

# doce trama®

EDIÇÃO #01

JORNAL

MARÇO 2024

VIDA REAL, MULHERES REAIS

“MODA É UMA FERRAMENTA DE *FELICIDADE*.”

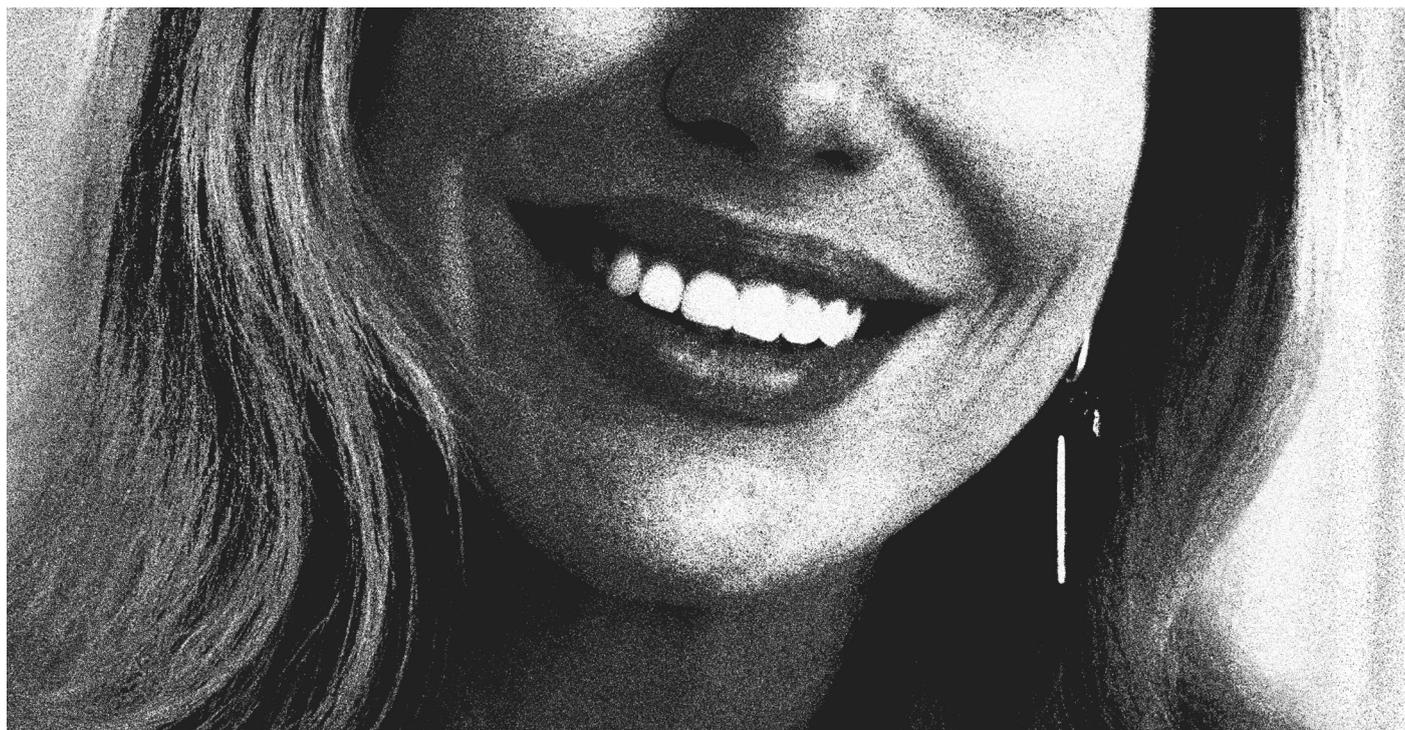


FOTO: CATARINA W. MENDES

Conciliando uma nova realidade como influenciadora com a longa carreira de consultoria em marketing digital, Camila Renaux conta como é a sua relação com a moda, a rotina, a vida profissional, os momentos de equilíbrio e de encanto.

