

GRAVATAÍ

TRENDS

Ed.07 | Março26

SALETE PERUZZO

POR TRÁS DE TODA MULHER HÁ UMA GRANDE HISTÓRIA E NÃO SERIA DIFERENTE COM ELA. ELA É A PROVA DE QUE A CORAGEM NÃO É A AUSÊNCIA DO MEDO, MAS A DECISÃO DIÁRIA DE ENFRENTÁ-LO E TRANSFORMAR SONHOS EM LEGADO.

O futuro da
mobilidade já
começou.



BYD

+ CAROL VALADARES

Como parte do trajeto pode ser feita com o **motor elétrico**, os carros híbridos emitem **menos gases poluentes, como CO₂**.



Isso ajuda a:

- **reduzir** o impacto ambiental
- **diminuir** a poluição nas cidades
- **melhorar** a qualidade do ar.

06 Colaboradores do mês

07 Hello - Carta da Editora

SOBRE MODA

10 Bússola Fashion

Amanda Andreazza traz as novidades do mundo da moda

14 Closet

Fernanda Dutra traz a peça da vez



ESTILO

13 Moodboard

Lauren Bruno compartilha seu Moodboard de estilo



MODA

17 Vai com tudo

Bolsa animal print

CAPA

19 Coragem sempre

Salete Peruzzo abre seu livro pessoal e nos conta como acredita que a vida deve ser vivida da melhor maneira



“Grandes histórias não acontecem por acaso elas são construídas todos os dias.”
Salete Peruzzo

GRAVATAÍ TRENDS

MODA

29 Em Alta

Bota + bermuda, o look da vez.

37 Du Jour

A camisa oficial da segunda-feira



ESTILO

45 MODA&PET

Uma dupla cheia de estilo e amor pelos pets



MODA

53 I LOVE SHOES

Meia estação pede mocassins com personalidade.

Jorge Bischoff
R\$ 649,00



61

CADERNO ESPECIAL GRAVATAÍ SHOPPING

DE VOLTA À ROTINA
DICAS PARA RETORNAR À
ROTINA EM GRANDE ESTILO

Dudalina



LifebyVivara



TRENDS EXPERIENCE

69

Experiências que Conectam

Gravataí Trends + Gravataí Shopping lançam projeto para clientes viverem o lifestyle do shopping

ESTILO

77 *Ama ou Passa?*

Gravata em laço. Será que essa moda pega?!

COMPORTAMENTO

78 A marca que deixamos: você é o que você faz, não apenas o que veste

Andréia Gasparoni compartilha sua visão sobre autenticidade e verdade, além do que vestimos

BEM-ESTAR

82 Uma nova era

Vida Natural reinaugura reforçando a conexão com o novo comportamento de beleza e bem-estar

CASA

88 Canecas que nos inspiram

Uma seleção de canecas com frases que nos ajudam a superar os dias mais desafiadores

NEGÓCIOS

96 Espaços Colaborativos

Urbano Coworking abre suas portas para mostrar que as conexões são pílulas saudáveis para a nossa produtividade

SABORES

102 *As gurias da Brulée*

Doces que trouxeram à tona um talento nato para mãe e filha: o amor pela inovação na mesa



PETLOVERS

110 Volta às Aulas... Para Eles Também!

Angélica Latosinski traz um olhar sobre a importância da socialização para o manejo de estresse dos pets





FERNANDA DUTRA

Consultora de estilo e especialista em identidade visual, integra a nossa turma com a **série Personalidades de Estilo e com a coluna CLOSET**, onde traduz comportamentos, preferências e estéticas em insights claros e inspiradores. Sua curadoria ajuda cada leitora a reconhecer o estilo que melhor conversa com seu perfil e a transformar essa descoberta em expressão autêntica da própria marca pessoal.

@fernandadutraestrategista

AMANDA ANDREAZZA

Com olhar atento e faro preciso para o que está por vir, Amanda Andreazza integra a nossa turma traduzindo **tendências do mundo da moda** com frescor e sensibilidade. Ela conecta movimentos, comportamento e estilo para mostrar, de forma clara e inspiradora, tudo que pulsa agora e o que ainda vai chegar. **@amandaandreazza**



ANGELICA LATOSINSKI

Especialista em saúde e bem-estar animal, Angélica Latosinski integra a nossa turma na **coluna PetLovers**, trazendo informação responsável e sensível sobre o cuidado com os pets no cotidiano. Com olhar atento às necessidades físicas e emocionais dos animais, ela traduz conhecimento técnico em orientações claras e práticas, ajudando os tutores a atravessar o verão com mais consciência, segurança e afeto. Seu conteúdo reforça que cuidar é também observar, prevenir e criar ambientes onde o bem-estar se torne parte da rotina. **@angelicalatosinski**



ANDRÉIA GASPARDONI

Especialista em Branding e Consultoria de Imagem, com mais de 28 anos de atuação, Andréia Gasparoni colabora neste mês na **editoria Comportamento**, conectando estratégia, imagem e comunicação na construção de posicionamentos consistentes. Sua abordagem integra o olhar técnico à leitura sensível do comportamento humano, traduzindo o Personal e Fashion Branding em direcionamentos claros e aplicáveis. Com trajetória sólida e visão estratégica, seu conteúdo reforça que presença e percepção são elementos centrais na forma como nos posicionamos no mundo.

@andreia Gasparoni



LAUREN BRUNO

Administradora de formação e maquiadora profissional há mais de uma década, Lauren Bruno colabora neste mês na **editoria Moodboard**, trazendo uma curadoria que reflete sua relação com a beleza. Leonina, intensa e afetiva, traduz no seu estilo escolhas que revelam força, sensibilidade e identidade. Seus itens expressam uma estética marcante, alinhada ao seu olhar sobre evolução constante e ao desejo de construir, com intenção, a sua própria história. **@laurenbrunomakeup**



Celebrar também é sobre ampliar o olhar

No mês em que celebramos o Dia Internacional das Mulheres, foi inevitável ampliar o olhar e reconhecer o que ainda atravessa a vida de tantas mulheres ao redor do mundo, para além das homenagens e das datas simbólicas, existe um cenário real que nos convida à consciência, um cenário em que mulheres, mães e meninas ainda ocupam espaços que não deveriam existir, espaços onde tristeza, raiva, angústia e preocupação se entrelaçam e se tornam parte de uma realidade que não pode ser ignorada.

Seguimos avançando, e isso é inegável, mas também seguimos atravessando caminhos que exigem coragem, presença e constância, no mercado de trabalho, na sociedade e nas relações, ainda existe um percurso que pede atenção e construção, ser mulher hoje envolve camadas que se revelam no cotidiano, nas escolhas, nos silêncios e também nas conquistas, envolve sustentar quem se é em um mundo que ainda aprende a escutar, a respeitar e a reconhecer. E, ainda assim, existe uma força que não se explica apenas pelos desafios, uma força que nasce no encontro, na troca e na possibilidade de caminhar junto, mulheres não precisam ser iguais para se reconhecerem, não precisam viver as mesmas histórias para se apoiarem, existe potência na diversidade, existe beleza nas diferenças e existe construção quando há abertura para o outro, quando há escuta e quando há intenção.

A Gravataí Trends acredita nesse movimento, acredita na construção coletiva, acredita na presença feminina como força criativa, estratégica e sensível, e entende que seu papel é abrir espaço, dar visibilidade e provocar conexões que façam sentido, nosso trabalho é olhar para as mulheres em sua complexidade e em sua potência, e traduzir isso em conteúdo que inspira, que conecta e que movimenta.

Falamos de moda, de beleza e de lifestyle, e falamos também de histórias, de trajetórias e de tudo aquilo que compõe o ser mulher hoje, falamos de estética e falamos de essência, porque uma não existe sem a outra, e porque a forma como nos mostramos ao mundo também é uma forma de posicionamento, de expressão e de presença.

Que esta edição te acompanhe com sensibilidade e com força, e que ela seja também um espaço de encontro, de reconhecimento e de continuidade.

Bem-vindos à mais uma edição da Gravataí Trends!



MANU BARRETTO
DIRETORA EXECUTIVA



No ritmo da sua vida,
com atitude e leveza.

 VIA UNO

Av. José Loureiro da Silva, 1484 | Centro - Gravataí
@viauno_gravatai

Pensou
moda em
Gravataí?
Pensou
Gravataí
Trends

@gravataitrends

BÚSSOLA *FASHION*

Tendências de moda, comportamento e inovação, para ficar de olho,
por **Amanda Andrezza**

O ano mal começou e a moda já está em ritmo acelerado: teve lista das marcas mais desejadas do mundo, Fashion Week Outono/Inverno 26/27, novas movimentações na direção criativa de grandes maisons do luxo e, aqui no Brasil, aberturas de lojas que são vitrine do melhor do design brasileiro.



Saint Laurent

a marca *HOT* do momento

Em fevereiro saiu o **Lyst Index Q4 2025**. Para quem não conhece, ele é um dos **rankings trimestrais mais respeitados da moda**, publicado pelo e-commerce global Lyst, mede o “calor” das marcas a partir de sinais reais de demanda, como buscas, visualizações, vendas e engajamento nas redes, ao longo de três meses.

E o que rolou nesse quarter, de um jeito bem direto? **A Saint Laurent manteve sua posição em 1º lugar**, e o topo do ranking continuou igual, com Miu Miu em 2º e COS em 3º.

LYST INDEX
Q4-25

HOTTEST BRANDS

01	SAINT LAURENT	—	-
02	MIU MIU	—	-
03	COS	—	-
04	RALPH LAUREN	^	+5
05	PRADA	^	+1
06	COACH	v	-1
07	THE ROW	v	-3
08	BURBERRY	^	+5
09	GUCCI	^	+5
10	MONCLER	^	+1

Entre as subidas que chamam atenção, a **Ralph Lauren avançou cinco posições** puxada por um clássico da marca, o tricô de zíper. **Burberry e Gucci** também subiram cinco posições cada, reforçando uma estratégia parecida: **voltar para os próprios códigos e revalorizar o DNA**.

Se a gente amarrar o relatório num insight maior, a mensagem é clara: as marcas não estão tentando ganhar atenção com “a grande novidade” a cada semana. Elas estão **apostando no que já funciona**, com consistência, e isso dialoga direto com o que a indústria vem apontando sobre o **cansaço das microtendências**. Em vez de produtos que parecem novos só porque viralizaram, **aparecem como destaque itens culturalmente familiares e duráveis**, tipo tricôs, puffer e cashmere.

No fim, fica aquela pergunta que vale ouro para quem trabalha com criação, estratégia e inovação: **quem somos nós, e como deixamos isso óbvio na comunicação?**



Novo Diretor Criativo na Versace, Pieter Mulier

Antes, a marca falava mais alto do que o estilista por trás das criações. Hoje, no entanto, **o nome do designer conta muito**, pois é ele quem pode fazer a marca reviver no desejo coletivo, ou não.

