

## NEGÓCIOS

# A ARTE COM PEDRAS

## brasileiras que rendem milhões

Brasiliense aposta no mercado de semijoias e acessórios para mulheres maduras e quer abrir loja em Portugal

» VICENTE NUNES  
Especial para o **Correio**

A brasiliense Marluce Rosado, 50 anos, reuniu, recentemente, um grupo de mulheres em Portugal, onde tem um público cativo para suas semijoias com pedras brasileiras e acessórios (bolsas e carteiras) feitos à base da pele do pirarucu, peixe característico da Amazônia. O objetivo não era vender seus produtos, mas ouvir o que elas tinham a dizer. Detalhe: o perfil era basicamente de mulheres maduras, na faixa dos 50 anos, a maioria delas bem-sucedidas profissionalmente.

Um depoimento, em especial, chamou a atenção da empresária. “Em determinado momento, perguntei para todas as mulheres que estavam na roda de conversa quem elas eram. E, de repente, uma delas respondeu: ‘eu não sou nada’. Levei um susto, mas compreendi perfeitamente o que aquela mulher estava tentando dizer. Quando chegam a uma determinada idade, muitas mulheres se veem num momento de mudança e percebem que, até ali, nunca olharam para elas, sempre estiveram no fim da fila. Primeiro era a família, os filhos, o marido, os pais e o trabalho”, diz.

Foi pensando nesse público que Marluce decidiu dar uma guinada na vida. Aos 42 anos, viu-se desempregada, mas com um projeto bom nas mãos e, melhor, com ótimo conhecimento do mercado. “Eu havia sido executiva de marketing e vendas. Depois, fui trabalhar para fundos de investimentos, para os quais modelava negócios para expandir empresas familiares. Uma delas, inclusive, produzia semijoias e acessórios”, conta. “Os fundos, no entanto, decidiram

Acervo pessoal



**Empresária Marluce Rosado criou a própria marca e exporta para vários países**

suspender os investimentos, e eu me vi sem trabalho”, acrescenta.

Apesar do baque, ela sabia que tinha chegado a hora de alcançar novos voos, mesmo diante das dificuldades que estavam escancaradas, e criar o próprio negócio. “Não tinha nenhuma condição favorável, não tinha investimento. Mas, felizmente, havia

o conhecimento que acumulei estudando o mercado”, relata.

Marluce, então, definiu metas com base no que o negócio que estava disposta a criar geraria. Além de desenhar as peças, tornou-se garota-propaganda nas redes sociais, a influencer dos próprios produtos. “Sempre tive muita facilidade para me conectar

com pessoas, pois gosto de gente”. Nascia ali a Antonina Contemporânea, que hoje fatura mais de R\$ 10 milhões por ano ou 1,6 milhão de euros.

### Loja no exterior

Passados oito anos do negócio, a brasileira traçou novos caminhos

a serem seguidos e prevê a abertura de um ponto de venda em Portugal por meio de uma franquia. “Portugal já é o meu segundo mercado. As peças com pedras brasileiras e um bom design são muito valorizadas pelas portuguesas. Além disso, a concorrência no país para esses produtos é baixa. Portanto, estou convicta de que há um bom espaço para entrarmos”, frisa ela, lembrando que suas semijoias e seus acessórios são exportados para vários países.

“Nossas peças valorizam a potência da mulher madura. Esse poder é uma coisa extraordinária”, ressalta a empresária. Na faixa dos 50 anos, complementa Marluce, as mulheres se olham no espelho e se dão conta de que a vida passou, os filhos cresceram, muitas vezes o casamento não está bem, a menopausa chegou e há a possibilidades de migrarem para outros setores do mercado de trabalho. “Essas mulheres, inclusive, têm dinheiro para gastar e serem felizes. E querem se reinventar”, frisa. “Esse é o público com o qual trabalhamos.”

Marluce assinala que, em maioria, as suas clientes têm mais de 45 anos e são economicamente ativas. “São mulheres potentes, que têm tudo para serem protagonistas, ainda que várias delas tenham dificuldades para enxergar isso”, afirma. Ela diz, ainda, que suas peças “não são produtos em si”, pois buscam reforçar a identidade de quem as usa. “Sempre atraímos consumidoras que estão em fase de transição na vida e querem ser protagonistas de suas histórias. As pedras das nossas joias representam a força”, sublinha a empresária que, hoje, vive em São Paulo.

**Matéria produzida pelo Público Brasil**