LEIA A ENTREVISTA COMPLETA NA PÁGINA 04

BRASILIDADES

## “TRABALHO COM A MEMÓRIA AFETIVA DAS PESSOAS.”

A área de curadoria da Doce Trama traz indicação de literatura, música e podcast, além de um perfil inédito sobre a chef de cozinha Josie Franke, que nos conta sobre a sua vivência na gastronomia mundial e como trouxe suas referências para o seu atual restaurante, em Blumenau / SC.

P 03

COLUNA

## UM OLHAR SOBRE O COPENHAGEN FASHION WEEK

O estilo de vida nórdico traz à tona conforto, bem-estar, design, simplicidade e felicidade, inclusive na moda. Em sua coluna, Manu Huscher compartilha sobre a sua experiência nas passarelas do CPHFW e como foi vivenciar os princípios de “hygge” durante os seus dias por lá.

P 05

OCASIÕES DE USO

## A OCASIÃO FAZ A ROUPA OU A ROUPA FAZ A OCASIÃO?

Quantas vezes um dia comum se tornou especial por acaso e a roupa que você vestia ficou gravada na sua memória? Sabemos que a moda é parte das nossas vidas e pode manifestar a nossa essência, mas o quanto nos vestimos de nós mesmas no dia a dia?

P 06



# EDITORIAL

Estando na indústria da moda desde 2000 e tendo dez anos de envolvimento diário na marca Doce Trama, vivi e presenciei centenas de histórias com muitas protagonistas que influenciaram meu jeito de pensar não só a moda, mas o jeito como encaro a minha vida.

Refletir sobre o impacto que essas histórias têm em nossas vidas nos desafiou a encontrar um jeito de aumentar o alcance das vozes femininas que compartilham os dias com a gente e tanto nos inspiram.

É por isso que, com um orgulho que não cabe em mim, apresento a primeira edição do Jornal Doce Trama. Este foi um espaço criado para apresentar mulheres, ideias e histórias que nos ajudem a vestir aquilo que realmente importa: **o nosso próprio encanto.**

Toda mulher tem várias versões de si mesma e se desdobra em todas elas durante o dia.

Queremos falar sobre como é o constante equilibrar tantos "pratinhos", os muitos papéis que desempenhamos, a falta de tempo e a alta dose de energia que precisamos para buscar a melhor versão de nós mesmas.

Queremos falar sobre se sentir bem, sobre ver o lado bom da vida, encarar o dia a dia e o trabalho com otimismo e sobre colocar-se em primeiro lugar.

Queremos falar sobre rotina, trabalho, profissão, conquistas, sonhos e como, em todos esses momentos, é possível se sentir encantadora.

Porque ao final do dia, **queremos que todas as mulheres sintam o seu brilho onde quer que estejam**, e assim expressem o que são, o que pensam, o que acreditam, em todas as ocasiões das suas vidas.

Convidamos mulheres brilhantes para contribuírem com esta edição, colorindo estas páginas de boas histórias, sempre repletas de autenticidade e verdade.

Agora é a nossa vez de convidar você a tirar um tempo do seu dia para mergulhar no universo da Doce Trama, e a ser parte deste momento com a gente.

Sejam bem-vindas à primeira edição do jornal da Doce Trama. Desejo uma boa leitura!



Por Fernanda Manzke  
DIRETORA CRIATIVA DA DOCE TRAMA

docetrama®



VISTA O SEU ENCANTO



DOCETRAMA.COM.BR

PRODUÇÃO EXECUTIVA Molde  
REDAÇÃO E EDIÇÃO Carla Mereles  
DIREÇÃO DE ARTE E DIAGRAMAÇÃO Marlon B. da Silva  
COORDENAÇÃO EDITORIAL Robson Stédile  
TIME CRIATIVO DO PROJETO Alexandre Kumm, Carla Mereles,  
Catarina W. Mendes, Guilherme Hack, José Luiz Day, Juliano Mendes,  
Magali Gebien, Marlon B. da Silva e Robson Stédile

BRASILIDADES

# TEMPERO *BRASILEIRO*, PEDAÇOS DO MUNDO

**C**hef de cozinha, mãe de três crianças pequenas e uma mulher que se considera generalista na cozinha, lugar onde escolheu explorar a sua criatividade e ficar a maior parte do seu tempo. A paixão pela culinária veio de lugares diversos, tanto de tradições familiares em torno da comida como de cursos extracurriculares nos quais sua mãe a matriculou durante a vida — “os momentos mais incríveis da minha vida foram ao redor de uma mesa.”