Na Versace, isso ficou evidente com a passagem curta de **Dario Vitale, que deixou o cargo após cerca de nove meses**. A leitura que fica é que a casa ainda buscava uma tradução mais convincente do seu DNA, com seus códigos reconhecíveis, mas atualizados para o agora.

É justamente por isso que a chegada de **Pieter Mulier** chama atenção. Nos últimos cinco anos na Alaïa, ele entregou um dos **reposicionamentos mais consistentes do luxo recente**.

Agora, a expectativa é ver como ele vai recalibrar a Versace sem diluir seu impacto, mantendo os códigos culturais da casa, mas com clareza, produto forte e tensão contemporânea.

Nova loja da Misci no Rio e a força do varejo físico

A **Misci é uma marca brasileira** comandada por Airon Martin, conhecida por traduzir brasilidade em linguagem contemporânea com acabamento de luxo, misturando alfaiataria, referências culturais e um senso de identidade muito claro.

A marca acaba de abrir sua primeira loja no Rio de Janeiro, marcando um passo importante na sua expansão nacional. A chegada ao Rio reforça um movimento que o próprio momento do mercado deixa evidente: **marcas autorais estão investindo em presença física para se consolidar**, criar experiência e aprofundar relacionamento com uma comunidade local que já existe, mas agora ganha um “endereço” para acontecer.

Semana de Moda Outono/Inverno 26/27

A temporada de desfiles começou com a **Copenhagen Fashion Week abrindo o circuito**, seguida por Nova York, Londres, Milão e fechando com a grandiosa Paris.

Algumas **tendências** já começam a se desenrolar, e o **truque de styling da calça dentro da bota** é uma delas.

O que você acha dessa estética? Eu sou suspeita para falar, pois amo. Dá um toque de atitude ao look!



O BOTICÁRIO

nativaSPA

rosas
secretas

secret roses

CREME
PERFUMADO
scented body cream



Perfumação provocante que desperta o desejo imediato.
Pele revigorada e sedosa ao toque.

400 ml - 13.5 fl. oz.

O BOTICÁRIO

LANÇAMENTO

nativaSPA ROSAS SECRETAS



NATURALIDADE QUE ASSINA
A NATURALIDADE É A ASSINATURA DESTES
MOODBOARD. A MAQUIAGEM É PARA
REALÇAR E NÃO PARA ESCONDER.

CELEBRAR É ESSÊNCIA
ESTAR PERTO DAS
PESSOAS QUE AMA.
APOIANDO,
INCENTIVANDO,
CELEBRANDO E VIVENDO
A VIDA!

**CASUAL &
DESPOJADO**
CAMISA BRANCA,
JEANS E BLAZER
LEVE TRADUZEM
SEU ESTILO



moodboard

LAUREN BRUNO É ADMINISTRADORA DE
FORMAÇÃO E MAQUIADORA PROFISSIONAL
HÁ MAIS DE UMA DÉCADA. VÊ A BELEZA
COMO CONEXÃO E PRESENÇA, UM ESPAÇO
DE TROCA REAL. LEONINA, INTENSA E
AFETIVA, ACREDITA NA EVOLUÇÃO
CONSTANTE E SONHA EM CASAR E
CONSTRUIR A SUA PRÓPRIA FAMÍLIA. SEU
ESTILO NESSE MOODBOARD.



**FEMINILIDADE
ATUAL**
O IRRESISTIBLE DA
GIVENCHY REPRESENTA
FEMINILIDADE
MODERNA, LEVE,
CONFIANTE E
NATURALMENTE
MARCANTE.



ENERGIA CRIATIVA
O VÔLEI DE AREIA SE
TORNOU UM NOVO
HOBBIE. AJUDA A
COLOCAR O CORPO EM
MOVIMENTO E É UM
MOMENTO DE PAUSA
PRA MENTE.



OLHAR PARA DENTRO
O ESPELHO SIMBOLIZA
RECONEXÃO,
AUTOCONHECIMENTO E
PRESENÇA ALÉM DA
ESTÉTICA.

**FERRAMENTA DE
TRANSFORMAÇÃO**
OS PINCÉIS SÃO EXTENSÃO DAS
SUAS MÃOS, INSTRUMENTOS QUE
ELEVAM AUTOESTIMA E
ETERNIZAM MOMENTOS ÚNICOS.



PAUSA & BRILHO
CAFÉ E GLOSS MARCAM O
RITMO DO DIA. REPRESENTAM
AUTOCUIDADO, FEMINILIDADE
E LEVEZA EM PEQUENOS
GESTOS.



CLOSET

Multiplique seus looks com inteligência e estratégia
por **Fernanda Dutra**



A editoria “Closet” parte de um exercício inteligente de estilo: eleger peças-chave e explorar sua **versatilidade em diferentes contextos do dia a dia.**

Este editorial convida a olhar para a moda como estratégia, onde cada peça tem propósito, e a versatilidade se transforma em elegância prática.

Uma peça, múltiplas POSSIBILIDADES

A **blusa peplum** e a **sandália dourada metalizada** assumem o protagonismo, provando que boas escolhas constroem um guarda-roupa funcional, atual e cheio de personalidade.



“

*A blusa peplum, em evidência nas temporadas recentes, valoriza a silhueta ao marcar a cintura e **cria uma linha feminina e elegante.***

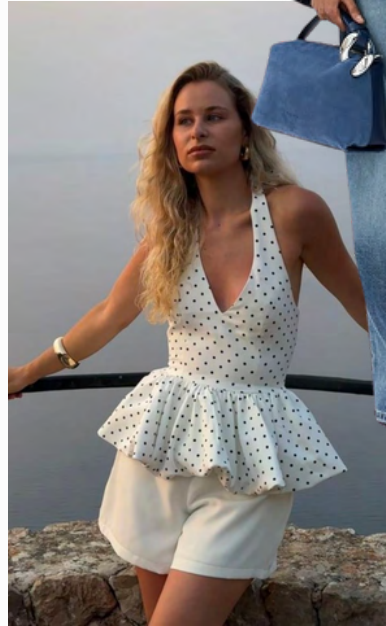
Em **composição com uma calça jeans** de modelagem mais ampla, o **resultado é um look moderno e contemporâneo.**

O volume equilibrado do jeans contrapõe a estrutura da blusa, trazendo casualidade, leveza e um ar urbano, ideal para produções descomplicadas, mas cheias de intenção.



Quando **combinada à calça de alfaiataria**, a peplum assume uma leitura mais **sofisticada**. O look ganha alinhamento e elegância, tornando-se uma escolha certa para ambientes que pedem mais formalidade, sem perder atualidade.

É a prova de que peças femininas também podem transitar com naturalidade por propostas profissionais e refinadas.



Para **momentos de lazer**, a mesma blusa surge em versão mais **descontraída**, combinada a um short. A produção ganha frescor, leveza e um clima de passeio, mantendo o equilíbrio entre conforto e estilo, perfeita para dias quentes e compromissos informais.



Já na **composição com a saia midi**, a **peplum revela sua maior força: a versatilidade**. O resultado é um look neutro, equilibrado e elegante, que transita com facilidade do trabalho ao lazer, adaptando-se a diferentes ocasiões com poucos ajustes.



Arrematando todas as produções, a **sandália dourada metalizada** de salto bloco entra como peça-chave. A escolha do salto proporciona conforto e estabilidade, enquanto o tom dourado atua como um verdadeiro coringa no guarda-roupa: ilumina, valoriza e dialoga com diferentes estilos e propostas, sem sobrecarregar o visual.



RIA
com Alma

As novas tendências
de Outono Inverno
RIACHUELO

BOLSA TOTE
ANIMAL PRINT.
VAI COM TUDO!



RIACHUELO
R\$ 129,90

**PAQUETA
ESPORTES**



ADIDAS KIDS

Loja 1: Av. José Loureiro da Silva, 1422 | Centro - Gravataí
Loja 2: Gravataí Shopping Center

A close-up portrait of a woman with long, wavy, light brown hair, wearing black-rimmed glasses and a dark top. She is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a soft, out-of-focus light color.

Retrato Gravataí

SALETE PERUZZO

MOVIDA POR FÉ, METAS BEM DEFINIDAS E CORAGEM
PARA AGIR, SALETE PERUZZO CHEGA AOS 59
ASSUMINDO UM NOVO DESAFIO E É ISSO QUE A FAZ SE
SENTIR CADA VEZ MAIS VIVA.

GRAVATAÍ
TRENDS

Maria Salete Peruzzo. Empresária, mãe e avó dedicada. Agora presidente do Sindilojas Gravataí, construiu sua trajetória em cima de algo que acredita muito: fé, metas bem definidas e coragem para agir.

Com uma energia contagiante, esta mulher nascida em Cachoeirinha, mas profundamente conectada com Gravataí, acredita que nada acontece por acaso. Para ela, sonhos não são apenas desejos, são projetos que precisam ser escritos, planejados e visualizados como realidade.

Sua história passa pelo varejo de moda, pela família e por experiências que exigiram muita força emocional. Aos 18 anos, tornou-se mãe e precisou reorganizar completamente sua vida. Mais tarde, ao lado da família, abriu, em 1989, a primeira loja da Peruzzo Tintas em Cachoeirinha, e em 2007, a primeira unidade em Gravataí dando início a uma trajetória que hoje soma seis lojas e um centro de distribuição.

Porém, para Salete, o verdadeiro sucesso não está apenas nos negócios, mas em algo que ela considera essencial: ter paz no coração.

“Nada é mais importante do que ter paz no coração”

GRAVATAÍ TRENDS Quem é você hoje, olhando para sua trajetória?

SALETE PERUZZO Sou uma pessoa extremamente humana. Gosto de ajudar os outros, sou sincera, honesta e organizada. Não gosto de preguiça nem de vitimismo. Também sou muito espiritualizada e acredito que o primeiro pilar da vida é a espiritualidade. Busco sempre paz e tranquilidade em todos os relacionamentos. Valorizo tudo que vivi, conquistas e derrotas. Foram elas que me forjaram a ser quem sou hoje. Entendo que tudo que buscamos na vida como sucesso, felicidade e realização, não está fora, mas dentro de nós mesmos. Tenho muito amor e gratidão por tudo que vivi até agora.

GRAVATAÍ TRENDS E o que te move?

SALETE PERUZZO O que me motiva é algo maior que eu mesma. É um grito interior que não me deixa ficar parada. Tenho a sensação de que ainda tenho muito a fazer na minha vida. Sempre trabalhei com metas muito claras, tudo que planejo eu escrevo, desenho e arquiteto. Sempre acreditei que sonhar e desejar com verdade nos ajuda a conquistar. Já tive sonhos que pareciam impossíveis quando escrevi e hoje eles são realidade.

“Grandes sonhos precisam ser escritos”

Ao falar de metas, Salete revela algo que se tornou parte do seu método de vida: visualizar os objetivos como se já estivessem realizados. Essa forma de pensar guiou suas decisões pessoais e profissionais. Foi assim que construiu família, negócios e projetos e é assim que enxerga o futuro.

