris. Segundo Corrêa do Lago, em vista da urgência climática, “precisamos de uma ‘nova era’ para além das negociações: devemos ajudar a colocar em prática o que foi acordado. “Devemos puxar de forma decisiva as alavancas de nossos processos, mecanismos e órgãos para alinhar os esforços dentro e fora da UNFCCC aos objetivos de longo prazo do Acordo de Paris relativos a temperatura, resiliência e fluxos financeiros”, afirmou o embaixador em carta.

Na carta, sem citar nominalmente nenhum país, o embaixador falou sobre paralisia e fragmentação, fazendo uma referência indireta aos Estados Unidos, que recentemente saiu do Acordo de Paris, ao exaltar o multilateralismo. “Ao aceitar a realidade e combater a catástrofe, o cinismo e o negacionismo, a

“Devemos puxar de forma decisiva as alavancas de nossos processos, mecanismos e órgãos para alinhar os esforços dentro e fora da UNFCCC aos objetivos de longo prazo do Acordo de Paris relativos a temperatura, resiliência e fluxos financeiros”

COP30 deve ser o momento da esperança e das possibilidades por meio da ação – jamais da paralisia e da fragmentação. Devemos enfrentar a mudança do clima juntos e reativar nossas habilidades coletivas e individuais de resposta: nossas “resposta-habilidades”.

A Carta da COP30 reflete as dificuldades de seu tempo. Ela acerta ao afirmar que toda liderança do século XXI será definida pela capacidade de liderar em clima. Para que sua liderança seja crível, o Brasil precisará enfrentar debates delicados e garantir que a implementação da agenda climática seja ampla e coerente. Se a COP30 pretende ser lembrada como a COP da implementação, a transição para longe dos combustíveis fósseis terá de ser o assunto central no dia 21 de novembro de 2025.

A REPERCUSSÃO



ISABELA CASTILHO/COP30 AMAZÔNIA

Marina Silva, ministra de Meio Ambiente e Mudança do Clima do Brasil, disse:

“A carta lançada pelo presidente designado da COP30, André Corrêa do Lago, é um chamado a governos, sociedade civil, cientistas, empresários, povos indígenas e comunidades locais pela superação de diferenças e união em torno da inauguração de um novo tempo da ação climática, focado na implementação dos compromissos firmados ao longo da última década, desde a assinatura do Acordo de Paris. O presidente designado da COP30 insta as partes ao esforço de realizarem juntas uma verdadeira tessitura global contra a mudança do clima, em prol do equilíbrio climático e melhores condições de existência para todas as formas de vida.”

“Um dos pilares dessa agenda de mobilização é a decisão de fazer um Balanço Ético Global (BEG) rumo à COP30: uma articulação mundial pela meta do Acordo de Paris de limitar o aumento da temperatura média do planeta a 1,5°C em relação ao período pré-industrial. Assim, a presidência brasileira da COP30 busca alavancar um movimento global de cooperação entre os povos para o enfrentamento da mudança do clima, com base no fortalecimento do multilateralismo, único caminho possível para efetivação dessa tarefa.”

A SUA EMPRESA **ESTÁ NA DIREÇÃO** *certa?*

Conheça a nossa
mentoria - acessível
às pequenas e
médias empresas que
buscam revitalizar
e modernizar
sua gestão.



 BRA + 55 11 983540666

 jr@jrbenites.com

 [jrbenitesboardadvisory](https://www.instagram.com/jrbenitesboardadvisory)

 USA + 1 214 499 6061

 www.jrbenites.com

 [jrbenites](https://www.linkedin.com/company/jrbenites)



Toya Manchineri, coordenador-geral da Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira (COIAB), disse:

“O presidente da COP acerta ao ver as florestas como uma resposta importante para a urgência climática. No entanto, embora a proteção das florestas seja fundamental, a verdadeira solução para a crise climática está em mudar as causas que a geram. A preservação das florestas só será eficaz se ampliarmos a demarcação das terras indígenas, tivermos um bom financiamento direto e fizermos a transição para uma sociedade de baixo carbono — e isso precisa ser rápido. Não podemos mais adiar a eliminação dos combustíveis fósseis. A cautela na carta sobre esse assunto exige mais coragem e ambição. Caso contrário, como diz a própria carta, ‘a falta de ambição será julgada como falta de liderança’. A Amazônia não vai aguentar, por mais que façamos a nossa parte, se o planeta continuar pegando fogo”