Josie Franke é natural de Blumenau e retornou à cidade na pandemia, na busca de qualidade de vida ao ar livre, após uma longa temporada na Europa. Lá, trabalhou em restaurantes renomados ao lado de chefs que a inspiraram, viajou por diversos países levando sabor e tempero com entusiasmo, até firmar sua base em Berlim.

Em 2011 foi finalista no Cuillère d'Or, concurso que recebe mulheres de todo o mundo para mostrar suas habilidades na gastronomia. “O concurso me fez pensar na vida como um todo”.

Quando retornou à cidade natal, além da mudança de vida, percebeu também uma grande transformação na cultura das pessoas. Então, viu uma oportunidade de negócio. E se houvesse um lugar que oferecesse diversas opções, em todos os momentos do dia? “Nunca tive muito medo de arriscar em nada, vou tentar”, foi o que pensou no momento de empreender num negócio diferente, num território ainda novo para ela.

Nasceu o Botané — que significa planta, em grego —, porque “tudo provém de uma planta”, Josie explica. Para ela, tem sido incrível,

**“COSTUMO DIZER  
QUE EU TRABALHO  
COM MULHERES  
FORTES.”**

e vive surpresas todos os dias. Um sucesso já estabelecido em dois anos de funcionamento, tem a ambição de expandir e ampliar a marca. Josie exalta a energia que sua equipe, quase completamente feminina, traz para a evolução do negócio: “desejo que cada uma delas consiga se desenvolver aqui dentro de maneiras que às vezes sequer imaginaram”. Como inspiração para empreender, leva em conta o lema: “pensar fora da caixa, fazer diferente e, principalmente, bancar isso”.

No seu restaurante, traz sabores do mundo inteiro para compor as delícias que ficam expostas em uma vitrine de tirar o fôlego. A realidade hoje é que as pessoas cruzam a cidade para desfrutar de todos os tipos de salgados e doces, da tradicional “schneke”, tortas, ovos beneditinos e pratos de almoço. Do anseio de pensar fora da caixa e do talento desenvolvido ao longo de tantos anos na culinária, Josie traz em suas criações diversos pedaços do mundo para Blumenau. ●



FOTO: CATARINA W. MENDES



**Botané Deli e Café / @botanedeliecafe**  
Compartilhando comida com alma, coração e ousadia  
Terça a sábado — 8h às 19h  
Rua Frederico Jensen, 1030 — Blumenau/SC

## CURADORIA DA DOCE TRAMA



LITERATURA  
**CARLA MADEIRA**

Leveza e força. Com palavras sólidas, cenas narradas em dias comuns e tramas que afloram o surrealismo da realidade, Carla Madeira dança pelas páginas de seus livros com o poder da sua narrativa.

Tornou-se a escritora mais vendida no Brasil com livros de ficção em 2023\* e com os livros “Tudo é rio”, “Véspera” e “A natureza da mordida” fortalece uma voz literária que só irá ser mais e mais amplificada por ter conquistado o coração dos leitores de maneira tão sólida.

Sugerimos fortemente que você reserve um tempo para viver a realidade paralela destes romances imperdíveis e surpreendentes.

\*Dados da Nielsen.



PODCAST  
**O CORRE DELAS**

Carreira, profissão, talento, jornada, trabalho duro, esgotamento, persistência, criatividade, resiliência, recomeço, fracasso. Tudo isso é assunto no “O Corre Delas”, podcast conduzido por Luanda Vieira, uma mulher curiosa e brilhante, que já foi jornalista de moda, beleza e bem-estar em lugares como Globo, Revista Glamour e Vogue.

Depois de um burnout, mudou seu caminho profissional e lançou este podcast em parceria com a Obvious, no qual convida mulheres de diferentes contextos para compartilhar as dores, as alegrias, os fracassos e os sucessos das suas histórias no mercado de trabalho.