GRAVATAÍ TRENDS O que Gravataí representa para você?

SALETE PERUZZO Para mim é uma cidade de grandes oportunidades. Tem um comércio forte, é acolhedora, tem paisagens lindas e é um excelente lugar para morar e empreender. Ao mesmo tempo, vejo que está em uma expansão acelerada, e precisamos cada vez mais de planejamento estratégico para acompanhar esse crescimento.

GRAVATAÍ TRENDS A moda está na sua vida, há muito tempo, como foi essa experiência?

SALETE PERUZZO Antes de investir no setor de tintas, vivi uma longa fase no universo da moda. Durante 14 anos, fui lojista de roupas e isso fez-me apaixonar pelo varejo. Sempre adorei moda. Gosto



de me vestir bem e acompanho tendências. Viajava a São Paulo para conferir lançamentos. Acredito que a roupa mostra muito da personalidade das pessoas.

GRAVATAÍ TRENDS Tu comentastes que teu espírito empreendedor também vem da família. De quem é a genética?

SALETE PERUZZO Minha família por parte de pai era de comerciantes. Minha madrinha sempre foi uma inspiração para mim. Uma mulher muito empreendedora. Aprendi que empreender não é para fracos, conheço pessoas extremamente inteligentes que não sabem empreender e outras que mal sabem escrever e construíram grandes empresas. Empreender exige coragem e persistência.

GRAVATAÍ TRENDS O que te traz felicidade nos dias de hoje?

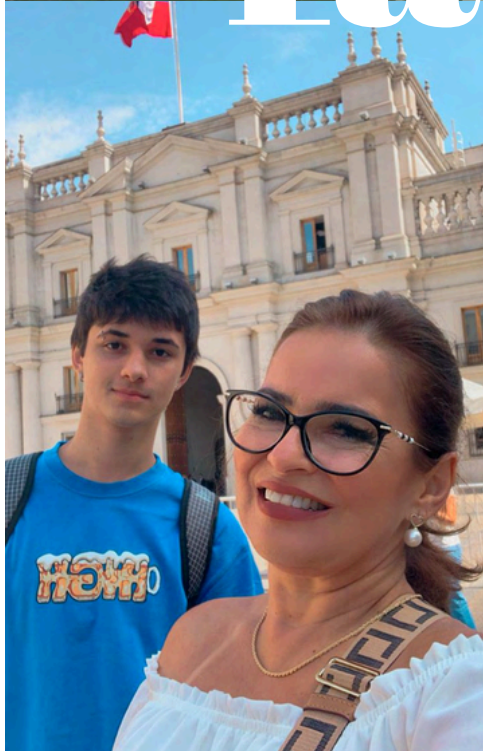
SALETE PERUZZO Minha maior alegria hoje é minha netinha Zoe. Amo viajar, adoro flores e jardins e também tenho uma paixão enorme pela cozinha. Cozinhar me acalma e me dá prazer, principalmente quando é para reunir pessoas que amo em volta da mesa.

*APESAR DA TRAJETÓRIA INTENSA
NO EMPREENDEDORISMO,
SALETE MANTÉM UMA VIDA
PROFUNDAMENTE CONECTADA
COM A FAMÍLIA, AMIGOS E
PEQUENOS PRAZERES.*





álbum de família





Uma das suas grandes paixões são suas viagens, ela coleciona memórias e ama experimentar culturas e lugares diferentes.

Para Salete, viajar nunca foi apenas lazer, é também uma forma de ampliar o olhar. Entre compromissos de trabalho e a vida familiar, ela sempre encontrou espaço para explorar novos lugares, conhecer culturas e observar como diferentes cidades vivem, consomem e se organizam. Viajar para Paris era um sonho antigo, que parecia distante, e ela concretizou.

Para a empresária, viajar é também um exercício de gratidão, uma maneira de lembrar que o mundo é grande, diverso e cheio de possibilidades.

Salete é uma pessoa muito versátil. Suas viagens podem ser acompanhadas de seu marido, de seus filhos ou de seu grupo de amigos.

“O importante é ter com quem compartilhar, *poder dividir experiências e ter momentos leves* com quem a gente ama.”

Aos 59 anos, fala da vida com uma serenidade que não vem da ausência de desafios, mas da experiência acumulada.

Aprendeu que conquistas importantes exigem tempo, paciência e persistência. Hoje valoriza mais as pequenas coisas: as viagens, os encontros com amigos, os momentos em família e a alegria de acompanhar o crescimento da neta. A maturidade, para ela, não significa desacelerar, significa escolher melhor onde colocar toda sua energia.





Ao falar sobre o papel feminino na sociedade, Salete é direta:

“Ser mulher ainda exige coragem”

GRAVATAÍ TRENDS Como tu enxerga a situação das mulheres atualmente?

SALETE PERUZZO O mundo mudou muito, mas a mulher ainda sofre injustiças em várias situações. Por isso acho importante ajudar outras mulheres a acreditarem no

próprio potencial, transformar desafios em oportunidades e terem coragem de conquistar seus sonhos.

GRAVATAÍ TRENDS Na tua opinião, o que é necessário para viver bem?

SALETE PERUZZO Para viver bem precisamos agradecer constantemente a tudo e a todos, praticar bondade, perdoar, eliminar medos e apegos que travam a nossa vida. Não perder tempo se preocupando com coisas que não podem mudar a sua vida, é viver o presente.

A história de Salete é feita de decisões, trabalho e fé, mas também de algo que ela acredita **ser essencial para qualquer mulher:**

“A força da mulher não vem da ausência do medo, mas da capacidade de superá-lo todos os dias. Entender nossas fraquezas é a nossa maior força.”

Ao final da conversa, fica claro que a história de Salete Peruzzo não é apenas sobre negócios, é sobre visão e sobre coração. É sobre definir metas, mesmo quando elas parecem distantes, é sobre continuar caminhando mesmo quando as decisões exigem coragem.

Salete acredita que a verdadeira riqueza não está apenas nas conquistas materiais, mas na capacidade de manter a paz nas relações e na consciência de quem se é.

Aos 59 anos, inicia um novo ciclo, mais uma etapa em uma trajetória marcada por muitas realizações e deixa uma convicção clara:

“Grandes histórias não acontecem por acaso elas são construídas todos os dias.”

IMPALA JUPAES

VIRANDO O JOGO





EM ALTA

Boots + bermudas: *este inverno promete*, muito estilo e muito cano longo.















DUDALINA

GRAVATAÍ SHOPPING CENTER
PISO TÉRREO

Segunda-feira

É o *Dia Internacional da Camisa Branca*: sim ou com certeza?















A CRECHE DA
AMOLLO PODE TE
LEVAR A LUGARES
INIMAGINÁVEIS.



MODA & PET

Estilo está nos pequenos momentos do dia a dia e nós *reunimos ideias de combinações perfeitas* para passear com seu pet.



SPECIALTY COFFEE

HORARIO

Lunes a Viernes	8:00 AM - 7:00 PM
Sabado	9:00 AM - 6:00 PM
Domingo	10:00 PM - 5:00 PM










Amando essas dicas da Gravataí Trends!



FLORICULTURA
Gerânium





I LOVE SHOES

Mocassim ou loafer? *Um símbolo de estilo atemporal, confortável, versátil e capaz de transformar produções básicas em looks cheios de intenção.*

I LOVE SHOES









ANTIQUARIES

I LOVE SHOES



I LOVE SHOES



pra levar

Schutz
R\$ 690,00



Arezzo
R\$ 399,90



Ramarim
R\$ 229,99



Usaflex
R\$ 379,99



Luz da Lua
529,90



Satinato
R\$ 179,90



Jorge Bischoff
R\$ 649,00





DE VOLTA À ROTINA NA CIDADE

DICAS PARA RETORNAR À ROTINA EM GRANDE ESTILO

CADERNO ESPECIAL
 Gravataí
SHOPPING

GRAVATAÍ
TRENDS

LEZ A LEZ
BLAZER FEMININO
COM GOLA EM
TECIDO PLANO
R\$ 899,90

LIFE BY VIVARA
ARGOLA LIFE
TEXTURA
R\$ 520,00

LEZ A LEZ
BLUSA REGATA
EM MALHA TRICÔ
R\$ 229,90

LIFE BY VIVARA
PULSEIRA LIFE
R\$ 550,00
PINGENTE LIFE
TEXTURA
R\$ 280,00

LEZ A LEZ
CINTO COM FIVELA
ORGÂNICA METALIZADA
R\$ 129,90

LEZ A LEZ
CALÇA JEANS
BARREL COM
RECORTES
R\$ 499,90

LEZ A LEZ
BOLSA MÉDIA
COM ALÇAS DE
MÃO E LENÇO
R\$ 349,90

LEZ A LEZ
SANDÁLIA
METALIZADA
SALTO MÉDIO
FINO COM TIRAS
R\$ 399,90

Casual inteligente para dias que pedem movimento

ENTRE REUNIÕES, COMPROMISSOS E
UMA PAUSA PARA O CAFÉ, O LOOK
CASUAL GANHA SOFISTICAÇÃO COM
PEÇAS VERSÁTEIS E BEM
ESCOLHIDAS. JEANS ESTRUTURADO,
TRICÔ LEVE E ACESSÓRIOS QUE
TRAZEM PERSONALIDADE CRIAM
UMA PRODUÇÃO CONFORTÁVEL,
MODERNA E PRONTA PARA
ACOMPANHAR O RITMO DA CIDADE.

*Preços sujeitos a alteração e produtos conforme disponibilidade de estoque.



**ROTINA
É MOVIMENTO**

LIFE BY VIVARA
COLAR LIFE
BLOSSOM
R\$ 1.950,00

LIFE BY VIVARA
BRINCO EARCUFF
LIFE BLOSSOM
R\$ 1.270,00

LIFE BY VIVARA
RELÓGIO
FEMININO LIFE
R\$ 690,00

DUDALINA
CAMISA REGULAR
TRICOLINE
R\$ 499,90

DUDALINA
BOLSA DE CROCO
R\$ 799,90

Elegância que resolve o dia

O CLÁSSICO CONTINUA SENDO UM DOS MAIORES ALIADOS DA ROTINA PROFISSIONAL. CAMISA BEM CORTADA, ALFAIATARIA CONFORTÁVEL E ACESSÓRIOS MARCANTES CRIAM UMA PRODUÇÃO ELEGANTE E VERSÁTIL E PERFEITA PARA ACOMPANHAR REUNIÕES, COMPROMISSOS E MOMENTOS IMPORTANTES.

DUDALINA
SAPATILHA DE
COURO BICO FINO
R\$ 699,90

DUDALINA
CALÇA RETA
SOPHIA
R\$ 899,90

*Preços sujeitos a alteração e produtos conforme disponibilidade de estoque.