FOTOS DIVULGAÇÃO

Marcio Astrini, secretário-executivo do Observatório do Clima, disse

“Para que os combustíveis fósseis entrem na pauta da conferência será necessário um amplo processo de pressão e união sobre o tema. Apesar do cenário internacional adverso, a liderança do Brasil na COP 30 abre essa oportunidade. A carta da presidência diz que a COP30 pode iniciar uma inflexão na luta contra a crise climática e que podemos ganhar de virada. Para virar esse jogo, o Brasil terá que jogar no ataque.”



Sinéia do Vale, copresidente do Fórum Internacional de Povos Indígenas sobre Mudanças do Clima para a América Latina e Caribe (Caucus Indígena), disse:

“O círculo de liderança indígena proposto na carta é um avanço, mas precisamos garantir que ele tenha uma conexão direta e significativa com as decisões da COP. A ênfase nos saberes e conhecimentos das lideranças e organizações indígenas do Brasil precisa ser real e efetiva, pois são elas que estão na linha de frente e têm um papel crucial a desempenhar nesse mutirão pela justiça climática.”





Sua empresa voando alto em céu de brigadeiro.



Utilizar os serviços da Demanda Pesquisas é comparável a ter um copiloto com experiência de mais de 7.000 horas de voo.

Nossa especialidade é prever turbulências, ajudando você a pilotar sua empresa pelas rotas mais seguras.

Nossa equipe experiente já ajudou mais de 800 importantes empresas brasileiras, europeias e norte-americanas a realizarem pousos e decolagens em total segurança.

São mais de 7.000 estudos realizados com o objetivo de orientar as melhores decisões.

Saiba mais sobre quais tipos de pesquisas podemos oferecer para as suas próximas viagens.



Fale com Silvio Pires de Paula
silvio@demanda.com.br - tel.: +55 11 3218-8000 - www.demanda.com.br

Dr. Kjell Kühne, Diretor da Iniciativa Leave it in the Ground (LINGO), disse:

“A urgência da crise climática não está apenas dentro das fronteiras dos países, mas nos estilos de vida dependentes dos combustíveis fósseis das classes abastadas, que transcendem as nações e continuam a bloquear um progresso significativo. O sistema financeiro deve ser reformado para levar em conta os custos ambientais e sociais que foram ignorados por tanto tempo. Com a vontade política adequada, instituições como o FMI e os bancos centrais poderiam direcionar trilhões para uma rápida transição energética—sem sobrecarregar os países em desenvolvimento com mais dívidas externas. Chegou a hora de mudar a conversa de culpa para ação coletiva”.



Claudio Angelo, coordenador de Política Internacional do Observatório do Clima, disse:

“Apenas reafirmar o que foi acordado na COP28 sobre combustíveis fósseis e torcer para que os países incluam a transição em suas metas não basta; é preciso estabelecer um calendário e uma ordem de saída para a transição energética, bem como explicitar e eliminar as barreiras políticas e econômicas a ela. Não há oportunidade melhor para iniciar esse processo que a COP do Brasil, liderada por negociadores competentes num país que conta com ampla simpatia do mundo todo, mesmo no contexto geopolítico sombrio em que estamos.”



**Confira a carta
na íntegra aqui:**



Alexandre Prado, líder de mudanças climáticas do WWF-Brasil, disse:

“A carta do presidente da COP30 é uma mensagem contundente de defesa do multilateralismo, de que apenas saídas individuais não bastam para enfrentar o desafio global das mudanças climáticas. Só a partir do diálogo e da cooperação (e a COP é um espaço privilegiado para que isso aconteça) é que podemos adotar saídas e soluções coletivas para um problema que afeta diretamente a vida das pessoas em todos os lugares do mundo. Trata-se também de um chamado à ação: essa será a COP da implementação, destacando a essencial participação de lideranças indígenas, mostrando que ciência, tecnologia e conhecimentos tradicionais devem caminhar juntos para o enfrentamento das crises climática e de biodiversidade”.