MÚSICA  
**MARISA MONTE**

Carregando um universo todo em sua voz, não existe nada como Marisa Monte. Em toda a sua carreira, suas músicas são marcantes para a trilha sonora da vida de um país inteiro. Para os momentos mais encantadores, a nossa seleção favorita é o álbum “Memórias, Crônicas e Declarações de Amor”, um clássico criado em 2000, que continua ressoando em muitos fones de ouvido, casas e caixas de som por aí.

Nossa dica é: vista aquela roupa que você adora, coloque o álbum no volume máximo e se prepare para viver um momento especial com você mesma — com direito a karaokê.

VIDA REAL,  
MULHERES  
REAIS

## 4 PERGUNTAS PARA CAMILA RENAUX

@CAMILARENAUX

Com bom humor e uma conversa sempre leve e consistente, mesmo quando o assunto é sério, o jornal Doce Trama conversou com Camila Renaux, especialista em Marketing Estratégico, Marketing Digital e Inteligência Artificial pelo MIT nos Estados Unidos, e eleita por três vezes a melhor profissional de marketing digital do Brasil.

Conversamos sobre a sua batalha contra a síndrome do impostor — e como afeta especialmente as mulheres —, sobre nutrir o amor pela profissão, o poder de fazer boas perguntas, as escolhas diárias que a fazem ter uma rotina que a liberta, e a moda como uma ferramenta de autoestima e imagem.

**QUAL É A MAIOR BELEZA DA SUA PROFISSÃO? PENSANDO NUMA TRAJETÓRIA DE SUCESSO E NOS MOMENTOS DE FELICIDADE QUE A SUA CARREIRA PROPORCIONOU.**

**1** A transformação. Eu acho maravilhoso você ser capaz de pegar um negócio ou um profissional que é incrível, mas que ninguém sabe que ele é incrível — às vezes nem ele — e ser capaz de levar isso para o mercado.

A gente dá voz aos negócios. Marketing tem essa capacidade de reconhecer o valor, de dar credibilidade a isso e entregar. Todo mundo tem interesse pelo marketing, todo mundo gosta, e estamos vivendo uma revolução dentro do marketing: hoje é para todos. Ele é um pré-requisito.

Outra coisa legal da minha carreira é que eu escolhi o digital lá atrás quando tudo era mato. Não tinha digital, o digital era um nicho. Era como “eu faço inteligência artificial de tal coisa”. Não tinha, quando eu comecei o Orkut estava iniciando...

**SABEMOS QUE UMA ROTINA É FEITA DE MUITAS CAMADAS; UMA MULHER PODE SE DESDOBRAR EM MIL PAPÉIS NUM MESMO DIA. COMO VOCÊ ENXERGA A SUA ROTINA HOJE EM DIA E COMO VOCÊ EQUILIBRA — OU TENTA EQUILIBRAR — TODOS ESSES PAPEIS?**

**2** Dias de luta, dias de glória. De verdade, eu amo a minha rotina. Eu adoro as escolhas que eu tenho no meu dia, a forma como eu conduzo minha vida hoje é uma das coisas que eu mais gosto da minha vida, tenho excelentes escolhas e a rotina para mim não é uma prisão, é uma liberdade.

Só que tem muitas vezes que dá errado, que você chega em casa falando: “meu Deus do céu, rasga o diploma! Rasgue tudo e corra para as colinas!”. [Risos]. E tem outros dias em que eu falo: “olha só como tudo dá certo”. Acho que isso é o nosso desafio como mulher: entender que não é todo dia que você vai chegar em casa com essa

sensação de que deu conta. Não gosto dessa coisa, que é a mulher maravilha, né? Isso não existe sempre. Sou bem contra as comparações no dia a dia, mas sou a favor de a gente fazer escolhas, e a nossa rotina reflete as nossas escolhas, as que fazem sentido pra gente.

**O QUE FAZ VOCÊ SE SENTIR ENCANTADORA NO SEU DIA A DIA? OU O QUE VOCÊ FAZ NO SEU DIA A DIA PARA SE SENTIR ENCANTADORA?**

**3** Adorei essa pergunta, sabe por quê? Tenho um histórico com insegurança e síndrome do impostor, que é assim: o tempo inteiro você tem a crença de que você é uma fraude, e acha que a qualquer momento vão te descobrir.