ROTINA
É SOBRE O TEMPO

LIFE BY VIVARA
COLAR LIFE
GROUMET OVAL
R\$ 360,00

ARAMIS
PALETÓ MALHA
SUPER SLIM
R\$ 1.699,90

ARAMIS
CAMISETA MANGA
CURTA PIMA
R\$ 369,90

LIFE BY VIVARA
PULSEIRA LIFE
TRANÇADA EM
COURO
R\$ 630,00

LIFE BY VIVARA
ANEL LIFE
MASCULINO
R\$ 240,00

ARAMIS
CALÇA JEANS REGULAR
VINTAGE ECO
R\$ 599,90

ARAMIS
TÊNIS JOURNEY
URBAN BRANCO
R\$ 599,90

Equilíbrio entre conforto e sophisticção

O ESPORTE FINO TRADUZ BEM O ESTILO DE QUEM VIVE A CIDADE EM MOVIMENTO. PEÇAS CONFORTÁVEIS, COMBINADAS COM ALFAIATARIA LEVE E TÊNIS URBANOS, CRIAM UM VISUAL MODERNO, PRÁTICO E PREPARADO PARA DIFERENTES COMPROMISSOS AO LONGO DO DIA.

*Preços sujeitos a alteração e produtos conforme disponibilidade de estoque.



LANÇAMENTO

GEO COLORS

Apaixone-se por joias que unem tendência, design e estilo

Life
VIVARA

GRAVATAÍ SHOPPING CENTER
PISO TÉRREO



HAPPY DE RESPEITO?
É NO SALVADOR!



EXPERIÊNCIAS QUE CONECTAM

CONEXÕES REAIS, EXPERIÊNCIAS QUE SE
TORNAM MEMÓRIAS AFETIVAS

GRAVATAÍ TRENDS + GRAVATAÍ SHOPPING



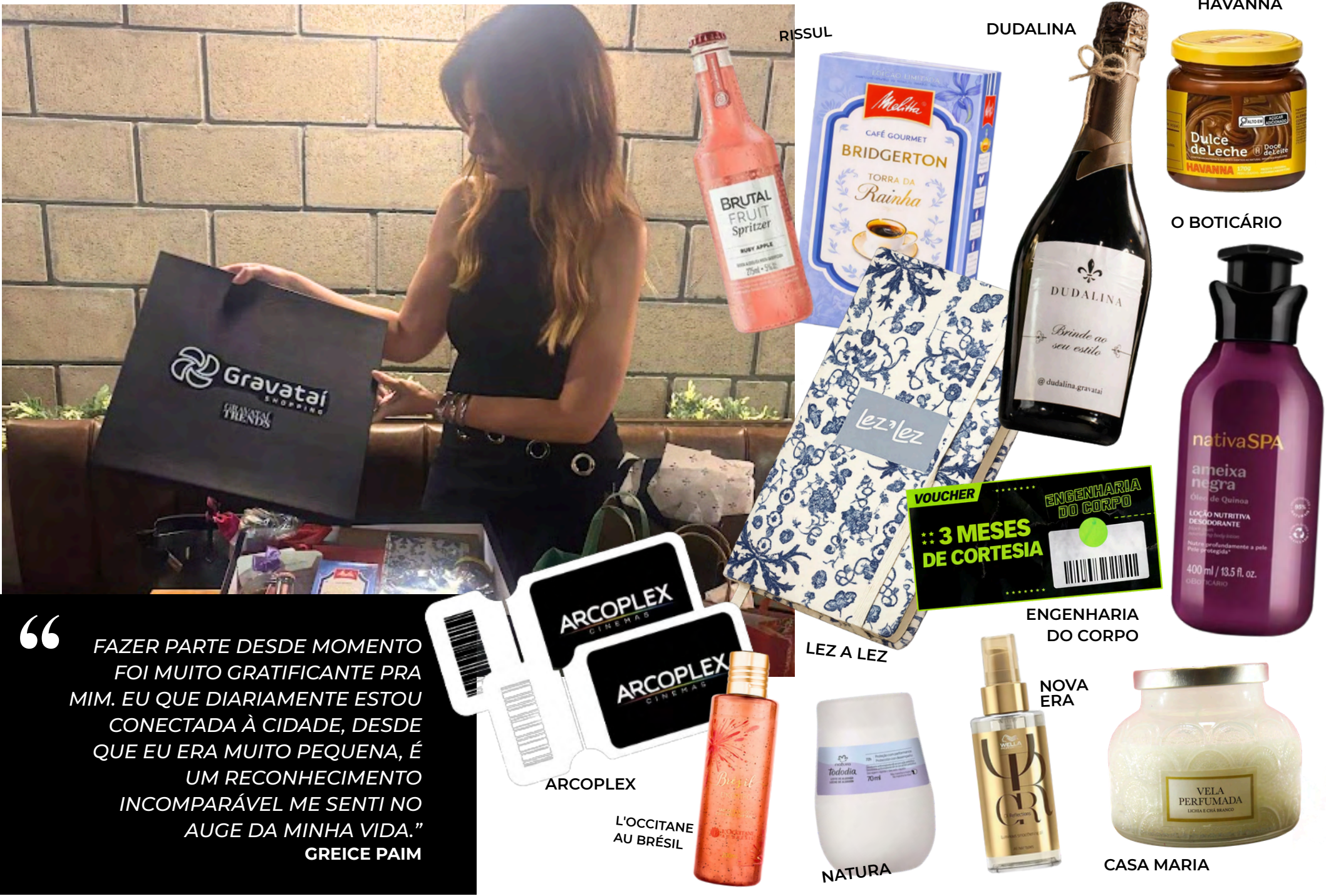
Um novo comportamento, um novo olhar

O consumo atravessa uma transformação silenciosa e profunda. O que antes era conduzido pela lógica da escolha rápida e da funcionalidade hoje se desloca para outro território, onde sentir passa a ter um peso maior do que apenas adquirir. O cliente contemporâneo deseja se reconhecer nos lugares que frequenta, encontrar significado nas marcas que escolhe e perceber intenção em cada detalhe da jornada.

Nesse cenário, a presença ganha um novo valor e é desse entendimento que nasce o **Experiências que Conectam**, um projeto que traduz esse novo momento em forma de vivência.

Idealizado pela Gravataí Trends, o projeto surge como uma construção estratégica e ao mesmo tempo sensível, capaz de aproximar marcas e pessoas de forma mais humana, alinhada e verdadeira.





“ FAZER PARTE DESDE MOMENTO FOI MUITO GRATIFICANTE PRA MIM. EU QUE DIARIAMENTE ESTOU CONECTADA À CIDADE, DESDE QUE EU ERA MUITO PEQUENA, É UM RECONHECIMENTO INCOMPARÁVEL ME SENTI NO AUGUE DA MINHA VIDA.”
GREICE PAIM

Boas experiências só acontecem com quem realmente acredita

Desenvolvido em conjunto com o Gravataí Shopping, o projeto inaugura uma jornada que percorrerá o ano, conectando datas relevantes do varejo local a histórias reais da cidade.

A proposta parte de uma premissa

clara, a de que relações consistentes se constroem a partir de intenção, cuidado e coerência.

O projeto ganha força justamente por reunir marcas que compartilham dessa mesma visão, criando um ambiente onde cada interação é pensada para gerar um vínculo verdadeiro.

O shopping, ao sustentar iniciativas dessa natureza, fortalece seu papel como um espaço atento ao seu tempo, que evolui junto com o comportamento das pessoas.

O shopping como espaço de encontro

O Gravataí Shopping vive um momento que reflete essa mudança de perspectiva, consolida-se como um espaço de convivência, onde diferentes dimensões do cotidiano se encontram. Gastronomia, moda, bem-estar e entretenimento passam a dialogar de forma integrada, construindo uma experiência que acompanha o ritmo e os desejos de quem circula por ali.

Há uma atenção crescente aos detalhes, à forma como as pessoas são recebidas, ao tempo que passam no espaço e às memórias que levam consigo. Essa transformação não acontece por acaso. Ela nasce de uma escolha consciente de se posicionar como um lugar que valoriza relações e entende o cliente como parte ativa desse ecossistema.



“

O ATUAL MOMENTO DO SHOPPING FAZ COM QUE A GENTE ABRA ESPAÇO PARA O NOVO, MAS SEM PERDER A NOSSA ESSÊNCIA E O RECONHECIMENTO A TODOS OS CLIENTES QUE ESTIVERAM E SEGUEM CONOSCO ATÉ HOJE.
FABIANA PEIXOTO, GESTORA DE MKT GRAVATAÍ SHOPPING

Marcas que fortalecem a essência

Neste novo momento do shopping, o empreendimento passa a reunir marcas fortes, construindo um posicionamento alinhado aos grandes centros e, ao mesmo tempo, próximo da realidade local, fazendo com que o gravataiense se sinta atendido, representado e escolha consumir na própria cidade.

Lojas como **Lez a Lez**, **Vivara**, **L'Occitane**, **Havaianas**, **Havanna**, **Havanna Gelateria**, **Aramis** e **Dudalina** passam a compor esse cenário, consolidando um mix que dialoga com estilo, qualidade e experiência.





Vivendo a experiência

A primeira edição do *Experiências que Conectam* aconteceu no último mês de março. A convidada foi Greice Paim, empresária e presença marcante na cidade, cuja trajetória se entrelaça com a história de Gravataí de maneira natural e genuína.

A experiência foi desenhada de forma colaborativa por Manoela Barretto, CEO da Trends, e Fabiana Ourique Peixoto, gestora de Marketing do Gravataí Shopping.

O encontro teve início no em um ambiente acolhedor que abriu espaço para conversas espontâneas e conexões reais. O percurso seguiu pelas lojas, onde marcas parceiras participaram ativamente da construção da experiência, oferecendo não apenas produtos, mas atenção, escuta e presença. Cada etapa foi pensada para criar continuidade.

A experiência gastronômica no Salvador Bar e Cozinha, trouxe profundidade à noite, com um ambiente que convidava à permanência e, que através dos seus colaboradores, se mostrou totalmente acolhedor.

“ CONECTADA À CIDADE, DESDE QUE EU ERA MUITO PEQUENA, FOI EXTREMAMENTE ESPECIAL ESTE RECONHECIMENTO. GREICE PAIM, EMPRESÁRIA E CLIENTE GRAVATAÍ SHOPPING

A ação ganhou ainda mais significado ao contar com a participação das marcas parceiras que integraram a experiência.

Os mimos entregues não representavam o encerramento de uma ação, mas a continuidade de um relacionamento que passa a ser construído a partir do encontro.

Participar de uma ação como essa traduz, de forma clara, o posicionamento das marcas envolvidas. Ao se integrarem a uma proposta que valoriza conexão genuína, cuidado e gentileza, reforçam seus valores e revelam, na prática, a forma como escolhem se relacionar com seus clientes.