RAFA NEDDERMEYER/COP30 AMAZÔNIA



Flávia Bellaguarda, diretora executiva da LACLIMA, disse:

“A carta adota um tom conciliador e propositivo, valorizando os avanços do Acordo de Paris e apostando no multilateralismo e no apoio das presidências anteriores, desde a COP 21, para destravar aspectos fundamentais de implementação do regime internacional para o clima. Um destaque importante é nas menções ao tema das transições justas e ao protagonismo do Sul Global, ilustrada por meio da metáfora do Cruzeiro do Sul. Mas apesar de destacar o relevante papel das florestas e da biodiversidade para lidar com os desafios da “urgência climática”, a carta dá muito pouco destaque à transição energética e aos combustíveis fósseis, temas fundamentais que vinham sendo enfrentados pelas últimas Presidências das COPs”.

O ambicioso plano da USP

Com um investimento de R\$ 5 milhões da Ambipar, a Universidade de São Paulo pretende ser carbono neutro até 2025

ambipar^a

USP PROCLIM

GUILHERME LIMA

Case de Sucesso

O novo centro de estudos da USP, o Centro de Pesquisa e Inovação em Clima e Sustentabilidade (USPproClima) receberá investimento da ordem de R\$ 5 milhões nos próximos cinco anos da empresa Ambipar, empresa multinacional brasileira na área de soluções ambientais. A Ambipar também apoiará a USP no desenvolvimento de iniciativas de descarbonização para que a Universidade receba a certificação “carbono neutro”

até o final de 2025 – tornando-se uma das primeiras universidades no mundo com este título. O anúncio foi feito na cerimônia de lançamento oficial do centro, realizada durante o seminário internacional promovido pela GreenMetrics, no dia 12 de dezembro, na Sala do Conselho Universitário, no prédio da Reitoria, em São Paulo.

O USPproClima atuará com pesquisas voltadas para mudanças climáticas e emergência ambiental. Ligado diretamente à Reitoria, terá cinco áreas de pesquisas: gerenciamento de carbono



GUILHERME LIMA

Autoridades e Professores do Comitê Gestor do USPproCLIMA



Discurso de Patrícia Iglecias no lançamento do Centro USPproCLIMA

e soluções baseadas na natureza, prevenção de desastres, ESG (sigla em inglês para *environmental, social and governance*, que representa a sustentabilidade ambiental, social e de governança corporativa), economia circular, além de gestão de resíduos sólidos e geração de energia renovável. Entre as tecnologias utilizadas estão a energia fotovoltaica e o biodigestor, sistema inovador que transforma resíduo orgânico em energia, licenciado para operação pela Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (Cetesb).

“Vamos atuar em linhas de trabalho voltadas para a pesquisa, a inovação

“A Ambipar também apoiará a USP no desenvolvimento de iniciativas de descarbonização para que a Universidade receba a certificação “carbono neutro” até o final de 2025 – tornando-se uma das primeiras universidades no mundo com este título”

Case de Sucesso



Visita ao biodigestor situado no campus da Cidade Universitária da USP e que integra o projeto do USPproCLIMA

e a difusão. Vamos trabalhar com sistemas de comércio de carbono com a questão da emissão dos títulos verdes, o CPR Verde [Cédula de Produto Rural], a tecnologia para captura e para a redução das emissões, entre outros temas. Outro foco é a prevenção de desastres, o trabalho em mitigação e adaptação e a construção de resiliência, algo tão importante no nosso contexto de eventos extremos, que estão sendo cada vez mais recorrentes não só no Brasil, mas também em outros países”, destacou a

superintendente de Gestão Ambiental e coordenadora do centro, Patrícia Iglesias. Segundo Patrícia, “A USP já vem trabalhando bastante na mudança de sua matriz energética. Estamos avançando muito com a questão da energia fotovoltaica e queremos avançar ainda mais em outros temas, como o biodigestor, um trabalho coordenado pelo professor Ildo Sauer, do Instituto de Energia e Ambiente, e que, de fato, é inovador, pois transforma resíduo orgânico em energia. É a primeira operação

A biodiversidade te espera.