Gosto de falar sobre isso porque já foi um tabu pra mim, o fato de que eu não tinha coragem de falar que eu tinha medo da opinião dos outros, que eu tentava me ajustar, que eu sempre me sentia muito inadequada e sempre fui perfeccionista, achando que tudo tem que melhorar... Isso tudo é muito mais comum em mulheres, e quando eu falo sobre isso muitas se identificam. Culturalmente as mulheres precisam fazer mais, elas duvidam mais de si, são desacreditadas, não são encorajadas, são vítimas de preconceito e de viés. Isso tudo vai construindo personalidades que são suscetíveis a isso.

Por isso, eu não tenho essa coisa de “como estou me sentindo encantadora”, ou no momento que coloco um look me sinto poderosa. Mas aprendi a ter. Não vem de forma tão natural, mas tenho meus momentos de encanto, que são estar com a minha filha, meu marido, meus amigos, meus clientes... Isso é especial.

**QUAL É O PAPEL DA MODA NA SUA VIDA HOJE?**

**4** A moda é ferramenta. A gente tem mania de excluir: ou inteligente ou bonita; ou bem vestida ou acessível; se gosta de moda é fútil, se nega a moda é empoderada. E não é assim.

No meu trabalho como consultora era uma coisa, mas quando você está num vídeo de Youtube, 85% da sua comunicação é não-verbal. Então, 85% do que vocês assimilaram de mim não tem a ver com o que eu falei; quando você tá me ouvindo, está prestando muito mais atenção nos meus olhos, nos meus jeitos, no meu sorriso, na forma como estou vestida, nas cores que eu uso, do que no que eu falo... E aí vem a ferramenta que a moda é. A moda permite que você diga quem você é, sem abrir a boca. Como você consegue mostrar o que você é, o que você pensa, no que você acredita em apenas um segundo. ●



COLUNA

# BÁSICO NO FASHION COM BOSSA COPENHAGEN WEEK



Por Manu Huscher  
CRIADORA DE CONTEÚDO  
@MANUHUSCHER

**A**os 7 anos, fiz meu primeiro desfile de moda com algumas Barbies que tinha em casa.

Aos 17, escrevia meu primeiro texto num blog de moda que, a princípio, era brincadeira de escola. Hoje aos quase 27, fiz minha primeira semana de moda internacional em Copenhagen. Muito prazer, sou a Manu.

Viver meu encanto é comunicar moda por meio de estilo de vida, beleza, cultura e história. Me inspiro fortemente no estilo nórdico, não só de roupas, como de estilo de vida, filosofia de vida, decoração e trabalho. Neste ano, como boa questionadora e exploradora do universo de tecidos, modelagens, texturas e cores, pensei: e se eu fosse à Copenhagen Fashion Week?

A Semana acontece há quase 20 anos e desfila os principais e novos nomes da moda escandinava. Nesta temporada, pude presenciar 12 desfiles, e todas as marcas seguem um rigoroso critério de sustentabilidade para poderem se apresentar, viu? São 18 normas para uma marca par-



ticipar, dentre elas, algumas que me chamaram atenção: design, escolha de materiais, condições de trabalho, envolvimento do consumidor, entre outras.

No geral, o que vi foi um reflexo de uma sociedade que já vive essa prática no dia a dia: peças atemporais, versáteis, minimalistas e de qualidade impecável. Em sua maioria, tons neutros como cinza, bege, preto, off white, marrom... Poderia resumir em um estilo básico com bossa. Sempre com algum toque especial, seja sobrepondo em camadas, mixando texturas ou alguma modelagem fora do padrão.

Um evento não-fictício, nem muito fantasioso, pelo contrário! Recheado de vida real. Roupas boas. Roupas para essa, e pelo menos mais duas gerações. Reflete o comportamento de consumo da própria região: menos é mais. **Menos propagandas nas ruas, menos modinhas, menos tendência. Mais essência, mais qualidade e mais autenticidade.** Não à toa, a Dinamarca é considerada o segundo país mais feliz do mundo, perdendo apenas para a Finlândia.