MARCAS PARCEIRAS:



OBOTICÁRIO



RAIZ GAÚCHA
PRODUTOS TRADICIONALISTAS



natura

ARAMIS



DUDALINA



Meu
Milk
Shake

nova Era
cosméticos



ENGENHARIA
DO CORPO

ARCOPLEX
CINEMAS



Gravataí

S H O P P I N G

"Os melhores momentos acontecem aqui!"

AMA OU PASSA?



A **gravata em laço no pescoço** é um detalhe de estilo que transforma o look com sutileza e intenção. Delicada, mas cheia de presença, ela aparece em blusas, camisas e vestidos, trazendo um ar elegante com um toque contemporâneo. Com inspiração retrô, mas leitura atual, **o laço no pescoço equilibra feminilidade e força**, adiciona informação de moda sem exagero e eleva produções simples com facilidade. Um clássico que ganha novas interpretações e mostra como pequenos gestos de styling fazem toda a diferença. ***E aí: se essa moda pega... tu ama ou passa?***

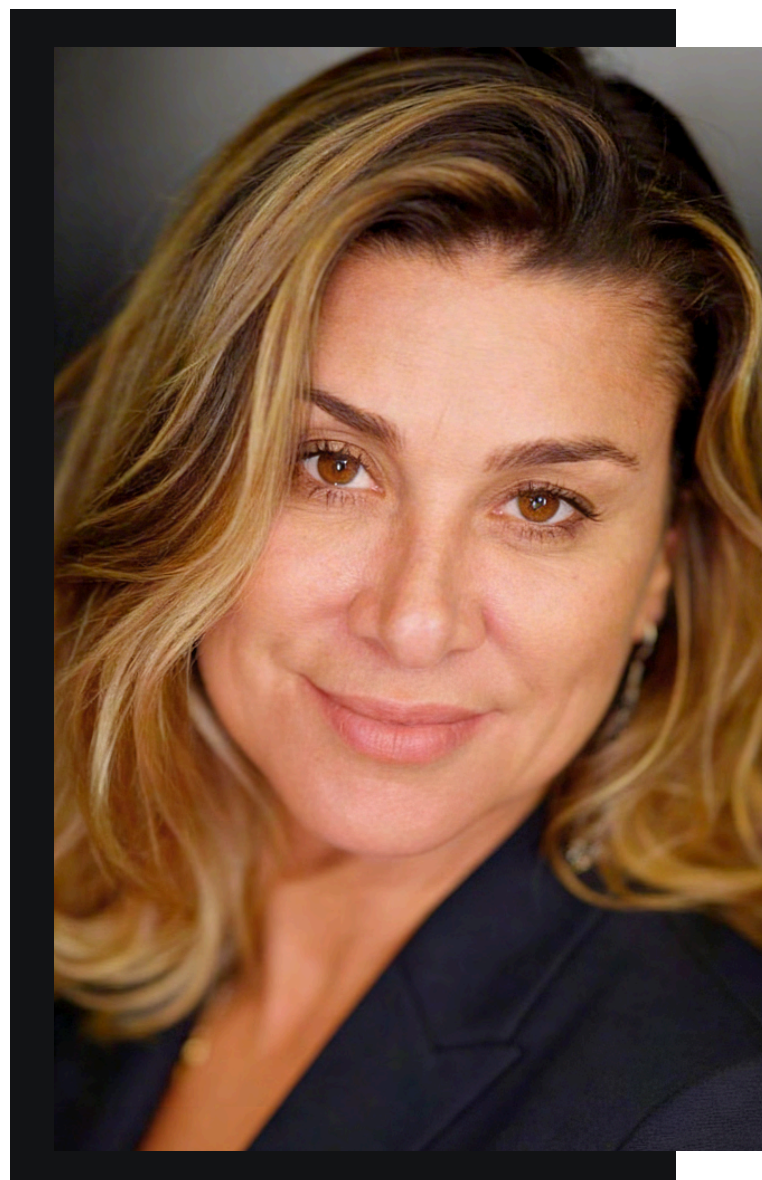
A marca que deixamos: você é o que você faz, não apenas o que veste

POR ANDREIA GASPARONI

Em um mundo obcecado por aparências, é fácil acreditar que construir uma marca pessoal forte se resume a um guarda-roupa impecável e a um feed de Instagram esteticamente perfeito, mas e se eu te dissesse que a sua verdadeira marca, aquela que realmente fica na memória das pessoas, é construída nos detalhes do seu dia a dia?

Sua marca pessoal é a soma de todas as experiências que os outros têm com você, é a lembrança que você evoca, pense nisso: quando as pessoas lembram de você, o que lhes vem à mente? A resposta a essa pergunta é o cerne do seu branding pessoal, e ela é construída, momento a momento, em suas ações, atitudes e escolhas diárias.

A roupa, sem dúvida, é uma ferramenta poderosa de comunicação, ela pode expressar nossa criatividade, profissionalismo ou estado de espírito, no entanto, ela é apenas a embalagem, o conteúdo, a essência da sua marca, está em como você trata o garçom, na pontualidade com que honra seus compromissos, na empatia que demonstra ao ouvir um amigo e na integridade das suas decisões.



São esses comportamentos que revelam seu caráter, seus valores e quem você é de verdade, a maneira como você reage sob pressão, a generosidade de um elogio sincero, a responsabilidade ao assumir um erro, esses são os verdadeiros pilares da sua marca, eles são a prova viva dos valores que você diz defender.

Como uma apaixonada por *beach tennis*, observo constantemente como a quadra se torna um palco para a construção de marcas,

jogador que incentiva sua dupla, que celebra os pontos com energia e apoia nos erros, revela uma natureza positiva e colaborativa que certamente transparece em seu dia a dia pessoal e profissional, por outro lado, o jogador que faz careta quando o parceiro erra, que demonstra desaprovação silenciosa a cada ponto perdido, que pesa o clima com sua negatividade contida, constrói uma imagem igualmente negativa que o acompanha para fora da quadra, essa negatividade sutil, muitas vezes mais destrutiva que uma explosão, revela um caráter que não sabe lidar com a adversidade ou apoiar quem está ao seu lado, muitos não percebem que, naquele ambiente de lazer, estão sendo observados por potenciais clientes e parceiros de negócios, um empresário com uma atitude tóxica no jogo pode, sem saber, estar afastando consumidores de seu estabelecimento, simplesmente porque ninguém quer se associar a uma marca pessoal que transmite desconfiança e negatividade.

Pense em alguém que você admira, provavelmente, não é pela roupa que usa, mas pela forma como trata as pessoas, pela consistência e coerência entre o que diz e o que faz, pela forma como enfrenta desafios, essa pessoa construiu uma marca de impacto através da repetição de pequenos atos de integridade e autenticidade, cada interação, cada decisão, cada gesto é um tijolo na construção dessa reputação.

A verdade incômoda é que não há filtro que disfarce a falta de caráter, e nenhuma aparência perfeita compensa a ausência de valores, por outro lado, a autenticidade e a genuinidade têm um brilho que nenhuma roupa consegue replicar, quando você vive de acordo com seus princípios, isso transpira em cada movimento, em cada palavra, em cada silêncio.

Construir uma marca pessoal autêntica e marcante não é sobre criar uma persona, mas sobre permitir que sua essência transpareça em tudo o que você faz, é um convite para a autorreflexão: suas ações diárias estão alinhadas com a imagem que você deseja projetar? A lembrança que você está construindo hoje é aquela pela qual você gostaria de ser lembrado amanhã? Você está sendo coerente?

Lembre-se: sua marca é construída nas ações do seu dia a dia, é o legado que você deixa no mundo, muito além do que os olhos podem ver, e é a que realmente fica.

Andréia Gasparoni é especialista em Branding e Consultoria de Imagem, com mais de 28 anos de atuação. Une estratégia, imagem e comunicação para fortalecer marcas e posicionamentos por meio do Personal e Fashion Branding. Formada em Fonoaudiologia, integra sua base técnica ao olhar estratégico, ampliando resultados para empresas e profissionais. É sócia da GASKI, agência de Branding, Motion e Design, onde atua ao lado do marido, Rafael Jukoski. Mãe do diretor de cinema Guilherme G. Pacheco, é apaixonada por moda, comportamento humano, viagens e beach tennis.

Pensou
beleza em
Gravataí?

Pensou
Gravataí

Trends

@gravataitrends

Ingredientes de alta
qualidade o segredo por
trás do novo **Colágeno
Beauty Power™**



dōTERRA®

CLIQUE E SAIBA MAIS

bem-estar

GRAVATAÍ TRENDS —



VIDA NATURAL REINAUGURA EM
NOVO ENDEREÇO E CELEBRA O
ESTILO DE VIDA **WELLNESS** EM
GRAVATAÍ.

POR MANOELA BARRETTO



O **WELLNESS** é um estilo de vida que conecta **SAÚDE, EQUILÍBRIO E CONSCIÊNCIA**, mostrando que o cuidado com o corpo começa nas escolhas do dia a dia

O movimento global de wellness deixou de ser uma tendência passageira para se consolidar como um verdadeiro estilo de vida. Cada vez mais pessoas buscam escolhas mais conscientes, que envolvem alimentação equilibrada, suplementação, saúde preventiva e bem-estar no dia a dia. Esse novo comportamento valoriza o cuidado consistente com o corpo e a mente e vem transformando também o varejo especializado.

Nos últimos anos, a preocupação com a saúde ganhou um novo espaço na rotina das pessoas. Consumidores passaram a observar com mais atenção a qualidade

dos alimentos, os ingredientes presentes nos produtos e os impactos que as escolhas diárias podem gerar no organismo a longo prazo. Esse olhar mais consciente fortalece a busca por equilíbrio, prevenção e qualidade de vida, fazendo com que a alimentação e o autocuidado ocupem um papel cada vez mais central na rotina.

Arelado a esse novo comportamento de cuidado está também uma transformação no comportamento de consumo. As pessoas passaram a buscar produtos mais naturais, de procedência confiável e com qualidade comprovada. Além disso, cresce o interesse por informação e orientação especializada, já que o consumidor atual deseja entender melhor o que consome e como cada escolha pode contribuir para a saúde e o bem-estar.

Hoje, três pilares **se destacam** como fundamentais nesse novo estilo de vida.

SAÚDE MENTAL

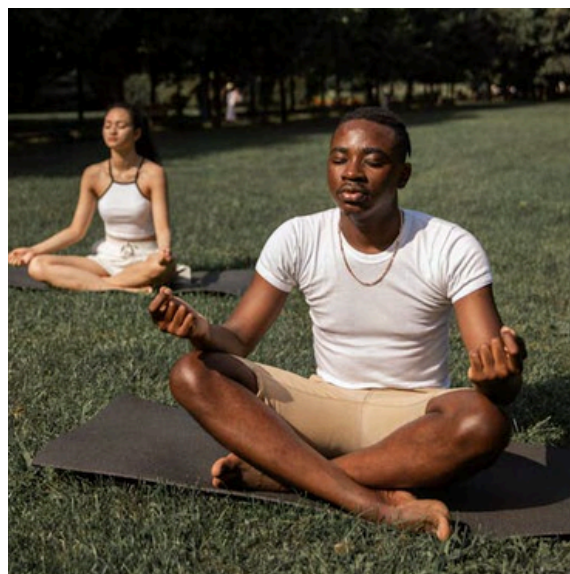
O equilíbrio emocional tornou-se prioridade. Momentos de pausa, autocuidado e práticas que reduzem o estresse passaram a fazer parte da rotina de quem busca viver com mais qualidade e presença

CORPO E MOVIMENTO

Cuidar do corpo deixou de estar ligado apenas à estética e passou a ser visto como uma forma de manter energia, vitalidade e longevidade.