**BINÓCULOS DA
LIBERDADE**



Convidamos você a
passarinho com a gente e
se reconectar com a fauna
que está ao seu redor.



Acesse, saiba
mais e inscreva-se!



Case de Sucesso

licenciada pela Cetesb [Companhia Ambiental do Estado de São Paulo] com a utilização dessa tecnologia”.

O Programa USP Susten, criado em 2022 com a proposta de gerar conhecimento para a construção de sociedades sustentáveis, a conservação do meio ambiente e a formação de recursos humanos comprometidos com tais objetivos, passará a fazer parte do novo centro. O reitor da USP, Carlos Gilberto Carlotti Junior, falou sobre os esforços que a Universidade tem feito nas áreas de inovação e sustentabilidade. O reitor citou que o USPproClima é o nono centro de estudos criados desde o início de sua gestão. “São nove centros temáticos, interdisciplinares, que estudam temas que sejam relevantes e formam a massa crítica de pesquisadores para ampliarmos a nossa capacidade

“Outro foco é a prevenção de desastres, o trabalho em mitigação e adaptação e a construção de resiliência, algo tão importante no nosso contexto de eventos extremos, que estão sendo cada vez mais recorrentes”

de de dar respostas para a sociedade. Queremos, com esses centros, aumentar a capacidade da Universidade para resolver problemas que ainda não têm soluções”, disse. 🌱



Superintendente de Gestão Ambiental e coordenadora do centro, Patrícia Iglecias



CONEXÃO DE MERCADO ATRAVÉS DE PESSOAS

Inscreva-se no AT Talks e tenha o nosso
canal como um instrumento de conhecimento

@agostinhoturbian
www.youtube.com/@agostinhoturbian



Solo Limpo, Cidade Viva

A cidade de São Paulo, maior e mais populosa metrópole do Brasil, enfrenta um desafio silencioso e persistente: a existência de centenas de terrenos contaminados que permanecem inutilizados.

Segundo dados da Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (CETESB), a capital paulista contabiliza centenas de áreas contaminadas, resultado,

em grande parte, de antigas atividades industriais e comerciais. Esses espaços, muitas vezes localizados em regiões estratégicas, representam, hoje, um risco ambiental e à saúde pública, mas devem ser vistos como uma oportunidade para a ampliação de infraestruturas essenciais à nossa população.

Diante da crise habitacional e da crescente demanda por espaços de convívio e lazer, a descontaminação desses terrenos surge como uma alternativa viá-



PREMIUM FREEPIK

vel para promover o uso social. Nesse sentido, a legislação paulista trata do tema com seriedade, por meio da Lei nº 13.577, de 8 de julho de 2009, que disciplina as diretrizes e responsabilidades relacionadas às áreas contaminadas, estabelecendo procedimentos para identificar, remediar e monitorar esses locais, garantindo que sejam devolvidos à sociedade de maneira segura e adequada.

Em uma cidade como São Paulo, onde a demanda por moradias populares é crescente, a destinação – após todo o procedimento de descontaminação – desses terrenos para programas de habitação social, por exemplo, mostra-se uma estratégia eficaz para democratizar o acesso à moradia digna.

Além do aspecto habitacional, há um imenso potencial de transformação desses espaços em áreas de lazer. Isso porque, como se sabe, parques urbanos, bibliotecas públicas e centros culturais ou comunitários são elementos essenciais para a qualidade de vida em ambientes urbanos densamente povoados.

“Como se sabe, parques urbanos, bibliotecas públicas e centros culturais ou comunitários são elementos essenciais para a qualidade de vida em ambientes urbanos densamente povoados”



DIVULGAÇÃO

***FERNANDO JOSÉ DA COSTA** - Coordenador do curso de Direito da FAAP, Presidente do Lide Justiça, conselheiro do INAC e INECRIPTO, Mestre e Doutor em Direito Penal, foi Secretário da Justiça e Cidadania do Estado de São Paulo, Presidente da Fundação CASA e Secretário Municipal da Justiça da Cidade de São Paulo, autor de inúmeros livros e artigos jurídicos

Considerando se tratar de um processo oneroso, que demanda tecnologia e conhecimento técnico especializados, além de fiscalização rigorosa para garantir a efetividade das medidas adotadas, é fundamental o fortalecimento de parcerias entre o setor público e a iniciativa privada, bem como o implemento de incentivos para estimular a recuperação ambiental.