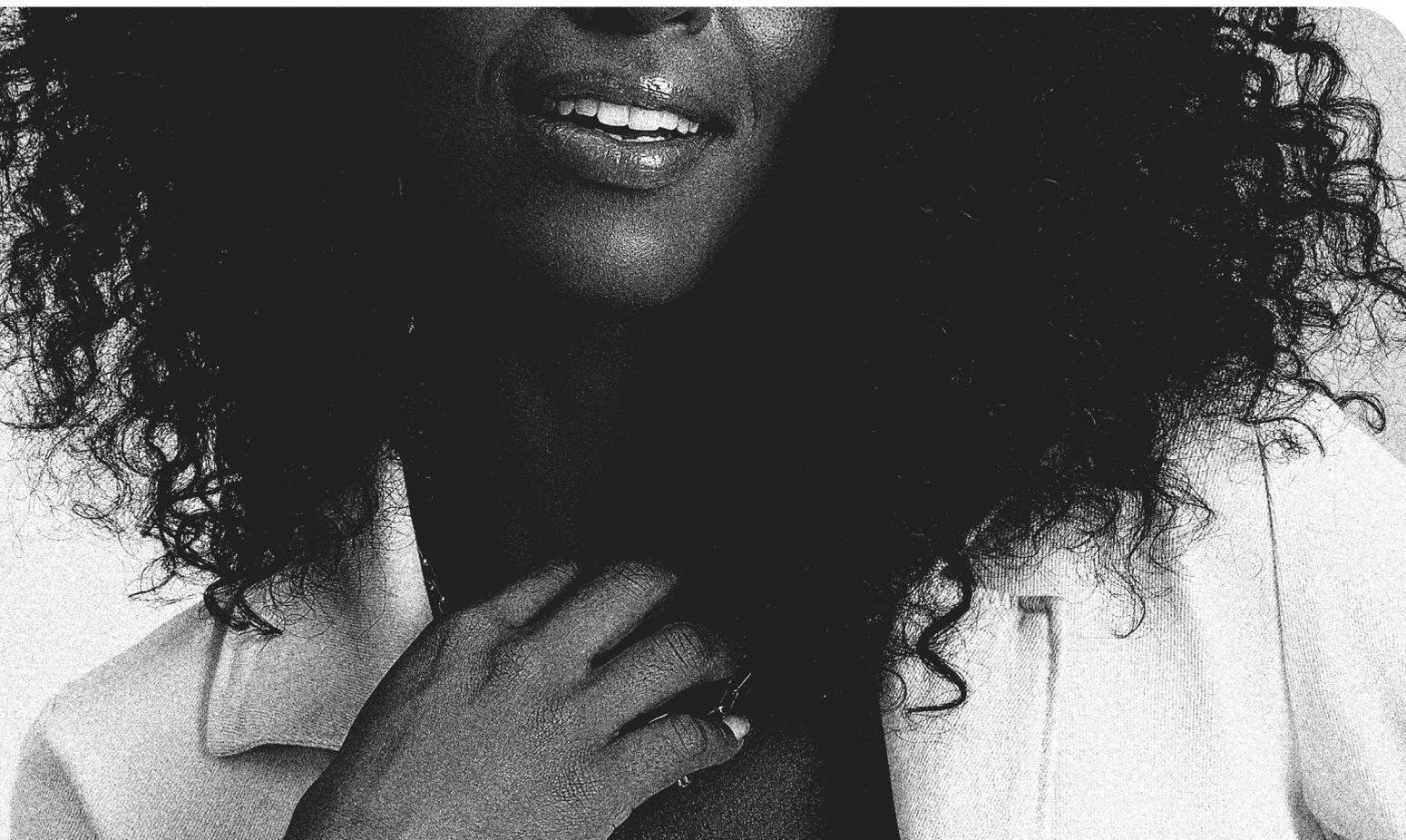
E o que é a felicidade se não uma roupa boa e bonita? Brincadeiras à parte, ter essa vivência em um outro contexto social e econômico, com certeza traz novos olhares para comportamentos que podemos ter aqui e agora, onde quer que estejamos no mundo. **Porque a moda vai muito além de uma roupa.** ●