ALIMENTAÇÃO CONSCIENTE

Escolhas alimentares mais naturais, nutritivas e equilibradas ganham cada vez mais espaço, reforçando a importância da prevenção e da nutrição funcional no dia a dia.



CURADORIA E QUALIDADE NA ENTREGA



Em Gravataí, **a Vida Natural acompanha** essa evolução ao conectar conhecimento, curadoria de produtos e orientação para quem deseja incorporar hábitos mais saudáveis à rotina.

À frente do negócio está a empresária **Léia Márggutti**, que acompanha de perto as transformações do mercado de saúde e bem-estar. Atenta às novidades e comprometida com a qualidade dos produtos que oferece, Léia mantém uma curadoria cuidadosa para trazer soluções alinhadas às necessidades dos clientes.

Entre os destaques dessa nova fase está a chegada da **doTERRA** à loja, com o **lançamento do colágeno**, ampliando o portfólio de produtos voltados ao cuidado integral com o corpo e ao bem-estar.

Celebrando esse novo momento, a Vida Natural reinaugurou sua loja no dia 5 de março, agora em um novo endereço no bairro Dom Feliciano, um dos pontos mais charmosos da cidade. Localizada no

Happy Open Mall, com estacionamento privado, a nova loja recebeu clientes, parceiros e convidados em um evento especial de relacionamento.

A experiência foi organizada pela empresária **Bianca Marx, da B3 Promo**, conhecida por desenvolver encontros que aproximam marcas e pessoas por meio de experiências acolhedoras, criando momentos de conexão e troca.

A Vida Natural preza por um atendimento diferenciado, com orientação personalizada e um ambiente acolhedor. Essas premissas fazem parte da essência da marca. A ideia é que cada visita seja também um momento de descoberta, um espaço onde informação, bem-estar e experiência caminhem juntos para atender um consumidor cada vez mais atento, consciente e interessado em viver com mais equilíbrio e qualidade de vida.

@vidanaturalgravatai



INTERCITY HOTELS



R. Maurício Cardoso, 146 | Passo das Pedras - Gravataí
[@intercity.hotels](https://www.intercity.hotels)

08 de março | Dia da Mulher

HOJE E SEMPRE,
CELEBRAMOS A FORÇA,
E A DETERMINAÇÃO DE
CADA MULHER!



GRUPO
Elevato 

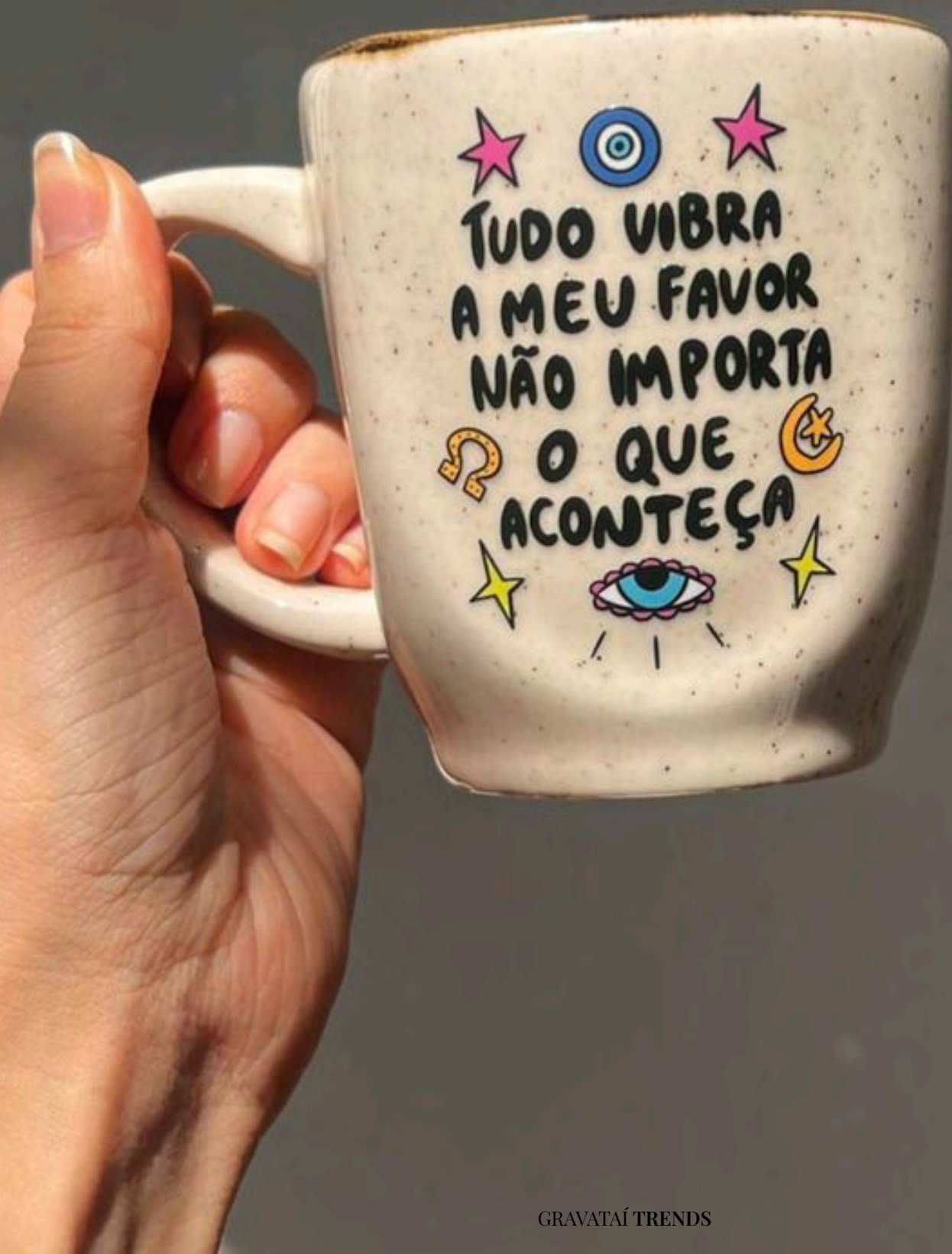


I LOVE CANECAS

QUEM NÃO AMA UMA CANECA FOFA? AINDA MAIS QUANDO TRAZ AQUELA MENSAGEM QUE QUEREMOS LER, OUVIR E SENTIR?

**Fui lá
e fiz.**

**Aproveite a
jornada.**





*Faça tudo
o que puder*

*Só não deixe de ter
sonhos bonitos*

*Floresça onde Deus
Te plantar*

Vir e rotina







negócios

— GRAVATAÍ TRENDS —



ESPAÇOS COLABORATIVOS

ONDE O TRABALHO DEIXA DE SE RESUMIR A UM LUGAR E PASSA A SER UMA EXPERIÊNCIA CONSTRUÍDA EM CONEXÕES.

Durante décadas, o trabalho esteve associado a escritórios tradicionais, muitas vezes rígidos, silenciosos e pouco estimulantes, com uma lógica clara de presença física, estrutura fixa e rotinas previsíveis, um modelo que, por muito tempo, sustentou organizações inteiras, mas que começou a perder força diante de uma **mudança silenciosa, porém profunda, no comportamento das pessoas.**

Profissionais independentes, consultores, empreendedores e até equipes corporativas passaram a buscar espaços mais dinâmicos, ambientes que permitam foco, mas também interação, lugares onde a produtividade não esteja dissociada da troca, sendo justamente dessa transformação que surgem os espaços colaborativos.

A digitalização acelerou processos, encurtou distâncias e permitiu que o trabalho acontecesse de praticamente qualquer lugar, mas, ainda assim, **crece o desejo por encontros reais, pois existe uma necessidade humana de convivência, de troca de ideias e de pertencimento**, e trabalhar deixou de ser apenas executar tarefas, passando a envolver experiência, conexão e contexto.

Esse movimento também é um movimento econômico, já que manter uma estrutura própria, com custos fixos elevados, deixou de fazer sentido para muitos profissionais.



A pandemia consolidou essa virada, e o modelo de anywhere office, que permite trabalhar de qualquer lugar, ganhou força global, reposicionando a forma como pessoas e empresas enxergam o espaço físico, fazendo com que o escritório deixasse de ser obrigatório e passasse a ser opcional, e, quando escolhido, precisa fazer sentido.



ESPAÇO DO
**URBANO
COWORKING**
NO CENTRO
DE GRAVATAÍ.

Os **COWORKINGS** emergem exatamente nesse ponto de **CONVERGÊNCIA**.

Cidades como Nova York **concentram centenas de espaços colaborativos**, impulsionadas por uma combinação de alta densidade profissional, forte ecossistema de inovação e custos elevados de locação tradicional, enquanto Londres, São Paulo e Barcelona seguem a mesma lógica, cada uma com suas particularidades, mas todas **respondendo à mesma demanda de flexibilidade aliada à experiência**. Não se trata apenas de dividir um espaço, trata-se de acessar uma nova forma de trabalhar.

Empresas globais como a IWG, com

milhares de unidades distribuídas em mais de 100 países, evidenciam a escala desse movimento e o crescimento dos escritórios flexíveis não é pontual, tampouco passageiro, pois responde a uma mudança estrutural no comportamento contemporâneo. **O trabalho passa a ser desenhado a partir da vida, e não o contrário.**

Ambientes colaborativos ganham força porque oferecem exatamente o que esse novo momento exige, liberdade com estrutura, autonomia com conexão, produtividade com experiência.

E, no centro dessa transformação, está uma ideia simples, porém poderosa, o lugar onde trabalhamos influencia diretamente a forma como pensamos, criamos e nos relacionamos.



Cidades menores também acompanham essa transformação, ainda que em uma escala diferente, mas com a mesma intensidade de impacto no comportamento das pessoas e na forma como o trabalho é vivido no dia a dia, e **Gravataí passa a fazer parte desse movimento com o Urbano Coworking**, um espaço que traduz, na prática, essa nova lógica de trabalho baseada em **experiência, conexão e flexibilidade**.

Localizado no centro da cidade, o Urbano surge como uma resposta contemporânea a uma demanda que já não pode ser ignorada, profissionais que buscam sair do isolamento do home office, reduzir custos estruturais e, ao mesmo tempo, acessar um ambiente que favoreça produtividade, encontros e construção de ideias.