Com a implementação eficaz da legislação vigente e a articulação de políticas públicas inovadoras, é possível transformarmos passivos ambientais em ativos sociais, garantindo que a cidade seja, de fato, para todos. 



Grant Thornton

O cenário atual demanda uma
**ação mais consciente
e efetiva das empresas**

E reforçar o compromisso com a
sustentabilidade é transformar o amanhã

**Qual o legado que sua empresa
deixará para a geração atual e
para as gerações futuras?**



A criação de valor a partir do desenvolvimento sustentável é cada vez mais requerida por investidores, mercados e sociedade.

A **Grant Thornton** auxilia as empresas a aumentarem sua maturidade em ESG de forma conectada com a geração de valor, assim como a estarem preparadas para reportar e realizar uma comunicação clara e objetiva ao mercado, contribuindo para um ambiente de negócios mais ético e transparente.

Confira mais sobre as nossas soluções

gt-brasil.com/esg



Go beyond business as usual.

Audit | Tax | Advisory

Brasil

Por VIDI



Diagnóstico busca fortalecer o etnoturismo em **Terras Indígenas na Amazônia Legal**

*Desenvolvido pelo Instituto Samaúma a pedido do
MDIC e PNUD da ONU, estudo lançado no Acre visa
aumentar as políticas públicas para o desenvolvimento
do etnoturismo sustentável na região*

O Turismo Sustentável é uma das formas de conhecer locais de forma consciente. Quando falamos de Terras Indígenas (TI), principalmente no Brasil, onde elas ocupam mais de 900 mil km², de acordo com o último levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a responsabilidade é ainda maior. Essas expedições sustentáveis estão aumentando e, felizmente, estão beneficiando os povos originários, na geração de renda e na valorização ambiental e cultural. Visando entender um panorama mais amplo e buscando criar políticas públicas cada vez mais eficientes, o Instituto Samaúma, em parceria com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) da ONU, realizou um estudo de seis meses para aprofundar neste processo. Um dos resultados foi o *Guia de Boas Práticas*, lançado na última semana durante um evento na Aldeia Shanenawa, dentro da TI Katukina-Kaxinawá, no Acre. Adentrar em uma área preservada possui grandes responsabilidades e impactos positivos quando feito de forma responsável. Para preservar as características ambientais e, principalmente culturais, grande parte dos guias e facilitadores das expedições são os próprios indígenas, assim como a alimentação, que é a tradicional da área visitada. Manter as coisas como elas são e ensinar ao

viajante como se portar e viver a espiritualidade da aldeia, em vez de adaptar as aldeias aos viajantes, é a principal missão, destaca Vari Shanenawa, antropóloga etnográfica.

A antropóloga ressalta que quando um viajante vai para uma aldeia ele busca uma vivência de etnoturismo, mas ao chegar, encontra uma vivência espiritual. “O povo não indígena entende que nós precisamos de terra, mas é muito superior a isso. Precisamos porque precisamos da floresta, é isso que garante o equilíbrio do planeta. Nós nos entendemos como guardiões da floresta e consagramos as medicinas sagradas na nossa vida”.

“ Para preservar as características ambientais e, principalmente culturais, grande parte dos guias e facilitadores das expedições são os próprios indígenas, assim como a alimentação, que é a tradicional da área visitada ”