## OCASIÕES DE USO

# A OCASIÃO FAZ A ROUPA OU A ROUPA FAZ A OCASIÃO?

*Os dias normais podem ser transformados com um toque de encanto quando nos vestimos com intenção e escolhas conscientes nos encontros diários que temos com nós mesmas. Se a roupa pode fazer a ocasião, queremos que você lembre mais de como está vestida num dia que poderá se tornar memorável.*

FOTO: DIOGO PEDRO



**V**estir-se para o dia a dia é uma obrigação ou um momento que você reserva para você? Quando estamos no piloto automático da rotina, não parece que um dia qualquer poderá ser tão memorável quanto um dia que está programado para ser único, porque é como levamos a vida normalmente. Mas, e se pudermos sentir essa mágica de uma ocasião especial mais vezes?

Vestir-se é muito mais do que uma prática da rotina. O ato de se vestir pode dar autonomia, promover conforto, manifestar a sua essência e até ser divertido e libertador. Por isso, temos uma proposta aqui: **de você experimentar se vestir no dia a dia como se fosse uma ocasião que você considera especial. Que tal?**

Isso não significa tirar o paetê e as plumas do armário — mas também pode! É sobre tirar um tempo para si. Para pensar na roupa que irá fazer você se sentir bem, leve, despreocupada. É sobre se sentir bem na sua própria pele. Tomar as suas decisões do início até o final do dia e saber que **toda vez que se olhar no espelho vai encontrar a mulher que você escolheu ser.**

***“O ATO DE SE VESTIR PODE DAR AUTONOMIA, PROMOVER CONFORTO, MANIFESTAR A SUA ESSÊNCIA E ATÉ SER DIVERTIDO E LIBERTADOR.”***

Queremos que você possa falar “eu lembro da roupa que eu estava usando quando...” mais vezes. Quando ganhar flores, tiver um encontro inesperado na rua, receber uma ligação importante, for promovida no trabalho, e quando acontecerem tantas dessas surpresas inesperadas. Essas são as possibilidades de momentos especiais que acontecem em dias completamente normais — e agora podemos estar mais vestidas de nós mesmas quando eles acontecerem.

Sem enfeites nem brilhos em excesso, a rotina tem o poder de nos dar muitos momentos extraordinários em que estamos com quem amamos, fazemos algo fora do comum, conquistamos algo que sonhamos... Estar se vestindo de si mesma nessas

ocasiões é tão importante quanto nos momentos que consideramos mais especiais.

**Vestir o seu encanto é se vestir para si mesma.** Afinal, o único encontro diário que temos é com a gente. Sentir-se feliz ao estar vestida da maneira como você se sente mais forte, potente e encantadora já é uma ocasião especial por si só. ●



FOTO: DIOGO PEDRO

DONAS DO ENCANTO

# VESTIR PARA SER QUEM SOMOS

Por

**donas  
da p\*  
toda**

O DONAS DA P\* TODA É UM PODCAST CRIADO POR LARISSA GUERRA E MARINA MELZ, QUE FALAM SEMANALMENTE SOBRE COMPORTAMENTO A PARTIR DO PONTO DE VISTA DAS MULHERES. (@DONASDAPTODA)

**V**amos passar 287 dias da nossa vida escolhendo roupas. **Em uma média otimista — viva as peças únicas! — teremos mais de meio ano da nossa vida em frente ao armário,** pesando todos os senões de cada peça. E se com essa camisa eu parecer jovem demais na entrevista de emprego? E se com essa combinação eu chamar muito a atenção?

A lista de quesitos que uma roupa precisa ter é, ao mesmo tempo, imensa e automática. Imensa porque vai de conforto, ao tamanho, à impressão esperada em determinada situação. Automática porque muitas vezes não damos conta do quanto de carga mental e emocional despendemos em uma tarefa tão necessária como vestir-se.

Cientes disso e alinhadas com o nosso tempo, decidimos adicionar um item a essa lista, capaz de transformar todos os anteriores: **a diversão.** Subverter o ato de se vestir da necessidade para a diversão, da expectativa do outro para o nosso desejo de expressão foi o que virou uma chave em nós. Se antes estar em frente ao armário era um cronômetro marcando tempo perdido, hoje é um relógio que aponta possibilidades.