O **espaço foi pensado para** oferecer fluidez na rotina, com ambientes organizados, esteticamente agradáveis e preparados para **diferentes momentos do trabalho**, desde a concentração individual até reuniões, encontros e pequenos eventos, criando uma atmosfera que estimula não apenas a execução, mas também o pensamento, a troca e a criação.

Essa construção não acontece por acaso, ela parte de uma compreensão clara de que o **ambiente influencia diretamente o comportamento**, e que trabalhar em um lugar bem planejado pode ampliar foco, criatividade e até a forma como as pessoas se posicionam profissionalmente.

Empresas locais já começam a incorporar o Urbano à sua rotina de forma estratégica, utilizando o espaço não apenas como alternativa física, mas como parte de uma nova lógica de trabalho. Algumas **operações optam por posições fixas**, criando ali uma base para suas atividades, enquanto **outras utilizam o ambiente para reuniões, encontros com clientes e momentos de planejamento** que exigem mais estrutura, presença e contexto. A **própria Gravataí Trends** está inserida nesse ecossistema, assim como a **B3 Promo e outras empresas** que identificaram no Urbano um espaço alinhado a essa nova forma de operar, mais flexível, mais conectada e mais eficiente. Além da rotina corporativa, o espaço também vem sendo palco para experiências diversas, como eventos e encontros que unem conteúdo, troca e relacionamento, ampliando o uso do ambiente para além do trabalho tradicional.

"O URBANO, PARA A B3, É O ESPAÇO ONDE AS IDEIAS GANHAM RÍTMO, CONEXÃO E CONTEXTO PARA ACONTECER, NELE CONSEGUIMOS FAZER AQUILO QUE ACREDITAMOS, PROMOVER TROCAS, REALIZAR EVENTOS E TRANSFORMAR ENCONTROS EM EXPERIÊNCIAS QUE GERAM VALOR REAL."
BIANCA MARX, EMPRESÁRIA



GABRIEL  BUSATTA



sabores

GRAVATAÍ TRENDS

Natache
e Ingrid
Costa,
sócias da
Doceria
Brulée

doce
autenticidade

A DOCERIA QUE CONQUISTA
PELO PALADAR E PELA
INOVAÇÃO DIÁRIA.

DO HOBBY À ESTRATÉGIA

POR MANOELA BARRETTO

Nesta edição fomos conhecer de perto a história da **Doceria Brulée** e o que Natache e Ingrid Costa, mãe e filha à frente da marca, têm a nos contar sobre construção, posicionamento e visão de futuro. A Brulée é uma marca que nasce do afeto, mas cresce com estratégia e que já se tornou referência em Gravataí. Entre técnica e sensibilidade, branding e sabor, elas mostram que qualidade não é diferencial. É compromisso com todos os clientes.

A Doceria Brulée não é uma simples loja de doces finos. O cliente escolhe a marca pra fazer parte de um contexto afetivo maior. Em Gravataí, onde o mercado exige tradição, a marca construída por **Natache Costa e Ingrid Costa** encontrou um território fértil para florescer e, também, para criar identidade.

Mãe e filha, duas mulheres empreendedoras que vieram de formações distintas e transformaram um hobby de família em um negócio estruturado, autoral e reconhecível. O que começou como paixão pela gastronomia tornou-se uma operação profissional, guiada por estratégia, branding e uma busca incansável por qualidade e diferenciação.

Hoje, ao provar um doce, o cliente já reconhece a **assinatura Brulée**. Não apenas pelo acabamento impecável, mas pelo sabor, pela experiência e pela intenção por trás de cada detalhe. Em um mercado que muitos consideram saturado, elas provaram que ainda há espaço, desde que exista autenticidade, estratégia, consistência e coragem para se posicionar.



Nesta edição, conversamos com as sócias sobre território, construção de marca, propósito e os próximos passos dessa trajetória que une afeto, disciplina e visão de futuro. Confira na íntegra:

A Brulée nasceu em Gravataí e carrega muito desse território. O que vocês acreditam que só quem empreende “aqui” entende sobre construir uma marca com verdade e vínculo real com o cliente?

O cliente local é bastante exigente e tradicional. Quem empreende aqui na cidade deve começar sabendo dos desafios para fazer com que o público conheça e se encante pela sua marca. Toda marca exige uma construção diária, com foco e estratégia. Em Gravataí não é diferente. Alguns nichos podem ser mais difíceis de penetrar, porém, quando temos um propósito alinhado a um objetivo, conquistamos a credibilidade necessária para se manter nesse mercado tão competitivo.



Vocês não vieram do ramo alimentício, mas escolheram aprender, estudar e se especializar continuamente. Em que momento vocês entenderam que a Brulée precisava ir além do talento e se tornar um negócio estruturado?

Desde o início a ideia nunca foi só vender bolos. Já tínhamos o perfil empreendedor mesmo sem saber, e algo mais forte nos chamava para ter o nosso próprio negócio. Sempre tivemos a ideia de fazer algo grandioso, diferente do que já vimos e que imprimisse a nossa personalidade. Hoje, muitos de nossos doces tem uma marca registrada nossa, o que permite ao cliente reconhecê-lo.



Hoje, ao provar um doce, o cliente já reconhece que é Brulée. Quando vocês sentiram que a marca havia criado essa assinatura própria, não só no visual, mas no sabor e na experiência?

Costumamos dizer que usar insumos de qualidade não é uma vantagem, mas sim uma obrigação. O nosso objetivo sempre foi fazer doces muito gostosos, não apenas bonitos, mas que ninguém esquecesse depois de provar. Com o tempo, aperfeiçoamento de técnicas e estudos constantes, a finalização foi ficando cada vez melhor. Temos muita atenção aos detalhes e seguimos um padrão de qualidade e conferência para entregar sempre o melhor.

Branding, para vocês, não está só no logo, mas em tudo o que envolve a marca. Como esse cuidado aparece no dia a dia, nas decisões pequenas e também nas estratégicas?

Branding está em todos os detalhes, e tudo que fazemos é pensando nisso. Desde a embalagem, o cuidado com o adesivo, a tag, a vela, os stories mostrando, mesmo que indiretamente, um ambiente que transmite a mensagem que queremos passar, sem forçar nada e não ir ao encontro de modismos.

O mercado de doces muitas vezes é visto como saturado. O que faz com que, na visão de vocês, ainda exista tanto espaço para quem escolhe inovar e ter coragem de se posicionar?

O mercado só é saturado para quem não traz novidades, é sobre despertar desejo em seus clientes. Precisa existir um diferencial, seja ele no produto, atendimento, na marca em si, e se houver em todos, melhor.

Vocês falam muito sobre autenticidade e essência. Como é o processo de criar algo novo sem perder a identidade da Brulée?

Existem muitas ideias, referências, técnicas novas e nós nos alimentamos disso. Inspirações não precisam ser óbvias. Às vezes as ideias surgem de coisas e momentos totalmente aleatórios. É preciso estar sempre com a mente aberta para esses insights, então trazemos as referências para nossa cozinha e ela se transforma em um laboratório para unirmos todas as peças e criarmos algo com a nossa identidade. As inspirações podem vir de um filme, um desfile de moda, um sorvete na praia, um passeio gastronômico ou uma obra de arte.

“Acreditamos que profissionalismo, clareza e autenticidade constroem uma marca forte.”

O relacionamento com o cliente aparece como um dos grandes pilares da trajetória de vocês. O que essa construção ao longo dos anos ensinou sobre confiança, entrega e crescimento sustentável?

O atendimento é primordial para nós. Ele é o cartão de visitas, a primeira impressão do cliente sobre a nossa marca. Entender o que o cliente procura, ser claro na comunicação e alinhar as expectativas é o primeiro passo para um cliente satisfeito. A experiência final do cliente é o nosso maior marketing, pois um cliente satisfeito, além de recorrência gera indicações e elogios que perduram por muito tempo.

Surpreender faz parte do DNA da Brulée. De onde vem essa inquietação criativa e como ela se transforma em produtos, experiências e encantamento real?

A Nati é uma típica geminiana, com muitas ideias e uma mente curiosa. A Ingrid é uma taurina observadora tanto nas tendências quanto na resposta do seu público. A união disso e a sede por trazer algo novo nos instiga a pensar fora da caixa, a sempre procurar algo novo que brilhe o olho tanto nosso, quanto do cliente final.



Em meio a tantos desafios, vocês citam estratégia, planejamento, foco e disciplina como fatores que mantêm a serenidade. O quanto essa mentalidade foi decisiva para atravessar momentos difíceis?

Desde o primeiro dia tratamos a empresa com a seriedade e profissionalismo que ela exige. Temos horário, cronograma e prazos a cumprir. Da mesma forma temos um sistema operacional para produção. Momentos difíceis sempre existirão, mas empreender é sobre resiliência. Às vezes o que precisamos é um banho, um choro (risos) e no outro dia erguer a cabeça para continuar.



Olhando para 2026, cheias de planos e projetos, que tipo de marca vocês querem que a Brulée continue sendo para Gravataí, para o mercado e, principalmente, para os clientes que confiam em vocês?

Queremos nos tornar cada vez mais uma marca forte, com credibilidade, autenticidade e qualidade. Também queremos dar mais foco na demanda crescente de eventos, com muita modernidade e requinte, mostrando para nosso cliente gravataiense que podemos realizar projetos com referências de outros estados, de outros países aqui mesmo na nossa cidade. Gravataí merece e tem espaço.



EMPREENDEDORISMO COM

PROPÓSITO E CONSISTÊNCIA



“A qualidade **é parte de uma entrega** bem planejada e realmente personalizada.”

Nati Costa



INOVAÇÃO CONSTANTE

Referências | Dedicção | Comprometimento



Pensou
gastronomia
em Gravataí?

Pensou
Gravataí

Trends.

@gravataitrends



CAFÉ + MODA + AMIGAS
UMA COMBINAÇÃO PERFEITA PARA O FINAL DE SEMANA



Gravataí Shopping | Av. Centenário, 555

Volta às Aulas... Para Eles Também!

BEM-ESTAR ANIMAL COMEÇA COM ROTINA, ESTÍMULO E SOCIALIZAÇÃO **POR ANGÉLICA LATOSINSKI**

Enquanto as crianças voltam para a escola e retomam a rotina, existe alguém em casa que também sente essa mudança: o cachorro.

Muitos tutores percebem que, após períodos de férias ou mudanças na rotina familiar, os cães apresentam alterações comportamentais como ansiedade, agitação excessiva, destruição de objetos ou até apatia. Isso acontece porque **os cães também são seres sociais, ativos e extremamente sensíveis à previsibilidade do ambiente.** Assim como nós, eles precisam de rotina, estímulo e propósito.

O bem-estar animal vai muito além de alimentação adequada e visitas ao veterinário, ele envolve pilares fundamentais como saúde física, equilíbrio emocional, estímulo mental, socialização segura e gasto de energia compatível com a raça, porte e idade. Um cão que não gasta energia suficiente tende a desenvolver comportamentos indesejados, não por “malcriação”, mas por excesso de energia acumulada e falta de direcionamento.