DIVULGAÇÃO

Etnoturismo consciente impacta positivamente as aldeias

O turismo nas TIs deve ser de base comunitária, conforme regulamentado pela Fundação Nacional dos Povos Indígenas (FUNAI). Esse modelo de gestão coloca as comunidades como protagonistas das atividades de visitação em seus territórios, promovendo parcerias com agências e operadoras. “É essencial garantir uma divisão justa de benefícios e o respeito ao modo de vida local. A gestão comunitária e a transparência dos acordos com parceiros são fundamentais para o desenvolvimento saudável dos empreendimentos de turismo indígena”, afirma Lana Rosa, mestre em ciências ambientais e conservação e líder de equipe e diagnóstico do Instituto Samaúma. Essa forma de visitação une o turismo com o respeito pelo local, valorizando os saberes ancestrais e gerando renda aos povos originários a partir de uma atividade sustentável. De acordo com o último Censo, realizado em 2022 pelo IBGE, existem cerca de 1,7 milhões de pessoas que se identificam como indígenas e mais da metade vive na Amazônia Legal - área mapeada pelo estudo.

“O estudo de etnoturismo na Amazônia Legal foi uma oportunidade muito especial para o Instituto Samaúma e inédita para o Brasil. Este edital não representa apenas o reconhecimento de nossa competência, mas também uma oportunidade de fortalecer as práticas de Turismo de Base Comunitária e impulsionar a preservação cultural e ambiental através de políticas públi-

cas abrangentes, esta é a nossa expectativa a partir de agora. Para nós, isso significa nos aproximar ainda mais do turismo em que acreditamos: uma ferramenta poderosa para valorizar as comunidades indígenas e tradicionais, promovendo autonomia, sustentabilidade e valorização cultural. É também uma chance de amplificar as vozes que guardam os saberes ancestrais e de conectar viajantes a uma Amazônia que educa, emociona e transforma. Este projeto é, acima de tudo, sobre ressignificar a nossa relação com o território e construir um futuro mais equilibrado e respeitoso para todos”, afirma Daniel Cabrera, cofundador e diretor-executivo da Vivalá e do Instituto Samaúma.

A união entre as agências que possuem liberação para atuar em Unidades

“ O estudo de etnoturismo na Amazônia Legal foi uma oportunidade muito especial para o Instituto Samaúma e inédita para o Brasil ”

de Conservação e, principalmente nas TIs, são determinantes na manutenção de cultura e de um modo de vida. “A própria aldeia organiza as equipes de trabalhos para acompanhar uma vivência e para mim, esse é o grande benefício. Nós podemos propiciar que os



Resultado de um trabalho de seis meses, o Guia integra um projeto que investiga o cenário do etnoturismo na Amazônia Legal

jovens da aldeia possam trabalhar e estudar dentro dela, e nós queremos isso porque fortalece nossa cultura e nossa espiritualidade”, explica Vari. A sociobioeconomia também é importante na sobrevivência e estilo de vida. O extrativismo, beneficiamento de matérias-primas e produção familiar agroflorestal são atividades econômicas consolidadas que permitem o uso eficiente dos recursos naturais com baixo impacto ambiental e social em áreas protegidas.

Mapeamento foi necessário para entender o cenário

Resultado de um trabalho de seis meses, o Guia integra um projeto que investiga o cenário do etnoturismo na Amazônia Legal, especificamente de cinco estados, sendo o Acre, Amazonas, Pará, Roraima e Mato Grosso, além de identificar as melhores práticas e explorar técnicas de economia de baixo impacto e carbono reduzido que efetivamente envolvam as comunidades tradicionais, especialmente as indígenas. Foi necessário montar um plano de projeto para destacar etapas e alinhar objetivos. Após,

a primeira etapa de materiais produzidos foi o mapeamento, parte essencial e realizada pelos líderes do projeto e que fazem parte do Instituto. Durante a produção, visitas técnicas às aldeias foram realizadas para entender aspectos como, por exemplo, a experiência do usuário. Com as idas às aldeias e com o resultado do diagnóstico, foi possível entender sobre políticas públicas existentes nas esferas federais e estaduais e suas aplicações.

