

## **Impacto das decisões na carreira e nos negócios de mulheres é tema do Fispal Women Connected**

O Fispal Women Connected reuniu executivas e líderes da indústria de alimentos e bebidas para debater o papel da tomada de decisões na carreira e nos negócios. O encontro, que combinou painéis com dinâmicas e oportunidades de networking, foi promovido na manhã de quarta-feira (17) e integra a Fispal Tecnologia, que vai até esta sexta-feira (19), no São Paulo Expo.

O primeiro painel contou com os relatos de Renata Fioravante, senior executive director da Campari do Brasil, Larissa Diniz, primeira liderança feminina na operação da Hershey na América Latina, e Tania Heck Trotta, diretora de logística, customer service e demanda da General Mills. Elas compartilharam suas experiências e como certas decisões – ou a falta delas – impactaram suas carreiras.

“As decisões mais importantes sempre envolviam renúncias. Tive convites para morar na Europa, mas estava recém-casada e queria ter filhos, então, recusei com dor no coração. Mas outras oportunidades se abriram, inclusive pessoais, e tive o prazer de me tornar mãe. Muitas vezes, deixei que as pessoas decidissem por mim, mesmo assim, nós sempre sentiremos alguma culpa e seremos julgadas”, destacou Trotta.

Em sinergia, Fioravante lembrou de quando estava recém-formada e ingressou em um MBA, onde conheceu o gerente de uma fábrica alemã, que lhe ofereceu uma vaga de coordenação. “Todos os funcionários eram homens com mais de 40 anos, bem mais velhos do que eu. Foi uma decisão difícil, mas que me levou a aprender que não podemos ter medo. A primeira coisa que eu poderia ter feito era me intimidar em uma empresa de torno e usinagem majoritariamente masculina. No entanto, isso me mostrou que temos que acreditar em nossos sonhos e aproveitar as oportunidades.”

Já o segundo painel foi dedicado aos aprendizados que mulheres tiveram a partir de suas decisões. A troca de experiências contou com Andréa Curvello, diretora de marketing e comunicação corporativa da Valgroup, Andréa Mesquita, fundadora e CEO do Território da Carne, e Indiara Kurtz Danelli Manfre, Chief Human Resources Officer da Citrosuco.

“Tudo colabora com nosso aprendizado, mas eu apagaria da minha trajetória as diversas vezes que decidi me subestimar diante de outras pessoas, especialmente mediante a homens. Estive em mesas onde fiquei quieta porque eu achava que se eu pensei naquilo, alguém já tinha pensado. Porém, ninguém falava aquilo e eu perdia o timing. Portanto, o aprendizado mais valioso que tive foi saber me colocar”, exemplificou Curvello.

Mesquita destacou que, embora muitas mulheres liderem iniciativas, apenas uma minoria detém as patentes do mercado. “O quanto precisamos de validação externa para pedir uma patente? Tem patente maior que a maternidade? Hoje sei que busquei muito a validação de outras pessoas quando eu sabia que dava conta, mas esperava por isso porque, de alguma maneira, não é nato estarmos nessa posição de decisão”, afirmou.

Em sua terceira edição, o encontro foi criado para conectar, inspirar e fortalecer mulheres. “O Fispal Women Connected foi criado a partir de um dos nossos principais valores, que é a equidade de gênero. Este evento nasceu da vontade de criar um espaço para promover conexões, trocar ideias e debater sobre os desafios do mercado que, normalmente, são comuns a todas nós”, destacou Clélia Iwaki, diretora do portfólio de alimentos e bebidas da Informa Markets, organizadora da Fispal Tecnologia.

### **Mulheres que impulsionam outras mulheres**

Um ponto mencionado pelas participantes foi a importância de se conectar com outras mulheres e, principalmente, ajudar a impulsionar outras profissionais a ingressarem e se desenvolverem nas empresas. A Cozinha Foods, por exemplo, combina a presença feminina em um setor dominado pelos homens com o apoio a mulheres em vulnerabilidade social.

“Entramos em um universo totalmente masculino, que é o churrasco. Criamos um curso para mulheres que queriam aprender sobre o assunto, com o diferencial de ensinar sobre toda a cadeia, falávamos de gado, pasto, até a carne chegar na grelha. Mas começamos a atrair o interesse de homens também, então, começamos a dar outros cursos, palestras e a participar de festivais”, contou Aline Marinho, CFO e CHO Churrasdelas, Cozinha Foods e Churrasco no Pote.

No entanto, o trabalho foi interrompido com a pandemia. Com o delivery como única alternativa para manter os negócios, Marinho e a sócia apostaram na defumação americana, desenvolvendo um processo para que o produto chegasse com boa qualidade aos clientes – depois de ser defumado entre quatro e 12 horas, a carne era embalada a vácuo e congelada.

A ideia atraiu a atenção de investidores, com a parceria com uma grande rede de restaurantes. Entretanto, elas perceberam que os negócios estavam caminhando na contramão do que elas acreditavam. “Nosso propósito não é o dinheiro, são as pessoas. Percebemos que o dinheiro estava superando esse propósito, foi quando decidimos não continuar com a parceria”, lembrou Marinho.

Com um novo sócio, elas criaram a Cozinha Foods, empresa de impacto social que emprega mulheres em situação de vulnerabilidade social, como egressas do sistema prisional, mães solo, pessoas LGBTQ+ e mulheres com mais de 50 anos. “Todo público que o mercado não absorve, nós absorvemos – e com prazer.”

Atualmente, a empresa emprega mais de 20 mulheres, com impacto indireto em mais de 150 pessoas. Além disso, a produção diária passou de 10 quilos para 1.500 quilos. O sucesso da iniciativa deu origem ao Churrasco no Pote, rede de franquias que deve chegar a 35 unidades até o fim de 2026. “Achamos um caminho para empoderar mulheres em um ambiente totalmente machista. Acreditei no sonho de fazer churrasco e ajudar mulheres ao mesmo tempo, e deu certo. Quando faço isso, deixo um exemplo para o meu filho”, finalizou Marinho.