A atividade física regular contribui para controle de peso, saúde articular, redução da ansiedade, melhora do sono e equilíbrio emocional. Mas tão importante quanto gastar energia é gastar energia da forma correta.



Excesso de estímulo sem organização pode gerar estresse. Falta de atividade gera frustração. O segredo está no equilíbrio.

Como proprietária da Amollo Resort & Day Care Pet, eu acompanho diariamente a transformação que uma rotina estruturada pode gerar na vida de um cão. Vejo cães chegarem inseguros e, com o tempo, se tornarem mais confiantes. Vejo tutores emocionados ao perceberem que aquele comportamento destrutivo ou aquela ansiedade diminuíram simplesmente porque o animal passou a ter estímulo adequado, convivência saudável e gasto de energia direcionado.

“A creche não é apenas um espaço de recreação, a creche é um ambiente de desenvolvimento. Quando falamos em bem-estar, falamos em prevenção, saúde emocional e qualidade de vida real.”

ANGELICA



Especialmente para cães que passam muitas horas sozinhos, a creche se torna uma aliada importante. Em um ambiente preparado, com supervisão constante e grupos compatíveis, o cão encontra socialização saudável, rotina estruturada, estímulos físicos e mentais, momentos de descanso e segurança emocional.

A convivência regular ajuda no desenvolvimento de habilidades sociais, melhora a comunicação entre cães e fortalece a autoconfiança. Muitos problemas comportamentais da fase adulta poderiam ser evitados com socialização e estímulos adequados desde cedo. A volta às aulas é um excelente momento para refletir: Como está a rotina do meu cão? Ele apenas esperando o



dia passar ou está vivendo experiências enriquecedoras?

Nesta volta às aulas, permita que seu melhor amigo também tenha uma rotina ativa, social, segura e cheia de experiências positivas.

ANGÉLICA LATOSINSKI É ESPECIALISTA EM BEM-ESTAR ANIMAL E SÓCIA-FUNDADORA DA AMOLLO - RESORT E DAY CARE PET

A PARTICIPAÇÃO DA ANGÉLICA NA COLUNA PETLOVERS DE JANEIRO REFORÇA ALGO QUE ACREDITAMOS PROFUNDAMENTE: INFORMAÇÃO, CARINHO E ESTRUTURA CAMINHAM JUNTOS QUANDO O ASSUNTO É AMOR PELOS ANIMAIS.

SIGA E CONHEÇA A AMOLLO
@AMOLLOHOTELECRECHEPARAPETS



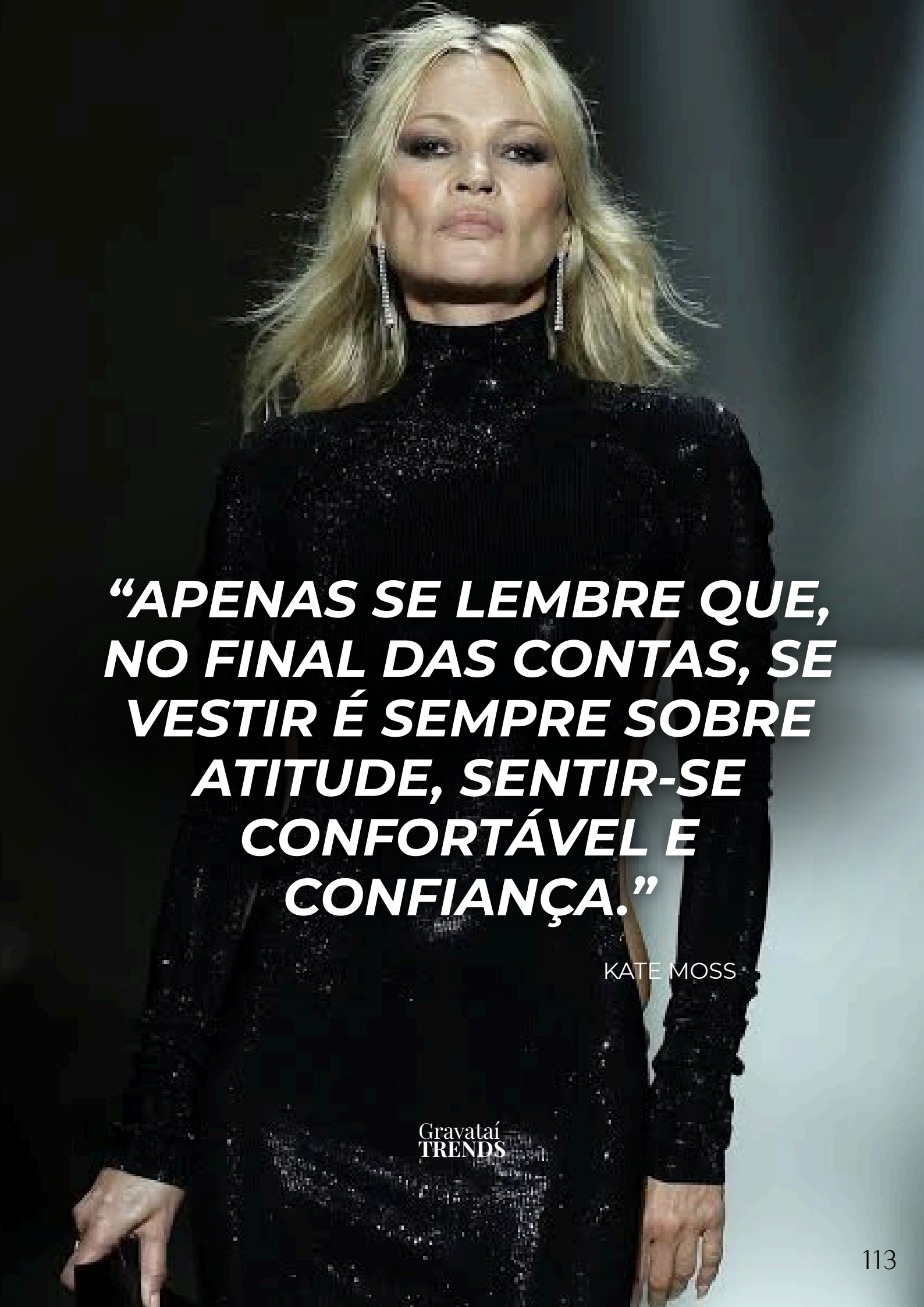
HBT



BEM-VINDO AO
LUGAR ONDE A
CIDADE SE
ENCONTRA E
VOCÊ SE ACHA.

YAU

DO MUNDO.

A full-body photograph of a woman with long, wavy blonde hair, wearing a black, long-sleeved, high-necked dress covered in sequins. She is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a plain, light-colored wall.

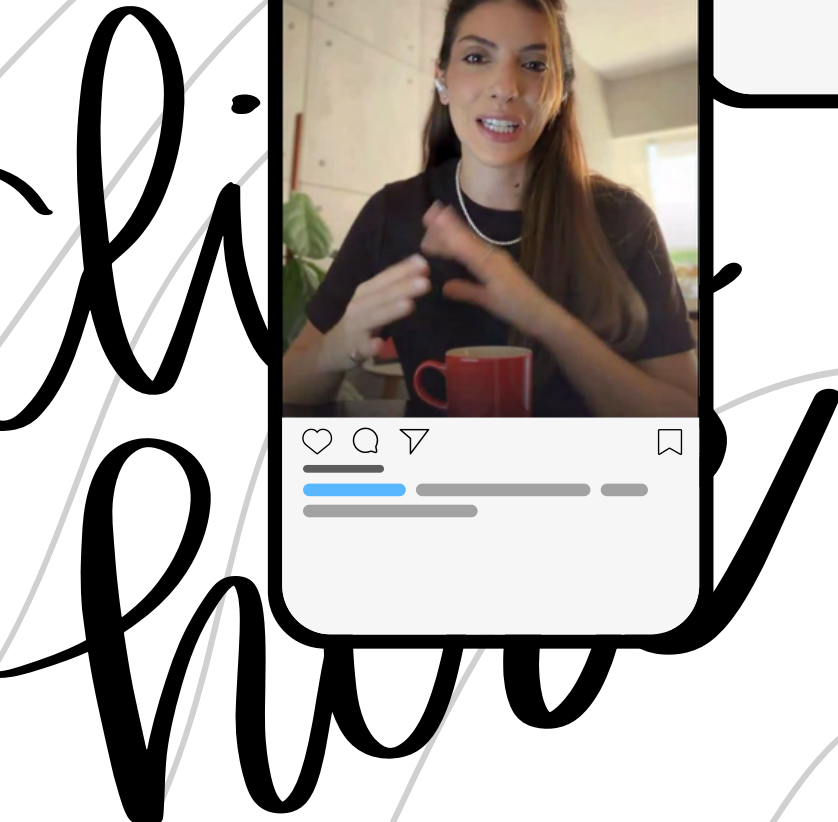
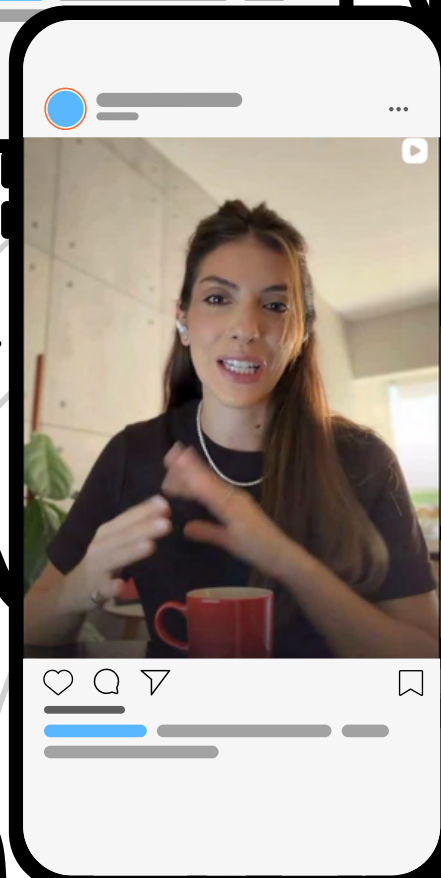
***“APENAS SE LEMBRE QUE,
NO FINAL DAS CONTAS, SE
VESTIR É SEMPRE SOBRE
ATITUDE, SENTIR-SE
CONFORTÁVEL E
CONFIANÇA.”***

KATE MOSS

Gravataí
TRENDS

@gravataitrends

CONFIRA CONTEÚDOS QUE VOCÊ
SÓ ENCONTRA NA NOSSA PÁGINA
DO INSTAGRAM E SE AINDA NÃO
NOS SEGUE, **SEGUE LÁ!**



BYD



Via Porto

Rod. Teixeira, 120 | Vera Cruz - Gravataí