**Ter a segurança de estarmos nos divertindo nos trouxe liberdade para experimentar.** E se o vestido floral romântico ganhasse um cinto com metais e um coturno? E se hoje a roupa fosse pensada como uma galeria, pra fazer brilhar o colar herdado e cheio de lembranças?

Você percebe que as perguntas mudaram? Ficaram mais interessantes, criativas, imaginativas. Com as perguntas certas, entendemos que podemos nos vestir para sermos quem somos. Que o nosso armário seja uma ferramenta de expressão que permita que sejamos todas quem quisermos ser, que nos conecte com a arte e que possa nos trazer ainda mais encantamento pela vida. Assim, usar 287 dias para se vestir até parece pouco, não é mesmo? ●



OUÇA O DONAS DA P\* TODA NO SPOTIFY



DA PORTA PARA DENTRO

# O QUE UMA VIAGEM A NOVA IORQUE ENSINOU

A MARCA DOCE TRAMA PARTICIPOU DA MAIOR FEIRA DE VAREJO DO MUNDO

**T**ecnologia, inteligência artificial, sustentabilidade, cadeia produtiva, novas formas de consumo, relação com clientes e a importância de se construir uma marca forte foram alguns dos temas abordados na última NRF, a maior feira de varejo do mundo, que aconteceu em janeiro deste ano na cidade de Nova Iorque, nos Estados Unidos.

*O evento reúne as maiores tendências de mercado, as novidades tecnológicas, além de direcionamento de negócio das mais diversas áreas do varejo. Em entrevista com a Diretora Criativa da Doce Trama, Fernanda Manzke, conversamos sobre os principais aprendizados e direcionamentos obtidos na experiência.*

## A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMO UMA NOVA REALIDADE, NÃO MAIS UMA NOVIDADE.

Destacou-se a percepção de que I.A. se estabelece neste próximo ano e tende a ter uma maior presença na vida das pessoas, seja nas suas casas — como no uso de uma Alexa, por exemplo — ou no aprimoramento de tecnologias no trabalho.

“Tudo é evolução. No primeiro momento é um choque ver uma nova tecnologia, mas é assim que o mundo vai para frente, e nós precisamos acompanhar”, conclui Fernanda.

## AS PESSOAS ESTÃO NO CENTRO DE TUDO — E MARCAS FORTES EMBARCAM NESSA PERSPECTIVA.

Ouvir que “o cliente está no centro” já é algo comum no mundo do varejo; na NRF, a discussão ocorreu em torno da mudança de hábitos das pessoas durante a pandemia, dos quais muitas permanecem até hoje. Como as marcas irão transitar nesta nova realidade de consumo é um desafio, mas possível de adaptar e rever.

“As pessoas já chegam a uma loja sabendo o que querem, porque viram no Instagram ou no TikTok. A lógica da venda muda, e sabendo disso conseguimos dar um suporte diferente para o consumidor final, além de auxiliar os lojistas com ferramentas e informação de qualidade”,

explica Fernanda. Mudar a narrativa de vendas, criar comunicação acessível e fortalecer a comunidade em torno de uma marca são maneiras de se movimentar de maneira inteligente e estratégica nas novas realidades que se apresentam constantemente.

## A SUSTENTABILIDADE ESTÁ POSTA, E TODA EMPRESA DEVE CRIAR COMPROMISSOS NESSE SENTIDO.

A sustentabilidade, assunto sempre presente em conferências nacionais e internacionais, é vital para a sobrevivência dos negócios que se alinham ao futuro, e que desejam se conectar genuinamente com as pessoas por meio de valores em comum. “Os consumidores se importam cada vez mais com o assunto, portanto a transparência é um ponto importante a se considerar por parte da indústria”, diz Fernanda.

Em termos de novidades no ramo da moda, marcas ao redor do mundo vêm inovando na reutilização de tecidos e matérias-primas, mas além disso, criando brechós dentro das suas próprias sedes, lojas físicas e virtuais, promovendo o reuso de seus próprios produtos. ●