“Para o diagnóstico, optamos por iniciar com extensas fichas de mapeamento dos territórios pré-determinados, onde trabalhamos com 12 categorias e mais de 150 perguntas para 14 empreendimentos de turismo comunitário em 12 Terras Indígenas. O maior desafio foi estabelecer contato com as comunidades para obter anuência na participação do diagnóstico e promover a troca de informações. Muitos dados disponíveis na internet e em outros materiais estão desatualizados, e várias iniciativas de etnoturismo que receberam investimentos e divulgação no passado atualmente não estão mais ativas”, evidencia Lana, líder da equipe. Lana ainda destaca que o trabalho será um apoio para parceiros e negócios sociais agirem de forma coordenada. “A análise demonstrou que faltam ações coordenadas entre as esferas estaduais e o governo federal. Alguns estados estão investindo no etnoturismo, mas não atendem as demandas de regularização e acompanhamento da FUNAI, o que deixa os territórios e comunidades indígenas vulneráveis aos impactos





DIVULGAÇÃO

negativos do turismo. Por outro lado, falta maior conhecimento de direitos indígenas pelos parceiros comerciais, que também se sentem inseguros diante de uma burocracia complexa e demorada para regulamentação dos roteiros”.

O evento de lançamento ocorreu nos dias 03 e 06 de dezembro na TI Katukina Kaxinawá e reuniu membros do go-

verno, lideranças indígenas e de importantes organizações. Durante três dias, os participantes vivenciaram de perto a realidade do turismo amazônico e tiveram uma imersão nas questões locais. O principal objetivo foi discutir sobre as políticas públicas e levá-las adiante para que possam ser desenhadas de acordo com as necessidades das áreas e das pessoas que vivem nelas, pois foi identificado que apesar de existirem, são burocráticas e pouco efetivas, fugindo da realidade indígena. Ao final, foi produzido um relatório que reúne todos os compromissos estabelecidos e os projetos firmados, como produtos e iniciativas que buscam fomentar o turismo de base comunitária indígena, preservando o ambiente e a cultura, mantendo-os centralizados em suas produções, histórias e ações que ocorram dentro das TI. ✓



DIVULGAÇÃO

Para acessar o guia e todos os materiais disponíveis, acesse aqui:





**Esperando você
fazer aquela**

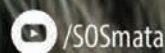
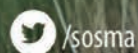
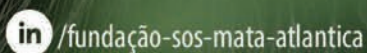
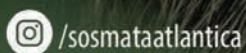
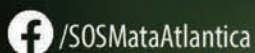
DOAÇÃO

**para proteger
minha casa**

A SOS Mata Atlântica trabalha para inspirar e mobilizar a sociedade em defesa do bioma mais ameaçado do Brasil, onde 72% da população brasileira vive. Nossas prioridades são a emergência climática, a restauração da floresta, água limpa para todos e a valorização de parques e reservas. **Venha com a gente nessa!**



**Doe qualquer
valor agora
mesmo!**





PREMIUM FREEPIK

O futuro da mineração e as práticas sustentáveis

A mineração é frequentemente percebida como uma atividade de alto impacto ambiental, associada a riscos significativos para pessoas, ecossistemas e o planeta como um todo. No entanto, poucos reconhecem que sua essencialidade está intrinsecamente ligada à vida moderna. Dos materiais que compõem residências e meios de transporte aos dispositi-

tivos eletrônicos e utensílios diários, a mineração está presente em quase todos os aspectos do cotidiano humano. Estudiosos e defensores da mineração sustentável costumam afirmar que tudo o que não provém da extração florestal ou animal tem origem na mineração. Isso demonstra a importância crucial dessa atividade, tornando essencial que saibamos explorá-la de maneira eficiente, minimizando impactos ambientais e riscos inerentes. Indiscutível-

“A mineração é um motor propulsor da economia brasileira, como evidenciado pela balança comercial do país.

Apenas para ilustrar, no estado de Minas Gerais, em 2024 foram R\$108,3 bilhões, representando 40% do total nacional ”

mente, a mineração acarreta impactos ambientais expressivos, como a perda de biodiversidade, desmatamento e contaminação do solo e de recursos hídricos. Contudo, também gera riqueza, empregos, arrecadação tributária e desenvolvimento econômico. O extrativismo sempre desempenhou um papel fundamental na história econômica do Brasil. Desde o período colonial, com a exploração do pau-brasil para a produção de tintas, passando pelos ciclos da borracha e do ouro no século XIX e XX, até a mineração de ferro e outros minérios na era republicana, essa atividade tem sido um dos pilares da economia nacional. A mineração é um motor propulsor da economia brasileira, como evidenciado pela balança comercial do país. Apenas para ilustrar, no estado de Minas Gerais, em 2024 foram R\$108,3 bilhões, representando 40% do total nacional, com um crescimento de 4,5% em relação à 2023, enquanto no Brasil, o faturamento em 2024 girou em torno de R\$270,8 bilhões.

Dada sua relevância econômica, os agentes envolvidos na atividade mineradora devem buscar soluções inovadoras para garantir a continuidade do setor em harmonia com o meio ambiente, as comunidades locais e as regulamentações governamentais. Seria essa uma tarefa difícil? A resposta depende da capacidade humana de criar, inovar, testar e aperfeiçoar processos. O futuro da mineração exige adaptação às novas tendências globais e demandas do mercado, tornando a atividade mais eficiente e sustentável. A adoção de práticas sustentáveis é essencial para transformar a mineração. Isso inclui o uso



GUSTAVO CASTILHO

***BERNARDO BICALHO DE ALVARENGA MENDES -**
Administrador de Empresas com ênfase em Comércio Exterior, Advogado especializado em Direito Minerário, com atuação em mineradoras como ArcelorMittal, Vale, Gerdau e Samarco. Sócio de Bernardo Bicalho Advogados / bernardo@bernardobicalho.com.br

Mineração

eficiente dos recursos minerais, evitando desperdícios e aumentando o aproveitamento; a recuperação de áreas degradadas com destinação adequada; a redução de emissões de gases de efeito estufa por meio de medições regulares; uma gestão hídrica eficiente; o aprimoramento da gestão de resíduos; a melhoria da segurança operacional e a integração com as comunidades locais.

Inovações tecnológicas também serão fundamentais para essa “nova mineração” ou “mineração verde”. Isso inclui o uso de fontes de energia renováveis para reduzir a pegada de carbono, a automação de processos para aumentar a eficiência e diminuir impactos ambientais, e a utilização da tecnologia blockchain para garantir a rastreabilidade dos recursos minerais. Por fim, ao

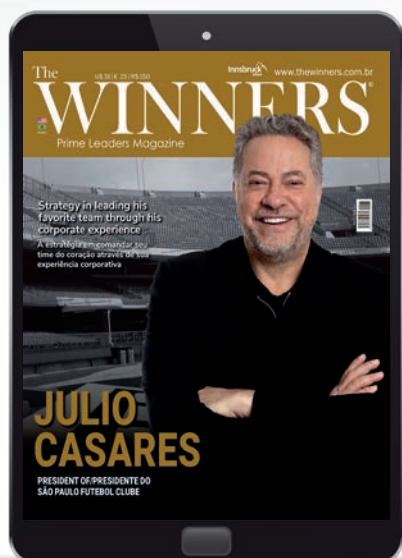
projetarmos o futuro para os próximos 100 anos, podemos imaginar uma mineração que continuará sendo essencial para a produção de drones, carros elétricos, foguetes interplanetários, robôs e tecnologias que sequer conseguimos conceber hoje. A mineração do futuro será cada vez mais sustentável, inovadora e indispensável para o desenvolvimento da humanidade, devendo o Poder Público adaptar-se, rapidamente, aos avanços do setor mineral, com legislações assertivas sobre o tema, capacitação de profissionais para análise dos procedimentos de licenciamento ambiental, atentando-se para a geração de créditos de carbono, por meio de projetos de redução de emissões ou de compensações. O futuro da “mineração verde” já bate às nossas portas! 🟢



ADOBE STOCK

CONFIRA AS NOSSAS EDIÇÕES

nas principais bancas digitais, no aplicativo da
The Winners Prime Leaders Magazine e VIDI e em nossos sites



www.thewinners.com.br

www.mundovidi.com.br



Seja único

**Registre sua marca e tenha
o direito de uso exclusivo.**

Procuradoria de Registro
Desde de 1960 | **Cabral 65**
Linhares *anos*



Belo Horizonte
São Paulo

Acesse

www.cabrallinhares.com.br

11-38340001 31-974008271
11-984043782